



Pla Estratègic
Metropolità
de Barcelona

BASES PARA UN NUEVO PLAN ESTRATÉGICO METROPOLITANO DE BARCELONA

HORIZONTE 2030

Febrero 2014

Queremos agradecer especialmente a Joan Ramón Rovira, director del Gabinete de Estudios Económicos e Infraestructuras de la Cámara de Comercio de Barcelona, su ayuda en la confección de este documento.



ÍNDICE

1. Introducción y objetivos	4
2. Dimensiones y ejes estratégicos	
2.1. La dimensión económica	12
<i>Barcelona, metrópolis innovadora, creativa y emprendedora</i>	
Primer eje estratégico: Innovación (industria, logística, I+D+i)	14
Segundo eje estratégico: Creatividad (turismo, comercio, cultura)	23
Tercer eje estratégico: Espíritu Empresarial (regulación, emprendeduría)	29
2.2. La dimensión social e institucional	33
<i>Barcelona, metrópolis inclusiva y cohesionada</i>	
Cuarto eje estratégico: Integración y Cohesión (paro, empleabilidad, gobernanza)	33
2.3. La dimensión urbanística y ambiental	42
<i>Barcelona, metrópolis conectada y sostenible</i>	
Quinto eje estratégico: Conectividad y Sostenibilidad (medio, movilidad)	42
2.4. La dimensión internacional	48
<i>Barcelona, metrópolis global</i>	
Sexto eje estratégico: Proyección Global (internacionalización, talento)	48



1. INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS

El objetivo del documento es identificar las cuestiones clave que deberían priorizarse en la nueva etapa de la planificación estratégica de la Barcelona metropolitana, con horizonte 2030.

Esta nueva etapa de la planificación estratégica del área metropolitana viene determinada por los importantes cambios acaecidos desde la redacción del plan estratégico vigente. Por un lado, la persistencia y amplitud de la crisis económica, además de tener importantes efectos sobre el tejido empresarial y la empleabilidad, está suponiendo un importante reto para la cohesión social con efectos a largo plazo, lo que a su vez puede conllevar variaciones demográficas significativas en relación con los supuestos del plan vigente. Por otro lado, la redacción del plan vigente fue paralela a la redacción del Plan Europa 2020 por parte de la Comisión Europea, por lo que algunos elementos de este último no quedaron suficientemente recogidos en los ejes y propuestas del plan. Finalmente, y no menos importante, es que se ha constituido formalmente el Área Metropolitana de Barcelona, herramienta fundamental de la gobernanza metropolitana.

El presente documento es una primera aproximación que debe servir de base para el debate, así como punto de partida en la elaboración del nuevo plan estratégico. El documento pretende definir un marco conceptual estructurado y coherente, acompañado de una primera propuesta de objetivos estratégicos, orientada a facilitar la reflexión inicial sobre los temas que se apuntan y, en su caso, y permitir también añadir otros nuevos.

El punto de partida del proceso de reflexión estratégica es la visión de la Barcelona¹ a la que aspiramos con el horizonte del 2030. Esta visión se articula en torno a cuatro **dimensiones** sectoriales de la realidad metropolitana:

(i) **económica**, (ii) **social**, (iii) **urbanística y medioambiental** y (iv) **de posicionamiento internacional**. Estas, a su vez, orbitan alrededor de un objetivo transversal: **el desarro-**

¹ A lo largo del documento se utilizará Barcelona en su acepción metropolitana. En aquellos casos a los que se refiera el término municipal de Barcelona, en el documento se utilizará como “Barcelona ciudad”.



llo de una estrategia de crecimiento inclusivo generadora de más empleo y de mayor calidad.

Para cada una de estas dimensiones se identifican una o más apuestas estratégicas, que expresan uno o más valores fundamentales para guiar la estrategia metropolitana y que representan, a la vez, los principales atributos del modelo de ciudad² que se pretende alcanzar.

Desde una perspectiva económica, la apuesta estratégica se focaliza en los valores de la innovación, la creatividad y el espíritu empresarial. En la dimensión social, los valores prioritarios son la integración y la cohesión. En el plano urbanístico y medioambiental, la conectividad y la sostenibilidad. Finalmente, el posicionamiento internacional de la ciudad está orientado por la aspiración a transformar Barcelona en una metrópolis global.

Hay ciudades que se caracterizan por ser líderes en uno o más de estos atributos básicos. Pero muy pocas consiguen destacar simultáneamente en todas las dimensiones. Londres y Nueva York son ciudades globales, pero no constituyen ejemplos modélicos de ciudades cohesionadas. Copenhague y Estocolmo son referencias internacionales de ciudades sostenibles y cohesionadas, pero tienen escasa proyección global. Milán ha tenido el prestigio de ciudad altamente innovadora y creativa, pero no destaca particularmente en otros aspectos. Destacar en todas las dimensiones caracterizaría un modelo de ciudad esencialmente equilibrado, capaz de proyectar la "marca Barcelona" al estatus de metrópolis de referencia con valor universal, más allá de las connotaciones asociadas con unos activos singulares (clima, paisaje, estilo de vida, Barça, Gaudí).

En un mundo donde las grandes ciudades serán, cada vez más, ejes principales de articulación de la convivencia y de los intercambios en un entorno globalizado, la metrópolis de Barcelona puede emerger como referente de una determinada manera de entender el fenómeno urbano - -con un sentido de la proporción que haga posible integrar dinamismo económico con cohesión social, integración con el medio y proyección global.

² A lo largo del documento se utilizarán las palabras "ciudad" y "metrópolis" de manera indistinta.



1. Introducción y objetivos

En la estructura del documento, cada valor estratégico, o par de valores, define un eje principal de reflexión. Dentro de cada eje se identifican unos activos y pasivos, junto con unos factores transformadores que configuran conjuntamente la realidad de la ciudad metropolitana, en continua evolución; unas tendencias de futuro que inciden sobre esta dinámica y, alineados con las tendencias, los retos que hay que afrontar y las oportunidades que se pueden aprovechar. Finalmente, se definen los objetivos estratégicos y se hace una breve comparación con otros proyectos estratégicos de ámbito urbano --en particular con el actual PEMB 2020.

Se pone especial énfasis en identificar las sinergias que pueden existir entre los activos consolidados y los activos emergentes o factores transformadores, con el fin de transformar la realidad en la dirección de los valores estratégicos que configuran la visión de futuro. Por ejemplo, el turismo se puede considerar un activo consolidado de la ciudad, a pesar de los retos que afronta, y las industrias culturales y creativas un activo emergente, a pesar de las limitaciones que lastran su potencial. Apostar por la cultura es hacerlo simultáneamente por un turismo de mejor calidad y, como consecuencia, por un determinado modelo de ciudad que busca un cierto equilibrio entre el reto de crear empleo y el objetivo de añadir un valor diferencial que permita elevar la calidad del empleo creado.

Por lo tanto, se apuesta por los activos emergentes como vectores transformadores de los activos consolidados, reconociendo que no son los únicos factores de transformación a tener en cuenta. Asimismo, también se reconoce que no emergen del vacío, sino que lo hacen precisamente sobre la base de una acumulación previa de capital --humano, físico, tecnológico y social-- en sectores de larga tradición, que hay que potenciar mediante su transformación. En este sentido, se propone un discurso que evite situar los sectores "emergentes" y "tradicionales" en cajones separados sino que, al contrario, identifique las complementariedades y busque la articulación dentro de una misma visión de futuro.

El balance de activos y pasivos que define la situación actual de la ciudad metropolitana incluiría, entre otros, los siguientes factores:



Activos

- Un potencial logístico importante, que destaca por unas infraestructuras aeroportuarias y portuarias renovadas y con un amplio potencial para absorber nuevos incrementos en los flujos de personas y mercancías, junto con plataformas como la Zona Franca, la Fira y Mercabarna.
- Un sector industrial consolidado y muy orientado a la exportación, con notables fortalezas en determinadas ramas de actividad como, por ejemplo, la farmacéutica y el agroalimentario.
- Una tradición de excelencia en ámbitos de servicios muy vinculados con la creatividad en su sentido amplio, como las industrias editorial y audiovisual, la arquitectura, el diseño, la moda, el deporte o la gastronomía.
- Barcelona ha sabido posicionarse como referente mundial en el turismo de ciudad, con más de siete millones de visitantes y dieciséis millones de pernoctaciones, cada vez con mayor orientación a un servicio diferenciado y de calidad.
- A pesar de los estragos derivados de la crisis, el área metropolitana aún goza de un nivel de cohesión social bastante sólido.
- Un clima social y cultural altamente favorable a la creación y desarrollo de nuevas iniciativas empresariales. En especial, las de base científica y tecnológica.
- Barcelona puede considerarse un referente en el ámbito de las *smart cities*, la economía verde, el vehículo eléctrico y la autosuficiencia energética.
- El amplio reconocimiento internacional de los centros de investigación y las universidades ubicados en el área metropolitana, especialmente en el ámbito de la biomedicina, con capacidad para atraer el mejor talento internacional y retener el propio.
- Una posición cada vez más destacada en el ámbito tecnológico, reforzado en tan-



to que Capital Mundial de las Tecnologías Móviles hasta el 2018, que incluye la celebración cada año de un congreso mundial de este sector en la ciudad.

- Una marca de ciudad mundialmente reconocida.

Pasivos

- Quedan pendientes de ejecutar o completar importantes proyectos en el ámbito de las principales infraestructuras logísticas, como por ejemplo los accesos ferroviarios definitivos al puerto de Barcelona, la estación de alta velocidad de la Sagrera y el Corredor Mediterráneo.
- En el ámbito de la conectividad hay un conjunto de infraestructuras que representan un cuello de botella que lastra la movilidad, como la ampliación de la Ronda Litoral, las conexiones con el Baix Llobregat o el nudo de la Trinidad.
- La movilidad interna se ve afectada por la congelación de una serie de proyectos de infraestructuras de transporte (L9 del metro, cercanías Renfe, accesos al aeropuerto, enlace A2-AP7...).
- Las elevadas tasas de paro durante las fases recesivas del ciclo económico suponen una enorme ineficacia en la utilización de los recursos, un elevado coste personal y un importante reto para la cohesión social.
- El acceso a la vivienda continúa siendo un importante problema para algunos colectivos de la ciudad (jóvenes, inmigrantes...).
- El hecho de no ser capital resta posibilidades de albergar sedes de empresas donde el factor regulatorio es importante, con el impacto económico que ello conlleva.
- Siguen existiendo importantes desajustes educativos y de formación, que se traducen en un (a) fracaso escolar decreciente pero aún elevado; (B) insuficiente dominio de idiomas extranjeros (en especial inglés y francés); y (c) una falta de encaje tam-

bién decreciente pero mejorable entre necesidades y oferta formativa.

- La contaminación atmosférica sigue siendo una asignatura pendiente de la ciudad.

El núcleo del documento son los seis objetivos estratégicos que resultan de analizar activos y pasivos, considerar tendencias, y anticipar retos y oportunidades, agrupados en cuatro bloques con los atributos que configuran la visión de la Barcelona metropolitana en cada una de las cuatro dimensiones sectoriales (económica, social, ambiental e internacional) y un objetivo transversal (crecimiento inclusivo y empleabilidad) con horizonte 2030:

A. Dimensión económica:

"Barcelona, metrópolis innovadora, creativa y emprendedora"

Objetivo 1: Reforzar la posición de Barcelona como el principal eje industrial y logístico del Mediterráneo, que conecte Asia emergente con la Europa Central, traduciendo la capacidad de investigación en innovación aplicada a todos los procesos productivos.

Objetivo 2: Hacer de Barcelona una capital turística, comercial y cultural de referencia en el mundo, diferenciada por la calidad de sus servicios y la originalidad de sus creaciones.

Objetivo 3: Hacer de Barcelona una metrópolis especialmente atractiva para crear y desarrollar proyectos empresariales, mediante un marco institucional y regulatorio de ámbito metropolitano simple, ágil y flexible.



B. Dimensión social:

"Barcelona, metrópolis inclusiva y cohesionada"

Objetivo 4: Dar auténtica dimensión metropolitana a las políticas activas de empleo, vivienda, espacio público y, en general, a todas las actuaciones orientadas a fortalecer la cohesión social en el ámbito metropolitano.

C. Dimensión urbanística y ambiental:

"Barcelona, metrópolis conectada y sostenible"

Objetivo 5: Transformar Barcelona en una metrópolis inteligente líder en la gestión de los recursos hídricos y energéticos y en la utilización de las nuevas tecnologías para gestionar los flujos de personas y mercancías, con un protagonismo creciente de la economía verde.

D. Dimensión internacional:

"Barcelona, metrópolis global"

Objetivo 6: Posicionar Barcelona como sede de empresas, instituciones y centros de referencia de ámbito internacional, en los terrenos económico y político, científico, tecnológico, cultural y artístico, con el objetivo de atraer el talento internacional y retener y proyectar el propio en todo el mundo.



Finalmente, es importante tener en cuenta que todo proceso de planificación estratégica en el ámbito urbano se desarrolla necesariamente en un contexto de gran complejidad y está sujeto a la posibilidad de cambios no previsible en el momento de elaboración del plan (los llamados "cisnes negros"). Es decir, la planificación estratégica debe reconocer que se mueve en un entorno de incertidumbre radical, en el que a menudo no es posible cuantificar con probabilidades conocidas los escenarios de futuro, ante una realidad esencialmente dinámica que puede deparar realidades no anticipadas.

Ahora bien, la incertidumbre que es consustancial a los fenómenos complejos no exime de la responsabilidad de planificar el futuro con todo el conocimiento disponible en cada situación histórica concreta. Pero sí recomienda flexibilidad en el proceso de definición y revisión de las estrategias, haciendo hincapié en la necesaria adaptación al cambio. A pesar de reconocer la importancia de ajustar en la medida de lo posible las previsiones y los objetivos a la realidad, presente y futura.



2. DIMENSIONES Y EJES ESTRATÉGICOS

2.1. LA DIMENSIÓN ECONÓMICA

Barcelona, metrópolis innovadora, creativa y emprendedora

La economía metropolitana se apoya fundamentalmente en dos grandes grupos de actividad. Por un lado, las actividades que se articulan en torno al turismo, el comercio y, más en general, los servicios a las personas. Dentro de las actividades de servicios a las personas destacan especialmente los servicios sociales, en especial por los sistemas de salud y educativo. El otro gran grupo de actividad es el constituido por la industria, la logística y los servicios empresariales.

Estos son los fundamentos de la economía metropolitana y deben ser el punto de partida para iniciar cualquier reflexión sobre el futuro de la ciudad. Otros sectores emergentes y con un elevado potencial de crecimiento, como las actividades que se agrupan alrededor de la llamada "economía del conocimiento" o las industrias culturales y creativas, nacen y se desarrollan sobre una base industrial y de servicios consolidada - y que a su vez contribuyen a transformar.

Esta simplificación de una realidad económica diversa y compleja no implica descuidar la contribución de otros sectores de actividad importantes para la ciudad, como la construcción. Pero en un documento como éste hay que ir más allá de reconocer la diversidad del tejido económico de Barcelona y destaca el valor estratégico de la industria y de la logística, del turismo y del comercio, en conjunción con otros sectores emergentes en los terrenos de la cultura y del conocimiento científico y tecnológico. Valor estratégico por el impacto transformador de estos sectores sobre el conjunto de la economía y, especialmente, por su incidencia determinante tanto en la cantidad como en la calidad del empleo en el ámbito metropolitano.

En una economía esencialmente diversificada como es el caso del área metropolitana de Barcelona --y de Cataluña por extensión-- estos dos grandes polos de actividad son **más complementarios que excluyentes**. Si la industria es la punta de lanza de los aumentos de productividad, que después se extienden al conjunto del tejido empresarial, los servicios son la fuente principal de empleo. El objetivo es generar empleo



de calidad, en el marco de un nuevo modelo productivo con una participación equilibrada de la industria y de los servicios, de los sectores más consolidados y de aquellos otros considerados emergentes. Este nuevo modelo productivo no se podrá construir compitiendo con salarios bajos y productos indiferenciados. La clave del éxito industrial son los aumentos de productividad a través de la innovación y, en el caso de los servicios, la diferenciación del producto mediante la creatividad.

Innovación y creatividad son factores de competitividad transversales al conjunto del tejido productivo. Por tanto, son valores estratégicos que deben guiar las políticas metropolitanas en el ámbito de la economía, tanto en cuanto a la ordenación y promoción de la industria, el comercio y el turismo, como en relación a los sectores considerados emergentes, tratando de activar sinergias y complementariedades entre unos y otros.

El tercer valor, imprescindible en el ámbito económico, que pone en valor los otros dos, es el espíritu empresarial. Es decir, la capacidad para crear y desarrollar proyectos empresariales validados por el mercado, haciendo un uso lo más eficiente posible de los recursos disponibles, como la innovación y la creatividad. Barcelona es sin duda tierra de emprendedores, por historia y por cultura. Pero el espíritu empresarial no es sólo una cuestión de actitud y de ambición individuales. Es también una cuestión vinculada con el entorno en el que nacen y se desarrollan los proyectos y con los incentivos y obstáculos que regulan la vida económica. Es, por tanto, una cuestión que también afecta e implica **marco institucional y social**, muy vinculada al territorio y, por tanto, a las diferentes administraciones y regulaciones que inciden en el ámbito metropolitano.

Tras la innovación, la creatividad y el espíritu empresarial de una ciudad está el **capital humano** de todos aquellos que viven y trabajan. Este es sin duda el principal activo de la ciudad, que debe ponerse en valor y potenciarse para alcanzar no sólo el objetivo de ciudad innovadora y creativa, sino también socialmente inclusiva y cohesionada, urbanísticamente sostenible y con proyección global. Por tanto, la cuestión del capital humano es la cuestión fundamental y se tratará de manera transversal en las cuatro dimensiones del hecho metropolitano: económica, social, urbanística y medioambiental, y de posicionamiento internacional.



PRIMER EJE ESTRATÉGICO: INNOVACIÓN (industria, logística, I+D+i)

Activos / pasivos

La industria, las actividades logísticas y los servicios empresariales constituyen un eje vertebrador fundamental de la economía metropolitana. Barcelona es la capital industrial del sur de Europa y una parte importante del valor añadido del área metropolitana lo aporta la industria, de forma directa o indirecta. Asimismo, la industria es clave para generar puestos de trabajo cualificados, altamente productivos y bien remunerados, que permitan transformar progresivamente el modelo productivo, desde un modelo como el actual, aunque muy dependiente de la utilización extensiva de recursos naturales y mano de obra poco cualificada, hacia un modelo que aplique más intensivamente factores de producción basados en el conocimiento. Según Eurostat, Cataluña se situaba en 2011 en quinto lugar entre las regiones europeas con mayor número de ocupados en manufacturas de intensidad tecnológica alta y media-alta. Y es bien conocida la elevada correlación que existe entre el gasto en I + D, la propensión exportadora y el peso de las actividades industriales en la economía.

A pesar de la tendencia a la desindustrialización registrada en Cataluña durante las últimas décadas, como ha sido el caso en otros países, el sector compuesto por la industria manufacturera junto con los servicios a la producción alcanza un peso en el PIB del 64% en Cataluña y del 60% en el conjunto de la UE. Sin embargo, hay que reconocer que la crisis económica ha acelerado la desindustrialización, provocando una importante destrucción de empleo y tejido empresarial en este sector.

También cabe destacar el hecho de que la localización de las actividades manufactureras contribuye a arraigar otras actividades de elevado valor añadido, como la I + D, y que tiene efectos multiplicadores muy significativos en otros sectores. Para reforzar estos argumentos, un estudio del *Boston Consulting Group* pone de manifiesto que los países europeos con un mayor peso de la industria en el PIB (Alemania, Austria, Suecia y Holanda, entre otros) se caracterizan por unas tasas de paro inferiores a la media (en el caso de España el ejemplo es el País Vasco). Desde este punto de vista, se puede decir que la industria también contribuye a fomentar un modelo de socie-



dad más cohesionado.

Por el lado de los pasivos hay que reconocer que los niveles medios de productividad de la industria catalana y, como consecuencia, las remuneraciones salariales medias, se sitúan significativamente por debajo de los niveles alcanzados por los países europeos punteros. Este hecho refleja, entre otros factores, una **menor dimensión** relativa de los establecimientos industriales en nuestro país, una menor intensidad en la aplicación del conocimiento a los procesos productivos y unos factores de competitividad relacionados con el entorno territorial - como los **costes energéticos** o las infraestructuras - o en el marco institucional - **regulaciones ineficientes** - con un importante margen de mejora.

Por otra parte, hay que tener muy presente hasta qué punto la logística y en especial las infraestructuras de transporte son fundamentales para una economía industrial. El área metropolitana está especialmente bien situada como **zona de conexión** entre Europa Central y otras zonas del mundo - en particular las economías asiáticas de rápido crecimiento - y dispone de unas capacidades logísticas altamente desarrolladas, tanto para gestionar los flujos de mercancías que transitan por el territorio, como para facilitar que se pueda añadir valor a estos flujos en el territorio. La **situación privilegiada** de Barcelona en la llamada megarregión urbana que hasta Lyon y hacia el Sur por el corredor natural del Arco Mediterráneo, le otorga una ventaja natural y constituye un factor de competitividad fundamental para la economía metropolitana --que hay que preservar y reforzar.

Por el lado de los pasivos, a pesar de reconocer los importantes progresos realizados en los últimos años en cuanto a algunas de las principales infraestructuras de transporte (puerto, aeropuerto y conexiones ferroviarias de alta velocidad), el déficit histórico de las inversiones estatales en Cataluña ha dejado un conjunto de carencias importantes. Se pueden destacar, por ejemplo, la lenta progresión de las conexiones ferroviarias en el **Corredor Mediterráneo**, las limitaciones de las redes viaria y ferroviaria con ancho europeo, --en especial, los problemas de congestión en la **red viaria** de la AMB--, la falta de **conexión entre metro y aeropuerto** o la falta de desarrollo de **rutas aéreas de larga distancia** que conecten el Aeropuerto de Barcelona-El Prat con otros continentes.



Factores transformadores

Como ponen de manifiesto tanto el *Observatorio Barcelona* como el *Anuario Metropolitano*, nuestra metrópolis sobresale a nivel internacional en el ámbito de la **investigación científica** y dispone de una red de infraestructuras y centros especializados de primer orden. Según datos de Eurostat para 2011, Barcelona se sitúa en el noveno lugar entre las ciudades europeas con mayor número de ocupados en servicios intensivos en servicios y alta tecnología. En Barcelona ciudad los asalariados que trabajan en los servicios intensivos en conocimiento y alta tecnología representan el 5% del total en 2012 Cataluña en conjunto, con 592.000 trabajadores con estudios superiores dedicados a la ciencia y la tecnología en 2011, se sitúa en la sexta posición del ranking de regiones europeas, sólo superada por la región de París, Londres, Madrid, Varsovia y Mala-Alpes. Y en cuanto a la producción científica Barcelona, con 14.777 publicaciones, se sitúa como cuarta ciudad de Europa y décima del mundo, según los datos del Informe sobre la evolución de la producción científica de las principales ciudades del mundo 2012, elaborado por la UPC. Donde falla es en la traslación de esta capacidad de investigación básica en **innovación aplicada**.

La apuesta de los últimos años por la llamada "**economía del conocimiento**" ha contribuido decisivamente a desarrollar un conjunto de **centros científicos y tecnológicos de referencia** en la región metropolitana, que interactúan con las universidades y con un tejido empresarial de nueva creación en actividades intensivas en conocimiento. El prestigio de Barcelona en el campo de la biomedicina y la biotecnología (Instituto de Investigación Biomédica o el Instituto de Oncología de Vall d'Hebron) es un ejemplo claro en este sentido, pero no es el único. Entidades como el Instituto de Ciencias Fotónicas son también representativas de la cada vez más estrecha conexión entre industria y conocimiento.

La experiencia del 22 @, procurando la integración en un mismo espacio urbano de los usos residenciales con las actividades empresariales, profesionales y de investigación, hace tangible el compromiso metropolitano con la economía del conocimiento. Compromiso que se ve reforzado por el hecho de ubicar en Barcelona la sede de eventos de alcance mundial en el ámbito de las actividades intensivas en conocimiento, como es el caso destacado del **Mobile World Congress**.



Tendencias / retos / oportunidades

El nuevo PEMB horizonte 2030 se inscribe en un contexto de salida de la crisis y principio de la recuperación en el que la industria metropolitana ha pagado un precio muy elevado, en forma de una importante destrucción de empleo y tejido empresarial. Pero también es esta misma industria manufacturera metropolitana la que está haciendo actualmente una de las aportaciones más decisivas para salir de la crisis y consolidar la recuperación, vía exportaciones. Sin perder de vista esta realidad de partida, hay que interrogarse a continuación sobre las perspectivas a más largo plazo y las principales tendencias de fondo que operan sobre el futuro de la industria, la logística y los servicios empresariales.

Un artículo reciente de Larry Summers, que ha tenido un cierto impacto mediático y también alguna respuesta académica, planteaba la posibilidad de que en la salida de la crisis actual no se recuperaría la tendencia de crecimiento anterior, sino que seguiría una larga fase caracterizada por un casi-estancamiento en las principales economías desarrolladas. En esencia, la tesis de Summers apuntaba a que los motores que han impulsado el crecimiento económico en los principales países desarrollados han sido vinculados con fuerzas especulativas o "burbujas" varias - tecnológica, inmobiliaria, financiera - y que este proceso estaría llegando ahora a su fin.

Es una tesis discutible, a la que se le puede otorgar mayor o menor credibilidad, pero que resulta útil para poner de manifiesto un cambio estructural en relación al cual existe un amplio consenso y que condicionará en qué medida y de qué manera saldremos de la crisis. Este cambio estructural es la necesidad de conciliar en el futuro crecimiento y desendeudamiento o - lo que es lo mismo - **crecer manteniendo equilibrio o superávit en la balanza comercial**, objetivo que sólo es posible alcanzar con un sector exportador suficientemente potente y diversificado.

Por otra parte, no se puede desligar la voluntad de reindustrialización de las economías europeas de los **cambios geopolíticos** que están alterando el mapa de la globalización, para situar la nueva industria emergente dentro de una red logística que permita desplegar eficazmente todo el potencial latente de las nuevas tecnologías. En el estudio sobre ["Las tendencias mundiales y sus impactos en las grandes metrópo-](#)



2. Dimensiones y ejes estratégicos. La dimensión económica

[lis](#)" (Informe de la *Comisión de Prospectiva del PEMB*, enero 2012) se reconoce que las tendencias geopolíticas determinarán el futuro y que la variable distancia (física, cultural, social, institucional y cultural) toma una relevancia especial. El mundo se reequilibra y el capital se mueve hacia nuevos territorios, desplazando el centro de gravedad económico en las metrópolis y megaregiones urbanas de Oriente, con la aparición de [nuevas rutas comerciales](#) relacionadas a aquellos centros portuarios y aeroportuarios capaces de ofrecer precios competitivos y conectar economías potentes orientadas a la exportación.

En este contexto dinámico de la globalización, la logística pasa a ser un factor absolutamente determinante para la mayoría de procesos industriales, por lo que los costes logísticos pueden superar a los laborales en numerosos productos - y es previsible que esta tendencia se acentúe en el futuro, con horizonte 2030. Las [infraestructuras logísticas y la planificación del territorio](#) desde una perspectiva pro-industrial son, por tanto, factores clave para la competitividad del conjunto de la economía, dando sentido a la afirmación de que en una economía globalizada [no compiten las empresas, compiten los territorios](#). Es decir, la competitividad empresarial estaría más vinculada a las características del lugar donde se produce que a las propias capacidades internas de las empresas.

Como también se reconoce en el Informe de la [Comisión de Prospectiva del PEMB](#): la tecnología del futuro impulsará la creación de nuevas industrias que muy probablemente tendrán un origen urbano. Un monográfico reciente de *The Economist* anunciaba la llegada de una [cuarta revolución industrial](#), ejemplificada por tecnologías como la impresión en 3D, que podría representar una revolución similar a la invención de la máquina de vapor durante la primera revolución industrial. A diferencia del paradigma de la producción *fordista* que persigue economías de escala, la impresión digital tridimensional las socaba, ya que el coste unitario no varía con la escala de producción. Por lo tanto, se vislumbra un escenario de futuro en el que "las mismas tecnologías que necesitamos para hacer ciudades inteligentes y sostenibles puedan contribuir a reindustrializarlas" (Manel Sanromà en "La revolución TIC: el modelo Barcelona", *Barcelona Metròpolis* 2011).

En conclusión: la industria, que ha sufrido muy especialmente las consecuencias de la



crisis, con una importante destrucción de empleo y de buena parte del tejido empresarial, afronta ahora los retos de una **competencia global creciente** y de adaptación a una **frontera tecnológica** que es desplaza constantemente. Sin embargo, la globalización de la competencia y la emergencia de nuevas tecnologías -ejemplificadas por el paradigma de la llamada "cuarta revolución industrial" - a la vez que **retos** son también **oportunidades** para avanzar posiciones en la cadena de valor de la producción industrial a escala mundial.

Se pueden dibujar dos escenarios alternativos: el primero, de obsolescencia progresiva asociada con un modelo basado sólo en los costes, que acentuaría la tendencia hacia la desaparición de la industria de la zona metropolitana. Y un segundo escenario de convergencia hacia un modelo de "**nueva industria**"- y no sólo "nuevas industrias"- con un peso creciente de la informatización de la producción, la robotización, la nanotecnología o las impresoras 3D. La nueva industria también estaría caracterizada por una más estrecha **articulación** entre las actividades manufactureras, logísticas y de servicios empresariales, con la adopción intensiva de **estrategias innovadoras** tecnológicas y de gestión.

Objetivo estratégico

Economía industrial, capacidades logísticas y economía del conocimiento se fusionan dentro del paradigma de la "nueva industria". Una vez definidas las tendencias y los retos de futuro, así como las áreas en las que Barcelona puede competir con más éxito, la estrategia metropolitana pasa por configurar un modelo efectivo de articulación de la capacidad de investigación y de generación de conocimiento con la innovación -científica, tecnológica, organizativa y de gestión - capaz de transformar el potencial industrial y logístico de su territorio.

El objetivo estratégico que se propone es reforzar la posición de Barcelona como el principal eje industrial y logístico del Mediterráneo, que conecte el Asia emergente con la Europa central, traduciendo la capacidad de investigación en innovación aplicada a todos los procesos productivos.



Hay que construir a partir del trabajo ya realizado en esta línea, ejemplificada, entre otras instituciones y proyectos, por la entidad *Barcelona-Catalonia (The Mediterranean Innovation Hub)*. *Barcelona-Catalonia* es el resultado de la colaboración entre la Generalitat de Cataluña - a través del Incasòl - y el Ayuntamiento de Barcelona, para promover el desarrollo de nuevos proyectos estratégicos en el marco de un nuevo modelo de ciudad estrechamente ligado a la economía del conocimiento. Por lo tanto, es una acción que pretende posicionar Barcelona y Cataluña como *hubs* de innovación y logística del sur de Europa, en un entorno de potentes infraestructuras intensivas en conocimiento y de movilidad. *Barcelona-Catalonia* se concentra en el área metropolitana de Barcelona y apuesta por buscar un uso equilibrado del territorio, que combine viviendas, equipamientos, actividades económicas y espacios públicos.

Comparativa con el Plan estratégico metropolitano de Barcelona 2020 y otros proyectos estratégicos

Uno de los debates más importantes a raíz de la presentación del informe de la Comisión de Prospectiva del PEMB 2020 giró en torno al papel de la industria en la metrópolis. En concreto, se puso en cuestión si debía considerarse como parte indispensable de la economía metropolitana, para llegar a dos conclusiones contrastadas. Un grupo de los participantes en el debate defendió que vale la pena luchar por un sector industrial que integre la secuencia creación-innovación-producción con centros de dirección situados en el territorio, lo que haría menos improbable la deslocalización. Mientras que otros participantes defendieron la manufactura como base económica indispensable para la metrópolis del futuro, poniendo como ejemplo el modelo alemán.

La estrategia Europa 2020, en cambio, no deja lugar a dudas, al establecer el objetivo global de hacer pasar la participación de la industria en el PIB del 16% actual al 20%. Por lo tanto, con una perspectiva europea, de lo que se trataría es de invertir las tendencias poco favorables que apuntan a la desindustrialización del continente mediante, entre otros instrumentos, las tecnologías avanzadas de producción, tecnologías facilitadoras, bioproductos, construcción y materias primas sostenibles, vehículos limpios y redes inteligentes. El "Pacto para la industria en Cataluña", suscrito por los agentes sociales y otras entidades representativas de la economía del país, asume plenamente esta estrategia, en el contexto de un cambio de modelo productivo necesario para salir efectivamente de la crisis.



El tratamiento de estas cuestiones en el actual PEMB 2020 es fragmentario. Se incluye un eje estratégico específico ("Más allá de las empresas *bio*. Puesta al día y potenciación de la industria y de los sectores tradicionales ") donde se trata la industria dentro de los llamados "sectores tradicionales", junto con el turismo, que el AMB "no puede abandonar". La reflexión va en la línea de potenciar el marco de competitividad que asegure la viabilidad de estos sectores. La logística prácticamente no figura en el texto, mientras que la innovación tecnológica se trata con más profundidad en otro eje específico dedicado a los sectores emergentes. Tampoco se dedica suficiente atención a las implicaciones de la crisis y el papel de la industria en la transformación del modelo productivo.

Hay que decir que el proceso de elaboración del actual Plan Estratégico Metropolitano de Barcelona coincidió en el tiempo con la crisis económica más larga y profunda de las últimas décadas, y que podría marcar un antes y un después en la economía mundial y, por extensión, la economía metropolitana. El nuevo PEMB debería incardinarse firmemente en este nuevo contexto, marcado por la recuperación de la crisis y el necesario cambio de modelo productivo, intentando aportar una clara visión de futuro en un momento de gran incertidumbre. El planteamiento que se propone adoptar en este documento se alinea más nítidamente con las prioridades establecidas en la agenda europea 2020, que se concretan en siete iniciativas emblemáticas, de las que tres - "Unión por la innovación", "Una Europa que utilice eficazmente los recursos" y "Una política industrial para la era de la mundialización" - entran de lleno en las temáticas de este eje estratégico.

El tratamiento de la innovación en la agenda europea está enfocado a alinearla con los principales retos de futuro en sentido amplio (el cambio climático, la energía, la salud, la evolución demográfica, etc.) y especialmente con la eficiencia en la utilización de los recursos (principalmente energéticos). También se hace una referencia explícita al potencial transformador de las nuevas tecnologías en el sector logístico ("Desarrollar infraestructuras de transporte y energía inteligentes, modernizadas, interconectadas y con utilización intensiva de las TIC"). Especialmente, la agenda europea apuesta por una política industrial "moderna" que, entre otros objetivos, promueva el uso de tecnologías y métodos de producción más eficientes, y que las redes de transporte y logísticas permitan a la industria europea un acceso efectivo en el mercado único y los mercados internacionales.



2. Dimensiones y ejes estratégicos. La dimensión económica

En el documento de reflexión estratégica de la AMB (en proceso de elaboración), tres de los once temas seleccionados tienen relación directa con la industria y la innovación: "Espacios de producción. Los polígonos industriales y de actividad económica", "Creación de conocimiento y transferencia de tecnología" y "Comercio internacional". El primero entra de lleno en los retos que plantea la articulación de los espacios logísticos con las actividades económicas, la industria en particular. El segundo hace mención específica a la necesidad de salir de la crisis con una estrategia que no se apoye exclusivamente en la reducción de los costes laborales nominales, haciendo hincapié en la necesidad de reforzar la transferencia tecnológica a las empresas, entre otras medidas. Finalmente, el apartado dedicado al comercio internacional tiene una vinculación directa con el sector industrial y, en particular, con los aspectos logísticos ("conexiones intermodales eficientes y de gran capacidad con los principales mercados de consumo") y tecnológicos ("buscar sinergias entre las empresas y los centros de investigación y diseño bajo el paraguas de la marca Barcelona").

SEGUNDO EJE ESTRATÉGICO: CREATIVIDAD (turismo, comercio, cultura)

Activos / pasivos

El bloque de actividades constituido por el turismo, el comercio y los servicios a las personas es el otro gran polo vertebrador de la economía metropolitana con el que se debe contar. Así como la industria es decisiva para elevar la productividad del tejido empresarial, el sector servicios es fundamental para crear empleo. La ciudad de Barcelona es uno de los principales destinos turísticos del mundo y dispone de un tejido comercial amplio y diversificado. Mantiene la novena posición entre los principales aeropuertos de Europa en 2012, dispone del primer puerto de Europa y es el cuarto del mundo en número de cruceristas.

El modelo turístico de Barcelona ha demostrado ser una fórmula de éxito y ha sido el propio sector que ha tomado la iniciativa, con apoyo público. Mientras que en Madrid la gestión se ha visto demasiado influida desde la vertiente política y los empresarios han adoptado un papel seguidor. Entre los principales factores que explican el éxito turístico hay, sin duda, unos atributos naturales privilegiados y unas infraestructuras aeroportuarias renovadas, pero también un estilo de vida con connotaciones de ciudad abierta, tolerante y creativa. El diseño y la arquitectura de Barcelona son una muestra ilustrativa del potencial creativo de la ciudad, con una gran capacidad de atracción de visitantes extranjeros, pero también lo son la gastronomía, las manifestaciones artísticas y, en un plano diferente pero complementario, el deporte, ejemplificado por el estilo de juego imaginativo de su principal club de fútbol.

Como en el caso de la industria, tras este éxito hay una importante acumulación de capital humano y de talento desarrollado en un entorno propicio y de larga tradición. Pero también se ciernen dudas sobre el riesgo de caer en el monocultivo turístico o en un modelo de turismo de masas que compita básicamente por precios, acompañado por una degradación de los activos que son la base de su propio éxito. Otros factores de riesgo son la inseguridad ciudadana, el intrusismo a través de la economía sumergida (alojamientos turísticos no declarados) y las limitadas conexiones aéreas con los países emergentes.



También cabe referirse a los vínculos estrechos entre turismo y comercio y las limitaciones que podría representar la normativa de horarios comerciales para facilitar el turismo de compras. Mientras que por el lado de los activos cabe señalar que, según el *Global Shopper City Index* que elabora *The Economist Intelligence Unit* y que evalúa las mejores ciudades europeas para las compras de turistas internacionales, Barcelona se sitúa en segunda posición, cerca de Londres, obteniendo buenos resultados en todas las categorías del índice: tiendas, asequibilidad, conveniencia, hoteles y transporte, cultura y clima, así como por la oferta gastronómica.

Factores transformadores

Entendemos la cultura como el conjunto de tradiciones (literarias, histórico-sociales y científicas) y de formas de vida (materiales y espirituales) de un pueblo, de una sociedad o de toda la humanidad. Con esta perspectiva amplia, la dimensión económica de la cultura asociada a los servicios personales incluiría las actividades propias de las llamadas **industrias culturales y creativas** en sentido estricto, pero también **otros ámbitos de actividad con connotaciones culturales y de estilo de vida** como la arquitectura, el diseño, el deporte, la moda, la gastronomía y, en general, los servicios relacionados con la creación científica y artística, el ocio y el bienestar. En todos los casos, se trata de actividades económicas en las que el territorio donde florece una determinada "cultura" o manera de vivir y hacer las cosas marca la diferencia con otros territorios y constituye la principal fuente de ventajas competitivas en un entorno global.

Como pone de manifiesto el *Observatorio Barcelona*, nuestra metrópolis destaca consistentemente por encima de una mayoría de ciudades comparables por su **calidad de vida** - tal como la perciben los visitantes o residentes extranjeros - y tiene un prestigio internacional consolidado en campos como la arquitectura y el urbanismo, que reflejan y proyectan un determinado estilo y concepción de la vida. Según datos recientes del Departamento de Cultura de la Generalidad, el sector cultural supone actualmente el 6,2% del empleo en Cataluña, con 178.500 personas ocupadas en el país, un 11,6% que en 2012 (mientras que en el resto de España caía un 1,9%). La **cultura** - en sentido amplio - es sin duda un activo estratégico para toda Cataluña, pero especialmente para Barcelona, que habrá que poner en valor para transformar la ciudad en



una metrópolis creativa con proyección global.

Desde una perspectiva complementaria, hay que incluir también el sistema de **atención a la salud**, desde las clínicas con renombre internacional a los profesionales especializados, como uno de los principales activos en el área de los servicios personales en la economía metropolitana. La atención a la salud es uno de los atributos que marcan el estilo y la calidad de vida de una ciudad, con sinergias con otros sectores de servicios personales, como el turismo, pero también con la industria y la investigación, científica y técnica.

Tendencias / retos / oportunidades

Los cambios demográficos y en las pautas de consumo apuntan claramente hacia un **mayor crecimiento relativo de las actividades vinculadas con el ocio y los servicios de atención a las personas**, en sentido amplio. Pero sin una planificación estratégica que oriente adecuadamente la utilización del espacio urbano en el sentido deseado existe la posibilidad de caer en escenarios de especialización en actividades que generen **escaso valor añadido**. Como, por ejemplo, los asociados con un turismo de masas que crece caóticamente, o de un comercio más basado en la autoexplotación que en la diferenciación. Por tanto, el reto es, de nuevo, reforzar los factores de competitividad vinculados con el territorio y el capital humano.

En paralelo y en buena parte como resultado de estas tendencias de base, durante los años anteriores a la crisis aumentó muy significativamente el peso de las actividades relacionadas con el ocio en sus diversas manifestaciones. En especial, **el peso de las llamadas industrias culturales** se incrementó y diversificó, como destaca un estudio reciente del Ayuntamiento de Barcelona con *Barcelona Activa (Industrias culturales. Informe sectorial 2013)*. Fenómenos como la industrialización de la cultura, el aumento progresivo del consumo de bienes y servicios culturales y los esfuerzos de dinamización desde el sector público impulsan la proyección de los sectores culturales en el conjunto de la economía catalana, y muy especialmente en el área metropolitana, con una perspectiva de largo plazo.



Es previsible que la tendencia al aumento de la demanda de bienes y servicios vinculados con el ocio, el turismo y la cultura intensifique la evolución ascendente con la salida de la crisis. Al valorar los escenarios de futuro de las industrias culturales y creativas, el informe de *Barcelona Activa* destaca que estas industrias disponen de un potencial muy poco explotado de crecimiento. También se destaca el hecho de que las industrias culturales y creativas son **impulsoras de la innovación económica y social en muchos otros sectores de la economía**, principalmente en el campo de las tecnologías de la información, las comunicaciones y el turismo.

Objetivo estratégico

Los cambios demográficos y sociales señalados anteriormente apuntan hacia una expansión del ocio cultural como vector potencialmente transformador de los flujos turísticos y de las pautas de consumo en los entornos metropolitanos más dinámicos y mejor conectados internacionalmente.

El reto para la ciudad metropolitana es apostar por una mayor calidad del turismo, atraído por una oferta tanto comercial como cultural bastante amplia y diversificada, que incluye desde las artes plásticas y escénicas en el diseño, la gastronomía y el deporte, pasando por realzar el valor de una arquitectura diferenciada, un urbanismo característico, un sistema de salud líder y todos aquellos otros elementos que contribuyen a conformar una cultura distintiva como elemento determinado de la calidad de vida en territorio urbano. Pero también hay que incidir en factores de transformación internos a los propios sectores turístico y comercial, que pasan por la propia calidad del servicio o la atención a los cambios de la morfología comercial en tejido urbano.

Las industrias culturales son, también, en sí mismas, un polo generador de actividad y de puestos de trabajo de elevado valor añadido con un gran potencial de crecimiento que hay que canalizar y desarrollar. Por tanto, la apuesta por la cultura como factor transformador de la economía metropolitana, cumple una doble función como objetivo estratégico: proyecta la ciudad hacia **nuevos yacimientos de empleo y de actividad** y contribuye a **diferenciar el producto** en otros sectores más tradicionales.



También habrá que repensar el modelo comercial más adecuado para una conurbación metropolitana caracterizada por unos flujos turísticos crecientes, por cambios en las pautas de consumo asociadas con las nuevas tendencias sociales y demográficas, y por las connotaciones culturales asociadas con la marca Barcelona en los sectores del diseño, la moda, los objetos artesanales y artísticos, los artículos de lujo o la gastronomía. Muy especialmente, hay que integrar plenamente en la nueva estrategia metropolitana el potencial de la ciudad para acoger ferias, congresos y otros eventos, entre que destacan con fuerza los culturales, artísticos y deportivos.

Como síntesis de los argumentos anteriores, el objetivo estratégico que se propone es hacer de Barcelona una capital turística, comercial y cultural de referencia en el mundo, diferenciada por la calidad de sus servicios y la originalidad de sus creaciones.

Comparativa con el Plan estratégico metropolitano de Barcelona 2020 y otros proyectos estratégicos

En el actual Plan Estratégico Visión 2020 se incluye un subapartado relativo a las "industrias creativas" dentro del tercer eje del Plan ("Sector emergente"), que agruparía diferentes ámbitos de actividad relacionados con la cultura, el diseño, la publicidad y las artes escénicas. En particular, se reconoce el hecho de que en las economías avanzadas las industrias creativas crecen a un ritmo del 5% anual y se fijan un conjunto de medidas para hacer de Barcelona una ciudad líder global en estos ámbitos. También se incluye, dentro de este mismo eje, un subapartado dedicado al diseño y a la arquitectura como sectores emergentes, con las medidas de progreso correspondientes, y también hay un subapartado para el deporte. El turismo se incluye como un subapartado dentro del eje que trata de la industria y "otros sectores tradicionales", con una referencia al "Plan estratégico de turismo". En contraste con el tratamiento desconectado y poco priorizado de estos temas en el actual PEMB, el enfoque del nuevo Plan que se propone en este documento pasaría por un tratamiento integrador del turismo y del comercio, en conjunción con las industrias culturales y creativas.

El documento de la AMB sobre reflexión estratégica metropolitana incluye un apartado específico dedicado a "comercio y turismo", entre los 10 temas que se consideran clave para el



2. Dimensiones y ejes estratégicos. La dimensión económica

desarrollo económico del área. En el documento se recuerda que el comercio es la actividad que presenta un mayor número de ocupados en el AMB, pero también una de las que más empleo han perdido en el periodo 2009-2012, mientras que el turismo ha experimentado un fuerte crecimiento los últimos años, convirtiendo Barcelona en una de las grandes metrópolis del mundo para atracción de turistas. A continuación se definen una serie de retos, objetivos e iniciativas para cada sector, muchos de los cuales serían aprovechables para dar contenido al nuevo Plan estratégico. Donde no incide el documento del AMB es en articular la planificación estratégica de los sectores tradicionales (en este caso comercio y turismo) con la de aquellos otros sectores emergentes con los que se dan sinergias importantes (en este caso las industrias culturales o creativas) y que pueden actuar de vectores transformadores con una dirección estratégica clara: hacia un turismo y un comercio de más calidad en sintonía con el atractivo cultural de la ciudad.



TERCER EJE ESTRATÉGICO: ESPÍRITU EMPRESARIAL (regulación, emprendimiento)

Activos / pasivos

La capacidad de innovación tecnológica y comercial de la economía metropolitana tiene su origen en una importante acumulación de capital humano, sobre la base de una larga tradición industrial y empresarial vinculada al territorio. El **espíritu empresarial** - o disposición a emprender y desarrollar proyectos empresariales - es parte esencial de este capital humano y uno de los activos de referencia de Barcelona y Cataluña en su conjunto. Según el *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), el indicador de dinamismo emprendedor (*Entrepreneurial Activity Rate, EAR*) en Barcelona el año 2011 se situó en el 7%, similar a la media europea (7,6%) y superior a la española (5,8%), la francesa (5,7%) y alemana (5,6%).

Otro indicador positivo lo publica *European Cities Monitor* que, desde hace más de veinte años, recoge las opiniones de los principales ejecutivos de 500 compañías europeas. Según esta publicación, en el año 2011 Barcelona ocupó la sexta posición entre las mejores ciudades europeas para hacer negocios. Sólo superada por Londres, París, Frankfurt, Amsterdam y Berlín, con una evolución bastante estable a lo largo de los últimos diez años (aunque perdió una posición entre 2010 y 2011) y habiendo mostrado una de las mejores progresiones desde 1990, junto a Madrid y Berlin. La presencia en Barcelona de dos de las principales escuelas de negocios del mundo refuerzan la imagen de **metrópolis con vocación empresarial y proyección internacional**.

Por otra parte, la última edición de la encuesta a destacados profesionales extranjeros que elabora *Barcelona Global (International Professional Talent Monitor 2013)*, pone de manifiesto que a pesar de estar bien posicionada en general como ciudad para hacer negocios, también hay **aspectos negativos**. Como, por ejemplo, las dificultades a la hora de iniciar o desarrollar proyectos empresariales, el acceso al crédito, la rigidez del mercado laboral, la lentitud en la obtención de licencias de actividad y permisos de trabajo, y el apoyo público a los emprendedores que a menudo no cuenta con los instrumentos adecuados.



Factores transformadores

El principal activo emergente que refleja el renovado espíritu empresarial de la ciudad es el constituido por los nuevos emprendedores, inversores de riesgo (*business angels*) y profesionales con nuevos proyectos. Es difícil ofrecer indicadores cuantitativos de este dinamismo subyacente en forma de nueva cultura emprendedora que se extiende y prolifera por toda la ciudad, en diferentes ámbitos de actividad, sin hablar de casos individuales. Pero es un hecho. De lo que participan, en buena parte, profesionales y emprendedores procedentes de otros países.

También es destacable la reforzada sensibilidad de los responsables políticos para poner en marcha actuaciones que faciliten la actividad empresarial en la ciudad. Un ejemplo es el proyecto *Barcelona Growth*, liderado por el Ayuntamiento de Barcelona, con la participación de otras entidades representativas, como la Cámara de Comercio de Barcelona. Entre las medidas adoptadas dentro de este proyecto se incluye una *free zone* para emprendedores, o "zona franca" para *startups* del ámbito de las nuevas tecnologías, que disfrutarán de ventajas como bonificaciones del 100% de las tasas y tributos municipales, de las cuotas de la Seguridad Social de nuevos contratos indefinidos y bonificaciones parciales del precio de alquiler de despachos.

Tendencias / retos / oportunidades

Uno de los puntos más recurrentes de las políticas públicas de los últimos tiempos, en todos los países, es la conveniencia de adoptar un entorno institucional y normativo favorable a la actividad empresarial. Adaptar el entorno institucional y normativo a las necesidades cambiantes de la vida económica es una de las claves que determinan y determinarán más decisivamente la prosperidad de las ciudades y de las naciones. La adopción de normas y procedimientos *business friendly* es una tendencia de fondo con la que hay que tener un posicionamiento estratégico, en la medida en que contribuye a orientar los flujos de capital y las localizaciones empresariales en un contexto de competencia mundial.

En este sentido, la simplificación administrativa es uno de los retos eternos de las administraciones públicas. Ha habido múltiples intentos para simplificar los trámites ad-



ministrativos que lastran la actividad empresarial, por parte de los diferentes niveles de la administración pública, sin que el éxito en los resultados haya estado nunca a la altura de las expectativas.

Uno de los niveles de gobierno donde la mayor o menor agilidad administrativa es claramente apreciada es la **administración local**, debido a su proximidad a los ciudadanos y las empresas. Es aquí donde habría que centrar los esfuerzos, haciendo un ejercicio de análisis de trámites y competencias, con el objetivo de eliminar redundancias que no estén suficientemente justificadas o de intentar encontrar un marco común metropolitano que dé seguridad y facilidades a la actividad empresarial.

Objetivo estratégico

El objetivo principal en este ámbito estratégico es **hacer de Barcelona una metrópolis especialmente atractiva para crear y desarrollar proyectos empresariales, mediante un marco institucional y regulatorio de ámbito metropolitano simple, ágil y flexible.**

Muchos son los aspectos en que se puede materializar este objetivo. Desde la simplificación efectiva de los trámites administrativos, hasta la revisión en profundidad de la normativa municipal, pasando por los incentivos fiscales y las actuaciones sistemáticas o puntuales para promover las actividades empresariales.

Un ejemplo reciente es la propuesta de otorgar beneficios fiscales a los patrocinios empresariales para la sociedad público-privada que gestiona la capitalidad del móvil en Barcelona (*Mobile World Capital*). Se estima que los ingresos a tal fin se podrían multiplicar significativamente si se lograra que los patrocinios pudieran beneficiarse de un tratamiento fiscal similar al de las donaciones (la ley de mecenazgo establece una exención del 90%). Se trata de una propuesta difícil de aceptar por parte del gobierno central en un momento complicado para las finanzas públicas, pero sirve para ilustrar el grado de compromiso y de alineamiento de los sectores público y privado con una determinada opción estratégica, mediante una aproximación flexible al marco regulatorio.



**Comparativa con el Plan estratégico metropolitano de Barcelona 2020
y otros proyectos estratégicos**

El Plan Estratégico 2020 trata algunas de las cuestiones planteadas en estos apartados bajo el encabezamiento "Una administración ágil y fiable, business friendly", palancas de cambio. En el documento de la AMB se trata sobre el emprendimiento en el apartado "Creación de empresas", mientras que el documento de Barcelona Global "Barcelona and its Future" hace una amplia referencia a estas cuestiones.



2.2. LA DIMENSIÓN SOCIAL

Barcelona, metrópolis inclusiva y cohesionada

CUARTO EJE ESTRATÉGICO: INTEGRACIÓN Y COHESIÓN (paro, empleabilidad, gobernanza)

Activos / pasivos

El área metropolitana de Barcelona cuenta con un **capital social** importante que se apoya en dos pilares básicos: a) unos **servicios sociales** (educación, salud) que "han desarrollado y continúan desarrollando en estos momento de crisis una tarea poco reconocida en favor del fortalecimiento democrático y por la paz y la cohesión social (*Informe del Consejo Asesor de Políticas Sociales, CAPSIF, de 20 de diciembre de 2013*) y b) un **mercado de trabajo** de ámbito metropolitano, que conforma la base de una economía urbana con un elevado grado de integración. Pero la crisis económica ha afectado negativamente a los servicios públicos con finalidad social y ha disparado la tasa de paro en la metrópolis. En este contexto de crisis profunda se acentúa la tendencia secular a la **desigualdad** que caracteriza muchos países desarrollados y aumenta el **riesgo de pobreza**.

Según los datos del Idescat para el conjunto de Cataluña, el año 2011 el 20% de los ciudadanos más ricos tenían 5,3 veces más ingresos que el 20% más pobre. Una cifra similar a la media europea (5,1) y muy inferior a la española (7,1) por el mismo año de referencia. No obstante, este diferencial ha aumentado notablemente en Cataluña, desde el 4,7 registrado en 2006 (en España ha pasado del 5,5 a 7,2 entre 2006 y 2011). El hecho de que Cataluña tenga una distribución de la renta más igualitaria que la media española se debe, en parte, a su estructura productiva con un mayor peso de la industria y una mayor tasa de actividad.

A pesar de esta menor desigualdad relativa en Cataluña en comparación con la media española, es un hecho que también en nuestro país - y por extensión en el área metropolitana - **la desigualdad ha aumentado**, se han deteriorado las condiciones de vida de la mayoría de la población y la sociedad se ha polarizado. Así, según *la Encuesta*



de *Condiciones de Vida y Hábitos de la Población de Cataluña* de 2011, cuando se compara el 10% más rico con el 10% más pobre se observa un incremento de la desigualdad de hasta el 25% entre 2008 y 2011. Durante este periodo el 10% con menos recursos de la sociedad catalana perdió la mitad de su renta disponible, mientras que el 10% más rico se mantuvo estable.

En el informe *Barcelona 2014 El compromiso con las personas y la creación de empleo*, presentado recientemente por el Ayuntamiento de la ciudad, se pone de manifiesto que en el año 2013, por primera vez desde 2007, se ha frenado el aumento de desigualdad entre barrios, al tiempo que el número de parados registrados ha disminuido un 4% con relación al 2012. Sin embargo, se observan **grandes disparidades entre barrios y segmentos sociales**. De los 73 barrios del término municipal, 55 están por debajo de la media. Ciutat Meridiana, el barrio más pobre, tiene una renta del 37,5% con relación a la media municipal, mientras que Pedralbes, en el otro extremo, llega al 240%. El 44,1% de los barceloneses se sitúan en la renta familiar media, un 16,6% tienen ingresos altos y el 39,3% baja. Cabe destacar que en 2007 sólo el 22% de los ciudadanos de Barcelona ciudad se podían considerar de renta baja.

En todo este proceso de cohesión social, la gobernanza juega un papel fundamental. El área de Barcelona se puede considerar, en realidad, una ciudad de ciudades, con 36 municipios dotados de una importante personalidad propia y que han sido unos actores fundamentales en el mantenimiento de la cohesión social. Esta realidad esconde sin embargo asimetrías significativas, tanto desde el punto de vista de dotación de equipamientos como fiscales, que han supuesto un factor limitador en el logro de mayores niveles de cohesión. En este aspecto, la constitución formal del Área Metropolitana de Barcelona el año 2010 constituye un paso adelante en esta dirección.

Factores transformadores

Sin entrar aquí en el debate sobre hasta qué punto la desigualdad es un fenómeno cíclico o tendencial, hay un amplio consenso en considerar el paro como un factor determinante de la desigualdad. Por lo tanto el empleo es el instrumento más pode-



roso para hacer frente a la desigualdad y, desde el punto de vista de las políticas públicas, cobran importancia todas aquellas dirigidas a **mejorar la empleabilidad y facilitar el buen funcionamiento del mercado de trabajo**.

Las **políticas locales**, más próximas a las problemáticas específicas de los ciudadanos, tendrían un amplio margen para incidir positivamente sobre los factores que determinan la empleabilidad y la asunción de nuevos proyectos profesionales y empresariales, condicionados a la disponibilidad de recursos. Y cuando el mercado de trabajo es de ámbito metropolitano, es fundamental que las políticas públicas en este ámbito también sean de **ámbito metropolitano**.

Hay que tener en cuenta, en este contexto, la incidencia que pueda tener la nueva **Ley catalana de gobiernos locales**, actualmente en trámite parlamentario. Según el informe mencionado del CAPSIF, esta ley prioriza los criterios económicos y pide que tenga más en cuenta la reducción de las desigualdades, ámbito en el que los servicios sociales municipales tienen un papel importante. En el proyecto actual se contempla la posibilidad de imponer obligatoriamente a un ente local la gestión común o de un ente supramunicipal, cuando tenga sentido desde el punto de vista financiero y de eficiencia económica. También habrá que contar los efectos que se puedan derivar de la reforma de la normativa local impulsada por el gobierno español, que puede afectar negativamente a la provisión de servicios sociales por parte de los municipios.

Otro activo emergente favorable a la cohesión social son las **nuevas formas de gobernanza** que surgen como reacción a la amenaza de fragmentación, con el objetivo de construir la ciudad desde un punto de vista más participativo y crear estrategias de futuro consensuadas. Muchos de los elementos que permitirán el cambio ya existen (TIC, redes sociales, aumento de la participación ciudadana) y contribuirán decisivamente a facilitar la transición desde los modelos de gobernanza burocráticos y gerenciales a los relacionales, que buscan construir la ciudad desde el diálogo y el consenso.



Tendencias / retos / oportunidades

Recientemente la organización *Oxfam* ha presentado un informe en el *Foro Económico Mundial de Davos*, titulado *Gobernar para las élites. Secuestro democrático y desigualdad económica*, en el que pone en evidencia que casi la mitad de la riqueza mundial acapara el 1% más rico de la población, mientras que la mitad más pobre (más de 3.500 millones de personas) suma una riqueza comparable a la acumulada por las 85 personas más ricas. Son datos abrumadores, que parecen confirmar la hipótesis de que la desigualdad refleja una **tendencia de fondo a nivel mundial**, observada durante los últimos 30 años.

Sin embargo, la realidad es que conviven tendencias **contrastadas**, como es el aumento de la renta media en muchas economías en desarrollo, que acercan distancias con las más desarrolladas, y un empobrecimiento relativo de las capas medias dentro de los países desarrollados. Es decir, se reduce la desigualdad entre países ricos y países pobres y aumenta la desigualdad dentro de los países.

En realidad estos fenómenos son parte de un **mismo proceso**, en el que la intensificación de la competencia a nivel global y la incorporación de nuevas tecnologías que ahorran mano de obra poco cualificada conducen a una nueva estructura productiva que perjudica a los menos formados, tanto como beneficia a los que mejor se adaptan a la nueva situación.

En la medida que el consumo representa la principal fuente de demanda y que la propensión a consumir disminuye por segmentos de renta dentro de cada país, **una mayor desigualdad perjudicaría el crecimiento económico** y representaría un freno para la recuperación. Siempre y cuando la otra fracción de la renta nacional, la que se ahorra, no se transforme en inversión productiva, compensando la pérdida de peso del consumo. De hecho, la brecha creciente entre los beneficios empresariales y la formación de capital, en un entorno marcado por el desendeudamiento, parece confirmar que la inversión no está compensando aún la disminución del consumo, y que desigualdad y atonía económica coinciden en esta etapa de incipiente pero incierta recuperación.



En este contexto, el Informe de la OCDE *Divided we stand*, de 2011, destaca que una de las herramientas más eficaces para combatir el paro y la desigualdad son las **políticas activas de empleo** y, en especial, la **formación de los parados**. Pero en España, entre 2011 y 2013, las políticas de fomento del empleo han sufrido un recorte presupuestario superior al 50%. Y la previsible continuidad de las políticas de austeridad durante los próximos años apunta a que las políticas activas continuarán sujetos a la contención presupuestaria, poniendo **más presión sobre el nivel de gobierno municipal**, que es el que sufre más directamente las consecuencias sociales del desempleo y la desigualdad.

Hay que reconocer que una parte del desempleo y de la desigualdad actual tienen un **componente estructural** derivado de los cambios, también estructurales, en las relaciones laborales y los mercados de trabajo, tanto a nivel local como a nivel mundial. Por ejemplo, las tendencias actuales y previsibles en el ámbito de las relaciones laborales y de la organización empresarial apuntan hacia un contexto fluido en el que las **trayectorias profesionales estarán vinculadas a proyectos secuenciales**, sin expectativa de permanencia en el mismo puesto de trabajo a lo largo de la vida. En este nuevo contexto, las fronteras entre empleo por cuenta ajena y emprendimiento se difuminan, y toma cada vez más protagonismo la **orientación al conocimiento** como factor de impulso empresarial y clave de la empleabilidad.

Thomas W. Malone, in *The Future of Work: How the new order of business will shape your organization, your management style, and your life*, afirma que nos encontramos en las etapas iniciales de una revolución en los modelos de negocio y de organización de las empresas. Gracias a las nuevas tecnologías, los nuevos modelos organizacionales y de negocio se caracterizarán por unas estructuras más descentralizadas, en las que el poder y el control se reparten de forma más difusa. Los trabajadores del futuro se encontrarán cada vez más dispersos pero mejor conectados por la tecnología, por lo que podrán tomar decisiones utilizando información obtenida de una multiplicidad de personas y lugares. Por primera vez en la historia, la tecnología permitirá disfrutar de las ventajas de las grandes organizaciones, como las economías de escala, sin perder los beneficios de grupos más pequeños como la libertad, la creatividad, la motivación y la flexibilidad.



Martin Carnoy, en *Sustaining the New Economy. Work, family and community in the Information Age*, destaca que las empresas deberán ser cada vez más flexibles a la hora de estructurar los puestos de trabajo. El trabajo ha pasado de la producción de bienes agrícolas o industriales a la producción de servicios cada vez más sofisticados. Y el principal componente de estos nuevos servicios es el conocimiento que aumenta la productividad, se ajusta a las necesidades específicas del cliente y desarrolla nuevos productos. En el futuro, un puesto de trabajo no significará lo mismo que significa hoy. Los cambios en marcha diluyen la identificación de los trabajadores con una sola organización empresarial a lo largo de su trayectoria profesional. Por otra parte, se observa un aumento gradual de la demanda de trabajadores muy cualificados y se espera que esta tendencia se intensifique en los próximos años. Los dos elementos clave de esta transformación son la flexibilidad del proceso laboral y la interconexión en redes de empresas y de individuos emprendedores dentro de las empresas. Carnoy concluye que la mejor vía para facilitar esta transformación y orientarla hacia el escenario más deseable es la formación de los trabajadores, fomentando la adaptabilidad a procesos laborales más flexibles y de elevado rendimiento (*life long learning*).

En paralelo, con las tendencias que provocan cambios de largo recorrido en las relaciones laborales, el crecimiento de las megaregiones urbanas se ha visto acompañado por el fenómeno de la **suburbanización** a escala global, que plantea riesgos graves de polarización socioeconómica. Estos fenómenos agravan las fracturas socioeconómicas del territorio y generan patrones de exclusión social importantes. En esta misma línea, también hay que tener en cuenta la tendencia a la **periferización** de las ciudades, expresada en la generalización de zonas deprimidas que ocupan grandes extensiones en las periferias de las ciudades.

Todos estos argumentos llevan finalmente hacia la cuestión de la **gobernanza** en sentido amplio, como herramienta para garantizar un equilibrio basado en el diálogo entre todos los actores que confluyen en la ciudad. La gobernanza también incluye la capacidad para afrontar problemas comunes más allá de los ámbitos del gobierno político y comprende los sistemas de confianza y adaptación conjunta entre los diferentes actores urbanos. La tendencia a que la ciudad se convierta en un espacio cada vez más fragmentado - socialmente, económicamente y espacialmente - es un riesgo



que pone de manifiesto fallas en la gobernanza. Más concretamente, déficits en los mecanismos de conexión, diálogo y creación de consenso entre los diferentes agentes urbanos.

Desde una perspectiva más concreta, el fortalecimiento de los instrumentos de gobernanza democrática de la ciudad metropolitana es garantía de **voluntad integradora**, frente a los riesgos de fragmentación, periferización y polarización socioeconómica del espacio urbano. Es una oportunidad para **hacer frente mancomunadamente al reto de la cohesión social con un proyecto de ciudad integradora**.

Objetivo estratégico

El reto de la cohesión social tiene un ámbito metropolitano y requiere ser tratado mediante políticas sociales y urbanísticas de alcance metropolitano. La población inmigrada y determinados colectivos (jóvenes, mayores de 50 años) son los que sufren con mayor intensidad los efectos de la crisis y plantean retos urgentes que hay que afrontar con políticas sociales y urbanísticas de amplio alcance. Durante el 2013, por ejemplo, el número de ciudadanos que pidieron ayuda o asesoramiento a los servicios sociales municipales aumentó un 15%, el número de raciones de comida gratuita un 40% y los servicios de atención a menores un 12%.

En especial, hay que desarrollar políticas públicas orientadas a mejorar la **empleabilidad** y **gestionar la diversidad**, desarrollando capacidades que ayuden a configurar un modelo de ciudad multicultural, integradora y abierta. Hay que tener en cuenta que en determinadas zonas hay una importante concentración de población de origen extranjero, a pesar de haberse reducido ligeramente en el conjunto del área metropolitana en los últimos años. (En Barcelona ciudad, en el distrito de Ciutat Vella, por ejemplo, los ciudadanos de origen extranjero representan el 42% del total).

En este nuevo contexto, el planeamiento urbano de carácter transversal - que incorpore reflexiones físicas, socioeconómicas y políticas, entre otros - es una herramienta fundamental para canalizar la nueva revolución urbana hacia un modelo de crecimiento ordenado. Como se dice en el *Informe de tendencias mundiales* de la *Comisión*



de *Prospectiva del PEMB 2020*, hay que replantear los roles del planeamiento urbano y del planeamiento económico estratégico dentro de una visión integradora que permita pasar de la *urbe* a la *civitas*: del espacio construido a la civilidad pensada o realidad social constituida por los ciudadanos en toda su extensión y complejidad.

Como consecuencia de los argumentos expuestos, el objetivo estratégico que se propone es dar auténtica dimensión metropolitana a las políticas activas de empleo, vivienda, espacio público y, en general, a todas las actuaciones orientadas a fortalecer la cohesión social en el ámbito metropolitano.

Es importante que la constitución del nuevo gobierno metropolitano no implique solapamiento y duplicidad de competencias en el territorio sino, al contrario, contribuya a una mayor eficiencia en la gestión en todos los niveles de gobierno.

Comparativa con el Plan estratégico metropolitano de Barcelona 2020 y otros proyectos estratégicos

Las cuestiones de la cohesión social y de la gobernabilidad institucional están ampliamente tratadas en el Plan Estratégico Metropolitano de Barcelona-Visión 2020. En el sexto eje de retos y medidas, bajo el título "Una ciudad interesante y equilibrada socialmente: una respuesta social a la crisis", y también en palancas de cambio ("Gobernanza"). Se reconoce que más allá de la educación, una ciudad equilibrada socialmente requiere acciones en el terreno de la cultura, el espacio público, la vivienda social o de la movilidad, proponiendo medidas concretas en todos estos terrenos. Por otra parte, se hace hincapié como motores de cambio en el desarrollo de una administración pública innovadora, la simplificación administrativa y, especialmente, en un modelo de liderazgo compartido (público-institucional-privado).

El documento de reflexión estratégica de la AMB aborda el tema de la gobernanza en el apartado "Modelo territorial y desarrollo de herramientas de nueva gobernanza". Se parte del hecho de que en la conurbación barcelonesa se da simultáneamente un incremento de la diversidad productiva y un proceso de especialización creciente en determinadas zonas, con un diferente grado de integración en la cadena de valor del sistema productivo. Las actividades de menor valor añadido y consumidoras de suelo se han ido desplazando fuera de



las coronas centrales, a causa del crecimiento de los precios del suelo en el núcleo metropolitano. Para armonizar este proceso se aboga por políticas diseñadas y ejecutadas de forma supramunicipal como, por ejemplo, infraestructuras de transporte y movilidad, promoción económica, urbanismo y oferta especializada de servicios públicos (educación, sanidad) en los diferentes núcleos urbanos. Como conclusión, se plantea el reto de construir nuevas estrategias y herramientas de gobernanza que permitan coordinar con eficacia el desarrollo económico, social y territorial de la AMB.

Las cuestiones relativas al empleo y la empleabilidad se tratan de alguna manera en el Plan estratégico 2020 dentro del eje titulado "Una ciudad interesante y equilibrada socialmente: una respuesta social a la crisis", donde se apuesta por un sistema educativo básico y profesional de calidad y por facilitar puentes entre los diferentes componentes del sistema educativo, profesional y universitario. Más adelante, cuando se tratan de las palancas de cambio, uno de los ejes es "una universidad y un sistema educativo potentes". Sin embargo, no hemos encontrado un tratamiento suficientemente amplio de los retos que plantean la creación de empleo y la empleabilidad en un contexto marcado por cambios demográficos, tecnológicos y sociales de amplio alcance.

La agenda europea 2020 si incide, a fondo, en los retos del empleo en los nuevos escenarios de futuro, en las iniciativas tituladas "Juventud en movimiento" y "Agenda de nuevas cualificaciones y empleos". En la primera, se establece como objetivo mejorar los resultados de los sistemas educativos y facilitar la entrada de los jóvenes en el mercado de trabajo. En la segunda, se habla de modernizar los mercados laborales y potenciar la autonomía de las personas desarrollando sus capacidades a lo largo de la vida y de adecuar mejor la oferta y la demanda de trabajo mediante la movilidad laboral.

En el documento de reflexión estratégica de la AMB, por otra parte, también se hace un tratamiento específico de la cuestión, los apartados sobre "Mercado de trabajo y empleo" y sobre la "Inserción laboral de los titulados superiores y de FP".

En la agenda Europa 2020 existe una iniciativa ("Plataforma europea contra la pobreza") para garantizar la cohesión social y territorial de tal forma que los beneficios del crecimiento y del empleo sean ampliamente compartidos.



2.3. DIMENSIÓN URBANÍSTICA Y AMBIENTAL

Barcelona, metrópolis conectada y sostenible

QUINTO EJE ESTRATÉGICO: CONECTIVIDAD Y SOSTENIBILIDAD (medio, movilidad)

Activos / pasivos

El modelo de ciudad compacta y mediterránea que representa Barcelona favorece la movilidad sostenible, que representa un 81% de los desplazamientos internos, y reduce el tiempo de transporte al lugar de trabajo. En correspondencia con estas ventajas, Barcelona mantiene la sexta posición del ranking de mejores ciudades europeas en transporte interno, según datos del *European Cities Monitor*. Por otra parte, la metrópolis sigue avanzando en el campo de la movilidad eléctrica y ha sido la capital mundial del vehículo eléctrico en 2013, acogiendo la EVS (*Electric Vehicle Symposium*), congreso mundial de referencia del sector. Barcelona también destaca en cuanto al compromiso medioambiental de las empresas, con una posición líder en el ranking europeo de la certificación EMAS, superando algunos países de referencia en este sector como Dinamarca, Noruega y Finlandia. Finalmente, la climatología templada de Barcelona constituye una ventaja para la sostenibilidad medioambiental.

Por el lado de los pasivos Barcelona debe hacer frente a problemas medioambientales propios de las grandes ciudades, relacionados con el abastecimiento y consumo de agua o con la contaminación atmosférica y acústica. Barcelona, como Madrid, han llegado a superar en determinadas ocasiones los niveles máximos de contaminación atmosférica permitidos por la normativa europea. La causa principal son los contaminantes procedentes de la contaminación de los vehículos (el dióxido de nitrógeno y las partículas en suspensión) y el ozono de las capas bajas de la atmósfera (que se genera como reacción con otros componentes del aire). Hay que tener en cuenta que estos contaminantes tienen consecuencias graves en forma de enfermedades respiratorias, problemas cardiovasculares y cánceres de pulmón. Según el último ranking publicado por la Unión Internacional del Transporte Público, Barcelona y su entorno metropolitano ocupa la posición 24 de un total de 84 núcleos urbanos con respecto a la



media anual de concentración de PM_{10} , con un valor de $38,8 \text{ mcg} / \text{m}^3$ (Estocolmo 16,7), y el lugar 18 por concentración de NO_2 , con $36,9 \text{ mcg} / \text{m}^3$ (Estocolmo 12,5). En el ámbito de la movilidad, también hay que llamar la atención sobre los **déficits pendientes** en determinadas infraestructuras estratégicas para el ámbito metropolitano, como las **rondas de circunvalación**, las **conexiones con el Baix Llobregat** o el **nudo de la Trinidad**. La paralización de las obras de la **línea 9**, en particular, dificulta los accesos al aeropuerto y las instalaciones feriales.

Factores transformadores

En Cataluña en general y en el área metropolitana de Barcelona en particular se ha desarrollado en los últimos años un importante stock de **conocimiento tecnológico y de gestión** en el campo de la sostenibilidad ambiental y de la movilidad urbana, tanto en el sector público como en el sector empresarial privado. Los esfuerzos realizados en este sentido ponen las bases de unos sectores de actividad económica con un gran potencial de futuro y hacen que Barcelona pueda aspirar a ser **metrópolis de referencia** en los campos de la **sostenibilidad** y la **conectividad**.

En especial, Barcelona se está constituyendo en un referente de **smart city** que aprovecha las posibilidades que abren las tecnologías de la información y las comunicaciones para desarrollar unas infraestructuras urbanas orientadas a garantizar un desarrollo sostenible, un aumento de la calidad de vida, una mayor eficiencia en la utilización de los recursos (humanos y energéticos) y una mayor participación ciudadana. Por tanto, el concepto de **smart city** representa un progreso cualitativo desde las infraestructuras físicas a las **infraestructuras digitales que gestionan los flujos de información y conocimiento**, de la correspondencia entre los términos **smart city** y ciudad inteligente o digital.

Por otra parte, crecen las iniciativas empresariales en el campo de la llamada **"economía verde"** dentro del espacio de la ciudad metropolitana. La economía verde es un concepto transversal que incluye actividades, bienes y servicios enfocados a reducir costes y diferenciar los productos en base a criterios medioambientales, en estrecha relación con las nuevas tecnologías. Es una vía para ganar competitividad



mejorando la sostenibilidad.

Esta economía verde abarcaría desde las actividades más tradicionales, basadas en el reciclaje, el ahorro de agua o las energías renovables, pasando por la transformación de los sectores económicos tradicionales hacia una mayor sostenibilidad ambiental, y hasta llegar a los nuevos sectores emergentes basados en el desarrollo de tecnologías medioambientales.

Tendencias / retos / oportunidades

Con horizonte 2040, el 65% de la población mundial habitará en **grandes ciudades**. Los grandes núcleos urbanos continuarán recibiendo población en las próximas décadas y tendrán que afrontar **retos importantes** vinculados con el suministro energético, la reducción de las emisiones de CO², la regulación del tráfico rodado, el aprovisionamiento de bienes y materias primas, o la prestación de servicios sanitarios y de seguridad a sus residentes.

Por su parte, la Comisión Europea ha planteado un objetivo vinculante de **reducción de emisiones** hasta 2030 entre el 35% y el 40%. Se han eliminado los objetivos vinculantes para cada país de energías renovables, pero en el momento de redactar este documento se encontraba en discusión la posibilidad de incluir un porcentaje que debería alcanzar la UE en su conjunto, que podría ser del 25 % o del 27%. Desde una perspectiva europea la economía verde debe ser, también, un factor de competitividad. En este sentido, para Europa es un objetivo estratégico seguir liderando el desarrollo de las energías renovables e invertir en eficiencia energética en edificios, industrias y sistemas de transporte. Se prevé que los beneficios de esta estrategia se materialicen en creación de empleo, seguridad energética y un aumento de la competitividad de la economía en un mundo donde las fuentes energéticas serán más escasas y caras.

Ante estos retos se consolida la tendencia a aprovechar **la automatización y las tecnologías de la información para ampliar y mejorar las infraestructuras que garantizan la conectividad y la sostenibilidad**. Por ejemplo, utilizando sistemas que optimicen el



rendimiento de las infraestructuras en áreas como la gestión del tráfico, la movilidad integrada y la conducción eficiente. Más allá de las infraestructuras, estas mismas tecnologías también se utilizan de forma cada vez más intensiva para mejorar la eficiencia energética en los edificios y equipamientos urbanos; para proteger las ciudades de los desastres naturales; para adaptar los nuevos vehículos del transporte colectivo a la necesidad de ahorrar energía y contaminar menos, y también para garantizar la seguridad urbana. Destacan particularmente las tecnologías basadas en redes de sensores inalámbricos, que pueden medir varios parámetros de interés para una gestión más eficiente de las ciudades.

Desde la Unión Europea se ha apostado decididamente por elaborar una estrategia en favor del concepto de ciudades digitales o inteligentes, que va más allá de las infraestructuras y de las tecnologías para abarcar también cuestiones relativas al **capital humano** y social en un entorno urbano. Así, cuando se habla de infraestructuras en el contexto de las *smart cities* la connotación del término se amplía para incluir los servicios empresariales, las viviendas, los servicios relacionados con el ocio urbano y otros elementos asociados con el estilo de vida en un marco conectado por las TIC. También se habla de infraestructuras "blandas", como las redes de conocimiento o las organizaciones de voluntarios, vinculadas con las profesiones y "clases" creativas (Richard Florida) en un entorno altamente digitalizado.

Otro enfoque del concepto de ciudad inteligente es el que hace hincapié en el papel del **capital social y relacional** como clave del desarrollo urbano. En este sentido, el concepto de **ciudad sostenible y conectada** amplía al de **ciudad inclusiva**, que hace hincapié en el acceso de los ciudadanos a los servicios públicos y en la participación ciudadana en la elaboración de políticas públicas. Por tanto, el concepto de *smart city* es un concepto amplio, que relaciona sostenibilidad medioambiental con sostenibilidad social, conectividad con creatividad, y capital tecnológico con capital social. Desde este punto de vista, se trata de una aproximación complementaria al tratamiento que se ha hecho en este documento de los ejes estratégicos relacionados con la innovación, la creatividad y la cohesión social, con la dimensión añadida de la conectividad digital y la sostenibilidad ambiental.

Por otra parte, el concepto de economía verde trata de dar respuesta conjuntamente



a tres retos fundamentales de las sociedades urbanas: las emisiones de carbón, el uso eficiente de los recursos y el bienestar y la equidad sociales. Se trata de un enfoque multidisciplinar, que analiza las interacciones entre el sistema natural y los subsistemas social y económico, tratando de adaptar el desarrollo económico a los límites físicos y biológicos de los ecosistemas. Como en el caso de las *smart cities*, la idea de economía verde se extiende para abarcar cuestiones culturales y sociales, haciendo hincapié en los valores de la equidad y la distribución inter e intra.

La economía verde puede ser también un **factor de competitividad urbana**, en la medida en que incluye sectores de actividad enfocados a ahorrar costes y diferenciar productos y servicios en base a criterios de sostenibilidad ambiental y social. Desde esta perspectiva, las tendencias representadas por la economía verde van en la misma línea estratégica de una nueva industria basada en la innovación y el conocimiento, y del énfasis en la cohesión social en un marco institucional integrador de ámbito metropolitano.

Objetivo estratégico

Barcelona debe apostar claramente por un modelo de ciudad inteligente y energéticamente eficiente, conectada digitalmente, que tienda a minimizar las emisiones de carbón y coordine el suministro energético mediante redes inteligentes que ajustan la oferta a la demanda, y con un sistema de movilidad sostenible.

Dentro de este marco general el objetivo estratégico sería **transformar Barcelona en una metrópolis inteligente líder en la gestión de los recursos hídricos y energéticos y en la utilización de las nuevas tecnologías para gestionar los flujos de personas y mercancías, con un protagonismo creciente de la llamada "economía verde", transversal a todo el tejido productivo.**

Dentro de las posibles actuaciones específicas alineadas con los valores de la sostenibilidad y la conectividad que devengan un debate profundo se puede destacar, por ejemplo, la **implantación del vehículo sostenible** en el área metropolitana, tanto en el ámbito privado como en el público. Quedaría pendiente de debate si la mejor opción



**Comparativa con el Plan estratégico metropolitano de Barcelona 2020
y otros proyectos estratégicos**

La cuestión de la sostenibilidad figura de manera prominente en la actual Pla estratégico-Visión 2020, fundamentalmente en relación al cambio climático (en el eje "Sostenibilidad y cambio climático") y se aborda en la agenda europea 2020 bajo el epígrafe de "la utilización eficaz de los recursos".

De la conectividad (digital) se habla en la agenda Europa 2020 bajo el título de "Una agenda digital para Europa", con el objetivo de acelerar el despliegue de internet de alta velocidad y alcanzar un mercado único digital para familias y empresas.



2.4. DIMENSIÓN INTERNACIONAL

Barcelona, metrópolis global

SEXTO EJE ESTRATÉGICO: PROYECCIÓN GLOBAL (internacionalización, talento)

Activos / pasivos

Hay una serie de factores consolidados que ubican Barcelona en el mapa de las ciudades globales: ocupar un espacio de **centralidad en la megarregión** urbana que llega hasta Lyon; disponer de unas **infraestructuras** de conexión y relación de primer nivel internacional (puerto, aeropuerto, feria); ser la **sede** de instituciones, centros de investigación y eventos con impacto global en diferentes ámbitos; saber mantener una elevada **calidad de vida** (que es el principal elemento diferencial de las ciudades a la hora de competir para atraer capital humano) y, *last but not least*, la **marca Barcelona**.

La reciente constitución de una agencia pública y privada para gestionar la marca Barcelona, en el marco del proyecto *Barcelona Growth*, representa un paso adelante para consolidar las ventajas de un poderoso intangible del que se benefician la ciudad, su área metropolitana y el conjunto de Cataluña. En especial, la agencia velará por mantener el "prestigio y la buena reputación asociados a la marca Barcelona", analizando su impacto y cuidando el diseño de las representaciones y expresiones de la marca.

Cabe destacar especialmente que, el año 2012, el índice sintético *Global Power City*, que elabora desde 2008 la fundación japonesa *Mori Memorial Foundation* de 70 indicadores ordenados por ámbitos de competitividad urbana, y que compara 40 grandes ciudades del mundo, incluye por primera vez Barcelona y la posiciona en el 13º lugar mundial y el 7º europeo por su competitividad global. Encabezan la clasificación grandes metrópolis como Londres, Nueva York, París y Tokio. Barcelona obtiene una puntuación global próxima a las de Pekín y Frankfurt y ligeramente superior a las de Shanghai, Sidney y Estocolmo. Por ámbitos concretos, Barcelona es la sexta en inter-



acción cultural y la octava en calidad de vida. Pero cae al puesto 36 en el ámbito económico y al 24 en I + D.

Este buen posicionamiento global se corresponde con el hecho de que con datos del informe *Global Cities Investment Monitor* de la consultora KPMG, referidas al año 2012, Barcelona se sitúa en la 12ª posición entre las **principales metrópolis del mundo receptoras de inversión internacional**, mejorando tres posiciones con relación al año anterior. Cabe mencionar que - según esta misma fuente - durante el 2012 Barcelona ha captado 102 proyectos de inversión extranjera y concentra el 35% de los que se registran en España, seguida de Madrid, con el 23%. Se trata de un porcentaje igual que París en Francia (35%) y cercano al de Londres en relación al Reino Unido (39%).

Barcelona destaca especialmente como **tercera ciudad organizadora de reuniones internacionales** en 2011, según el ranking del informe anual de la *International Congress and Convention Association* (ICCA). Este año se celebraron 150 congresos internacionales en Barcelona, una cifra sólo superada por Viena (181) y Paris (174), representando un aumento significativo en relación a años anteriores. El principal sector en este ámbito es el médico-sanitario, seguido del económico-comercial, el académico y científico, y el tecnológico.

En cuanto a los pasivos, una encuesta reciente a profesionales extranjeros residentes en Cataluña (*International Professional Talent Monitor 2013. Work, Business and Life in Barcelona*) promovida por *Barcelona Global*, detecta que hay **margen de mejora en algunos aspectos relativos al grado de apertura al talento internacional**. En concreto, los entrevistados valoran positivamente muchos factores de la ciudad, con indiferencia al sentimiento de pertenencia a la sociedad barcelonesa y negativamente a otras cuestiones, como el precio de la vivienda en alquiler o en propiedad. Uno de los aspectos con los que se muestran más críticos son la forma como las diferentes administraciones públicas interactúan con el talento internacional que vive y trabaja en Barcelona. En su opinión, debería aumentar la claridad de la información y la eficiencia de determinados procedimientos administrativos necesarios para establecerse en la ciudad, como los permisos de trabajo y residencia, así como el permiso de conducir, la obtención del NIE, el acceso a la cobertura del sistema de salud público. A esta lista de obstáculos, debe añadirse uno muy importante, que es el todavía insuficiente



dominio del idioma inglés en la ciudad, cuestión en relación a la que Barcelona Global ha insistido reiteradamente.

Otro déficit importante de la ciudad, que afecta decisivamente su capacidad de proyección global, es la falta de **empresas de gran dimensión** y vocación internacional con **sede** en Barcelona. Cuestión que está vinculada con la tradicionalmente menor dimensión de las empresas autóctonas, en comparación con los parámetros habituales en otros países con un grado similar de desarrollo.

Barcelona es la **sede** de algunas **instituciones y centros de ámbito internacional**, pero también en este sentido falta "masa crítica", en comparación con otras ciudades con aspiraciones globales. El hecho de no ser capital de Estado probablemente tiene relación con estos dos déficits.

Factores transformadores

El principal activo de la ciudad, lo que más la proyecta al exterior y mejor explica las inversiones del exterior, es su **capital humano**. Apoyado en un **sistema universitario potente**, una fuerte tradición **empresadora** y la disposición natural a la **internacionalización**³.

Durante los últimos años las **universidades** del área metropolitana están haciendo notables esfuerzos para adecuar la oferta de titulaciones, mejorar la inserción laboral de los graduados, contribuir a transformar la investigación en innovación y potenciar la formación continua.

En paralelo, se han puesto en marcha en el AMB un conjunto de proyectos emblemáticos con incidencia sobre la atracción de inversión extranjera, el emprendimiento y el talento en un entorno global. Cabe citar, a título de ejemplo, el proyecto "Barcelona KEY", impulsado por la Generalitat y los Ayuntamientos de Barcelona y Sant Adrià del

³ El escudo de la Cámara de Comercio de Barcelona lo expresa con la extraordinaria concisión y expresividad del latín literario: *Tierra dabit mercato. Undaque, divitias* ("La tierra nos da la prosperidad, pero es más allá de las olas que encontramos la riqueza").

Besós, que ya agrupa a una veintena de instituciones y de empresas de todo el mundo entorno a diferentes propuestas relacionadas con la educación superior, la investigación y el emprendimiento, con el objetivo de fomentar la **atracción de talento internacional** en el ámbito de la economía del conocimiento. En esta misma línea, también hay que valorar positivamente las políticas públicas dirigidas a la captación y retención del talento en Cataluña (PSH-Plan Sierra Húnter, Icrea).

Tendencias / retos / oportunidades

"La globalización no es tan globalizada como muchos se imaginan". Como afirma Ghemawat (2011), el mundo va hacia una "semiglobalización", donde se combinan la regulación estatal y la integración de mercados y fronteras. Los vectores de distancia y proximidad continuarán jugando un papel fundamental, por lo que la **geopolítica** seguirá siendo relevante para analizar los fenómenos sociales y económicos en entornos metropolitanos.

Hay que contar también con el hecho de que el centro de gravedad económico del planeta se está trasladando hacia Oriente y que, a largo plazo, nos encontraremos ante **regiones emergentes** asociadas con nuevas rutas comerciales y nuevas olas migratorias, nuevas economías de rápido crecimiento y "mercados frontera". De manera progresiva, el Mediterráneo se configura como la puerta de entrada a Europa y África los mercados asiáticos.

En este contexto, la Barcelona metropolitana afronta el reto de competir con otras ciudades para captar **inversión extranjera**, atraer **talento** de todo el mundo, generalizar el dominio de **idiomas** extranjeros (en particular del inglés) y conseguir un **marco regulatorio** atractivo para las empresas localizadas o que podrían decidir localizarse en el territorio.

Cabe destacar especialmente que - para aspirar a ser una ciudad realmente global - Barcelona debe aumentar la **dimensión empresarial** y posicionarse como sede de grandes empresas, instituciones y otras entidades, públicas y privadas, de ámbito internacional. La universidad, por su lado, tiene que poder dar respuesta al irreversible



proceso de globalización, de la educación universitaria. Entre las manifestaciones más relevantes de este proceso hay que señalar algunos retos de envergadura, como la introducción de la enseñanza *on line* y la progresiva internacionalización de los estudiantes y del profesorado.

Por otra parte, las tendencias actuales y previsibles en el ámbito de las relaciones laborales y de la organización empresarial apuntan hacia un contexto fluido en el que las trayectorias profesionales estarán vinculadas a proyectos secuenciales, sin expectativa de permanencia en el mismo lugar de trabajo a lo largo de la vida. En este nuevo contexto, las fronteras entre empleo por cuenta ajena y emprendimiento se difuminan, y toman cada vez más protagonismo la orientación al conocimiento y la gestión del talento, que pasan a ser los principales factores de impulso empresarial y la clave de la empleabilidad. Las ciudades auténticamente globales serán aquellas capaces de formar, atraer y retener el mejor talento internacional.

Objetivo estratégico

Más que el capital físico, tecnológico o financiero, es el capital humano cualificado lo que más contribuirá a determinar cómo se insertan las metrópolis en el mapa global de ciudades. En concreto, cabe preguntarse sobre el papel de las grandes empresas y las instituciones internacionales, junto con las universidades y los centros de investigación de excelencia, como polo de gravitación del talento internacional, pero también sobre la configuración de un entorno propicio para el desarrollo de talento propio con proyección global.

La propuesta estratégica en este eje pasaría por posicionar Barcelona como sede de empresas, instituciones y centros de referencia de ámbito internacional, en los terrenos económico y político, científico, tecnológico, cultural y artístico, con el objetivo de atraer al talento internacional y retener y proyectar el propio en todo el mundo.

Estas líneas de actuación, conjuntamente con las otras prioridades estratégicas planteadas en apartados anteriores, confluyen para reforzar la percepción de la "marca



Barcelona" y, sobre todo, proyectar hacia el futuro un "modelo Barcelona" singular y universal a la vez.

Comparativa amb el Pla estratègic metropolità de Barcelona 2020 i altres projectes estratègics

En el Plan estratégico metropolitano 2020 la cuestión del modelo de ciudad abierta al mundo se trata principalmente en "retos y medidas", en el eje titulado "Situación del AMB como referente en el nuevo marco global: mayor presencia en los países que lideran el mundo y capitalidad del Mediterráneo" y en palancas de cambio en el apartado sobre "Incorporación a los mercados mundiales: amplio conocimiento de idiomas, conexiones internacionales y marca Barcelona". El objetivo estratégico apunta hacia la capitalidad mediterránea de Barcelona, en el contexto de un nuevo mapa geopolítico global, además de impulsar una estrategia propia de relaciones internacionales basada en la "diplomacia de ciudades". También se hace énfasis en la gestión y promoción de la marca Barcelona.

En el documento de reflexión estratégica de la AMB incluye un apartado dedicado a la "Proyección exterior de Barcelona y atracción de inversión extranjera directa".

La noción de talento figura de forma destacada en el actual Plan estratégico - Visión 2020, bajo el título "Convertirse en una de las regiones europeas más atractivas para el talento innovador". En el texto, el talento se relaciona con los conceptos de emprendimiento y de innovación, mediante el objetivo estratégico de constituirse en Barcelona un *hub* de emprendedores innovadores, y se subraya la importancia de tener presente el potencial de red que pueden ejercer los centros de investigación reconocidos internacionalmente. Más adelante, cuando se tratan de las palancas de cambio, uno de los ejes es "una universidad y un sistema educativo potentes".



Contacto

Plan Estratégico Metropolitano de Barcelona

C/ Ausias Marc, 7. 08010 Barcelona

E-mail: plaestrategic@pemb.cat

Telf. 93 318 70 51

www.pemb.cat