

¿Adónde va Barcelona?

El éxito internacional de Barcelona, sólo hay que ver las calles llenas de turistas y el número de películas filmadas en la ciudad, plantea las perspectivas de futuro y el horizonte de la región metropolitana. La marca Barcelona trasciende tanto España como Catalunya. Hace tiempo nos lamentábamos de que el aeropuerto de Barcelona se había quedado atrás y ahora vemos como se acerca a Barajas en volumen de viajeros. ¿Por qué se ha producido este fenómeno? La clave está en el éxito turístico y en el atractivo de la ciudad.

Todo el mundo quiere venir a visitar Barcelona. Y también a estudiar y a investigar. Es un cambio importante. Hace diez años participé en un estudio de los tres vectores de desarrollo de la región metropolitana: la ciudad ocio (turística, de congresos y residencial), la ciudad innovación (generadora de intercambio de ideas) y la ciudad sede (proveedora de servicios a las empresas y de centros de decisión económicos). Observábamos entonces que entre 31 áreas metropolitanas de la Europa de los 15 (UE-15) Barcelona estaba bien posicionada en ciudad ocio, en sexto lugar, pero por debajo de la media en ciudad sede y ciudad innovación. Diez años después la percepción es que Barcelona ha avanzado en ciudad ocio y ciudad innovación pero no en ciudad sede. Planteábamos entonces que la calidad de vida, la cultura y el clima que la hacían atractiva se tenían que usar para atraer talento y actividad empresarial. Esta percepción se confirma con datos preliminares de un nuevo estudio. Barcelona compite por las primeras posiciones en ocio y ha dado un salto muy importante en investigación e innovación. No así en atracción de sedes empresariales, pero hay que tener en cuenta el impacto de la crisis. Pensemos cómo esta habría impactado en Barcelona sin el éxito turístico y la actividad económica generada a su alrededor. Barcelona ha resistido la crisis, con problemas importantes, relacionados con

el paro y la desigualdad que comporta, gracias a su diversificación, donde el turismo ha desempeñado un papel muy importante. Su capacidad industrial, comercial y exportadora proporcionan una base sólida de salida de esta crisis. Y es también un revulsivo para romper con modelos de negocio sin futuro y hacer ajustes estructurales para permitir aumentos de la productividad. El ajuste de los precios resultado de la burbuja inmobiliaria es un ejemplo.

¿Qué hace falta hacer para preservar y ampliar los éxitos donde se han producido

asignatura pendiente y donde queda mucho por hacer pese a los progresos. El auge del turismo tiene, sin embargo, efectos secundarios, lo que los economistas denominamos externalidades. En efecto, para los vecinos de las áreas turísticas puede representar más ruido, o que desaparezcan comercios tradicionales. Estos efectos externos se pueden corregir con una regulación y tasas adecuadas. Además, hay que tener en cuenta que el atractivo de una ciudad radica en su originalidad y especificidad cultural. Si donde había una librería ahora

hay un establecimiento de comida rápida, la ciudad, probablemente, se habrá empobrecido. El éxito de Barcelona no es y no será sólo por el clima y la playa. La arquitectura, el urbanismo y la cultura en un sentido amplio son activos fundamentales que preservar y consolidar.

Los retos a los que se enfrenta Barcelona son grandes y por eso hay que fijar objetivos ambiciosos. Los Juegos Olímpicos representaron la transformación de la ciudad y la entrada en la escena internacional, pero el impulso de los grandes proyectos se agotó con el Fòrum. Los grandes proyectos urbanísticos tienen que pasar por el tamiz de un análisis coste-beneficio social es-

merado. Ya ha pasado el momento de las grandes inversiones emblemáticas que sirven de poco. Ahora hay que trabajar en las fundamentales, en el capital humano, la educación y la apertura al mundo para consolidar el salto que la ciudad ha dado en la investigación y para que se traslade a la innovación y a la actividad empresarial. Para que el proyecto sobre ciudad inteligente (*smart city*) tenga éxito, tiene que insertarse y potenciar la red de conocimiento local. Hay que hacer frente a las consecuencias de la crisis por el aumento de los niveles de paro y desigualdad. Hay margen para hacer una política de vivienda que dé respuesta a las necesidades sociales. Finalmente, hay que considerar si tenemos las estructuras de gobierno metropolitano adecuadas a una conurbación como la de Barcelona, que tiene presencia internacional independientemente de su inserción en Catalunya y en España.●



IGNOT

e impulsar las áreas no tan exitosas? La política de promocionar la excelencia en la investigación ha dado frutos (sólo hay que ver la evolución de las publicaciones científicas y la capacidad de atracción de fondos y becas de los centros de investigación del área metropolitana). Entre los factores que propician la actividad económica aún hay déficits en infraestructuras. El aeropuerto es magnífico, pero está sujeto a una gestión centralizada en España; todavía no tenemos bien resueltos los accesos al puerto y el transporte de cercanías, así como la implementación de la banda ancha. Quizás la carencia principal es no disponer de un mercado de trabajo de alta calificación. Este está ligado directamente a la ciudad sede y es fundamental para atraer talento. Entre los elementos cruciales está el nivel de educación y la internacionalización, donde el conocimiento de lenguas extranjeras y el inglés son fundamentales. Una

X. VIVES, profesor de Iese Business School
<http://blog.iese.edu/xvives/>