

BARCELONESES
GLOBALES

SINGAPUR


**Fernando Gil
de Bernabé**

Responsable de estrategia y operaciones comerciales de Cisco Systems en la región de Asia Pacífico, Japón y China



Barcelona
Global

www.barcelonaglobal.org

HYDERABAD

Durante una viaje reciente a Hyderabad, en India, Narendra Modi, su primer ministro, nos explicaba a un grupo de ejecutivos su visión y plan de futuro para el país. Su visión está bien sustentada con un análisis sólido de cómo la nación iba a ganar relevancia en la economía mundial, qué industrias se iban a potenciar, los cambios legislativos y fiscales para promover la creación de empresas y el impacto en su población. Ese mismo día por la noche, ya en el hotel, en la televisión se transmitía el discurso del primer ministro de Singapur, Lee Hsien Loong, que explicaba a sus ciudadanos los desafíos que se presentan a la ciudad-estado y cómo se ha preparado un plan para sentar los cimientos de futura prosperidad. Ya soñoliento, siguiendo con el zapping, ¡sorpresa!, había noticias de España, y bueno..., ya se pueden imaginar la desazón.

**EL PRIMER
MINISTRO
EXPLICABA CÓMO
INDIA GANARÍA
RELEVANCIA**

BARCELONA

¿Por qué no tenemos políticos con este entendimiento de la tecnología y de tendencias macroeconómicas que se traduzcan en planes de futuro? Defiendo a los políticos: son reflejo del electorado y de nuestras preocupaciones. ¿Por qué nuestras preocupaciones se concentran en los extremos, el cortoplacista, con las pensiones, Seguridad Social y paro, y el de las abstracciones como el sentimiento nacional? Son importantes, pero serán irrelevantes sin una economía robusta que cree riqueza con los ingresos fiscales de empresas y contribuyentes. Fomentar la creación de empresas locales de éxito mundial es la mejor apuesta de futuro. Así, los debates son más pragmáticos: ¿preferimos subir pensiones o invertir más en investigación? ¿Cuál es el beneficio y coste de cada opción? Y si interesa al electorado, los políticos buscarán respuestas.

**¿PREFERIMOS
SUBIR LAS
PENSIONES O
INVERTIR MÁS EN
INVESTIGACIÓN?**

'TO DO'

Barcelona se enfoca en atraer inversión apalancando sus ventajas en posición geográfica, talento y calidad de vida. Pero depender de empresas extranjeras no es una estrategia sostenible, ya que pueden mudarse si la ciudad de al lado hace lo mismo o mejor. Propongo aprovechar Barcelona Global para potenciar programas gratuitos para estudiantes de bachillerato, como Escuela i Empresa, para explicar cómo se crea y opera una empresa y la economía en general. Disponemos de más de 800 profesionales, representantes de empresas multinacionales y pequeñas, todo el abanico de industrias, ejecutivos en todo el mundo con responsabilidades en áreas muy diversas. Cada instituto y colegio puede añadir este programa como actividad extraescolar. Nuestros estudiantes serán dentro de poco votantes y, con suerte, emprendedores de éxito.

**NUESTROS
ESTUDIANTES
SERÁN
EMPRENDEDORES
DE ÉXITO**

Barcelona Global invita a periodistas extranjeros a conocer los atractivos de la capital catalana más allá de la postal habitual

Buenas noticias de Barcelona

JOSE POLO
Barcelona

Qué alegría venir a Barcelona y hablar de un tema distinto a la política", confesó entusiasmada Mónica Uribe, corresponsal en España de la Agenzia Nazionale Stampa Associata (ANSA), la agencia de noticias italiana, ante las puertas del Museu Picasso. "Llevo muchos meses escribiendo sobre el proceso independentista, se agradece hablar de cosas diferentes", añadió Ute Petra, que cubre la información española para el diario alemán *Die Welt* y el suizo *NZZ*. "He venido expresamente desde Israel para conocer la situación de Barcelona", agregó Barry Davis, reportero del *Jerusalem Post*. Basta con hacer un Google para darse cuenta de que la mayoría de las informaciones sobre la capital catalana en la prensa internacional durante los últimos tiempos no transmiten precisamente una imagen positiva. Desde las cargas policiales del pasado 1 de octubre hasta la turisfobia pasando por los dramáticos atentados terroristas del pasado mes de agosto.

Por eso Barcelona Global, entidad privada dedicada a promocionar la imagen de la ciudad con el objetivo de atraer talento y desarrollo económico, ha ideado un programa en el que invita a periodistas extranjeros a conocer los encantos barceloneses. Comenzaron en uno de los días más especiales del año, Sant Jordi, con profesionales de medios como *The New York Times*, *The Times* o *Frankfurter Allgemeine*, y este fin de semana realizaron la segunda entrega con una amplia ruta por perlas barcelonesas que "no forman parte de la postal ha-



El grupo de periodistas extranjeros durante su recorrido por el Museu Can Framis

bitual", según describió el director general de Barcelona Global, Mateu Hernández.

La *tourneé* comenzó el viernes en el Museu Picasso, donde el grupo de plumillas conoció la exposición *La Cocina de Picasso*, que se puede visitar hasta el 30 de septiembre, y explora la relación del artista malagueño con los alimentos. El recorrido se realizó bajo la batuta de Emmanuel Guigon, el director del único museo del planeta en el que Picasso destinó fondos propios para su creación como muestra de agradecimiento a la capital catalana. La noche acabó con una cena en el

“¿Y qué pasa con los alquileres?”

"Todos los medios internacionales han observado atónitos los hechos que se han producido durante los últimos meses", reconoció el director general de Barcelona Global, Mateu Hernández, durante uno de los encuentros con periodistas extranjeros realizados para que los profesionales internacionales de la información conozcan diversos atractivos de la capital

catalana. La mayoría de periodistas invitados coincidieron en exponer que, después de unos meses trepidantes, ahora comienzan a percibir cierta calma después de la tormenta. El foco cambia: "¿Cómo afronta la ciudad la subida del precio del alquiler?", preguntó, por ejemplo, Ute Petra, corresponsal de *Die Welt* y *NZZ*, sobre uno de los grandes retos de Barcelona.

hotel The Serras, que precisamente ha ingeniado un menú inspirado en dicha exposición.

El sábado conocieron la transformación del 22@ visitando el Barcelona Disseny Hub, Mediapro, el Museu Can Framis, el Institut de Arquitectura Avançada de Catalunya, Can Saladrigas y diferentes galerías de arte. "Es uno de los cambios más importantes que ha vivido la ciudad, gran parte del programa nace porque queremos mostrar la conversión de esta zona", argumentó Mateu Hernández. "Es una de las cosas increíbles que pasan en Barcelona", insistió. Para la tarde dejaron el complejo de Palo Alto y para el

"Tenemos la ocasión de posicionarnos como ciudad que atrae al talento", considera Mateu Hernández

domingo una joya que ya luce después de un largo periodo de transformación, el Mercat de Sant Antoni.

"Que Barcelona se conozca por Messi o como una ciudad turística es muy bien, pero también necesitamos proyectarnos como una ciudad que atrae al talento y a los emprendedores", sostuvo el director general de Barcelona Global ante el grupo de periodistas. Después recordó la lista de grandes empresas que han confiado en Barcelona para establecer sus bases operativas en innovación, como Facebook, Nestlé o Lidl, entre otros. "Creemos que Barcelona tiene una oportunidad de posicionarse en este sentido, y no debemos dejarla escapar", sentenció el responsable de esta organización sin ánimo de lucro de la que forman parte 146 empresas, centros de investigación, empresarios, escuelas de negocios, universidades e instituciones culturales barcelonesas y que cuenta con la colaboración de 800 personas que buscan convertir Barcelona en una urbe referente para el talento y la actividad económica.