

FEM QUE PASSI

2025: ¿San Francisco, Shanghai o Barcelona?

Fernando Gil de Bernabé
Singapur



Junio del 2025. Mi hija Olivia ha terminado sus estudios de matemáticas en una prestigiosa universidad norteamericana y tiene ante sí tres ofertas de trabajo: la primera de San Francisco en Organia, una *startup* que promete transformar la comercialización de productos orgánicos gracias a internet; la segunda en Shanghai, para Love8, empresa china que ayuda a las parejas a tomar la decisión del “sí, quiero” basándose en su historial on line; y la última en Barcelona para una *startup* de soft-

ware, Itaquid, enfocada en crear aplicaciones analíticas para el comercio y la banca. Las tres ofertas tienen el mérito adicional de estar basadas en ciudades de enorme atractivo, con una escena cultural envidiable, buenas universidades, restaurantes y clima benévolo. Pero lo que más sorprende a Olivia es el cambio fundamental que ha experimentado Barcelona, su ciudad natal, en la última década. La recordaba como una ciudad turística, divertida pero no necesariamente puntera en las áreas de negocio emergentes. La Barcelona del 2025 se ha convertido en un destino favorito para nuevas empresas en esos sectores y compete de tú a tú con sus equi-

valentes en Estados Unidos y China.

¿Cómo ha sucedido esta transformación? En el día de Sant Jordi del 2016, el Ayuntamiento presentó el proyecto

¿Qué debe hacer Barcelona para convertirse en una ciudad puntera?

Barcelona, Ciudad a la n Potencia (BCn), que incluía cinco recomendaciones para expandir el éxito tras recibir el premio de la Comisión Europea como ca-

pital de la innovación. El equipo del proyecto incluía a distinguidos miembros de las universidades y centros de investigación, de entidades públicas y privadas, del mundo empresarial, financiero y también de la ciudadanía. Sus recomendaciones:

1. Barcelona, más que una ciudad. Objetivo: la expansión y optimización del concepto del área metropolitana. Los municipios comparten infraestructura y servicios, creando una escala que ayuda a mejorar la calidad y abaratar los costes de inversión y servicio.

2. El emprendedor como ídolo. Objetivo: presentarlo como ídolo impulsor de los grandes cambios en la sociedad y la economía. El encumbramiento del emprendedor debe estar unido con la visión del fracaso como una experiencia enriquecedora.

3. Inversión en desarrollar y atraer talento competitivo. Objetivo: fomentar las universida-

des como viveros de innovación.

4. La diversidad como pilar de la innovación. Objetivo: estar más abiertos a otras culturas y formas de entender la vida. Estudios demuestran que las empresas líderes en diversidad superan en un 35% los resultados financieros de la media.

5. El software como un área donde podemos ganar. Objetivo: escoger una industria que sea capacitadora de otras en donde Barcelona ya es puntera.

¿Qué elegirá Olivia? El estudiar en una universidad prestigiosa y tener estas oportunidades laborales dependerá de ella. Que elija Barcelona depende de todos nosotros.

www.barcelonaglobal.com



Luz verde al H&M de paseo de Gràcia por silencio administrativo

La macrotienda de 5.000 metros cuadrados de la firma sueca se aprueba por falta de respuesta municipal

SILVIA ANGULO
Barcelona

La tienda de 4.999 metros cuadrados que H&M quiere ubicar en el antiguo edificio Vitalicio de paseo de Gràcia de Barcelona tira adelante. Lo hace por silencio administrativo, pese a las reticencias del gobierno de Ada Colau a la apertura de este tipo de macrotiendas en el centro de la ciudad. El proyecto se aprobó de manera inicial el 17 de diciembre del año pasado en la comisión municipal. No pudo aprobarse definitivamente en los últimos meses del mandato de Trias –al igual que otros proyectos de gran calado– debido al rechazo de algunos grupos de la oposición, como ICV, actual socio de BComú. El expediente quedó encerrado en algún cajón del Ayuntamiento y ahora, nueve meses después de aquella aprobación inicial, la multinacional sueca ha informado de que, “transcurridos dos meses desde la finalización del periodo de información pública, y sin que el Ayuntamiento haya notificado la resolución que pone fin al procedimiento, debe considerarse que se ha aprobado el instrumento de planeamiento por silencio administrativo positivo”.

En la comisión de Ecología, Urbanismo y Movilidad que se celebra esta semana se dará publicidad a la aprobación por silencio administrativo. Los promotores de la macrotienda han



La nueva macrotienda ocupará diferentes plantas del edificio Vitalicio de paseo de Gràcia

reclamado este requisito a los responsables municipales para poder iniciar cuanto antes la transformación de la planta baja de este inmueble.

No es la primera vez en lo que va de año que un proyecto comercial acaba aprobándose de esta manera. El pasado mes de julio se conoció que la ampliación de 6.000 metros cuadrados que proyectaba el centro comercial de Heron City también había recibido luz verde por silencio administrativo durante los últimos meses de mandato de Xavier Trias. En ese momento, el gobierno de BComú anunció la volun-

Mismo camino para el mega-Zara

■ La macrotienda que el grupo Inditex tiene previsto abrir en la acera de enfrente, también en la confluencia de Gran Vía, podría seguir el mismo camino. El proyecto urbanístico, que prevé la construcción de un hotel de la cadena Me, del grupo Melià, y un gran aparcamiento, permitirá convertir la actual tienda Zara en la más grande del mundo. La macrotienda tendrá acceso

desde la Gran Vía y la calle Casp, donde se alzaría el nuevo establecimiento hotelero. La voluntad del equipo de gobierno es encontrar cualquier impedimento administrativo para que la tienda no acabe recibiendo luz verde. De momento, el Ayuntamiento lo tiene difícil, por lo que el establecimiento comercial podría recibir autorización por silencio administrativo.

tad de negociar con los promotores para intentar frenar esa ampliación. El PP lamenta que se vuelva a producir la misma situación. El concejal popular Javier Mulleras critica que Ada Colau apruebe por la “puerta de atrás –silencio administrativo– un expediente que rechazaba Inicialmente en la oposición y que lo haga sin darle publicidad”.

El nuevo establecimiento que H&M abrirá en los bajos del número 11 de paseo de Gràcia tiene “menos de 5.000 metros cuadrados”, en concreto 4.999. El proyecto afecta a la planta sótano, baja, entresuelo y principal de dicho inmueble que ya dispone de un uso comercial en estas superficies. El resto de las actividades que se sitúan en la parte superior del edificio, construido en 1942

El PP lamenta que el proyecto, que rechazaba ICV, se apruebe “por la puerta de atrás”

por Lluís Bonet i Garí, se mantendrán. El plan especial para este inmueble prevé una modificación específica de las galerías existentes en el interior a fin de revitalizar su uso comercial. Algunos de los locales que se encuentran dentro de la finca, que tiene acceso desde el paseo de Gràcia, hace tiempo que están cerrados.

El nuevo proyecto incluye un plan de movilidad, que prevé una nueva demanda generada en el paseo de 776 nuevos desplazamientos a pie y en bicicleta los días laborables. El estudio de movilidad que acompaña el proyecto también estima que se produzcan 255 desplazamientos en vehículo privado los días laborables y unos 400 los sábados.

La cadena sueca de ropa y complementos ya dispone de otro establecimiento en el paseo de Gràcia unos metros más abajo. De hecho, es costumbre que las marcas populares se sitúen en la parte inferior de esta calle comercial.●