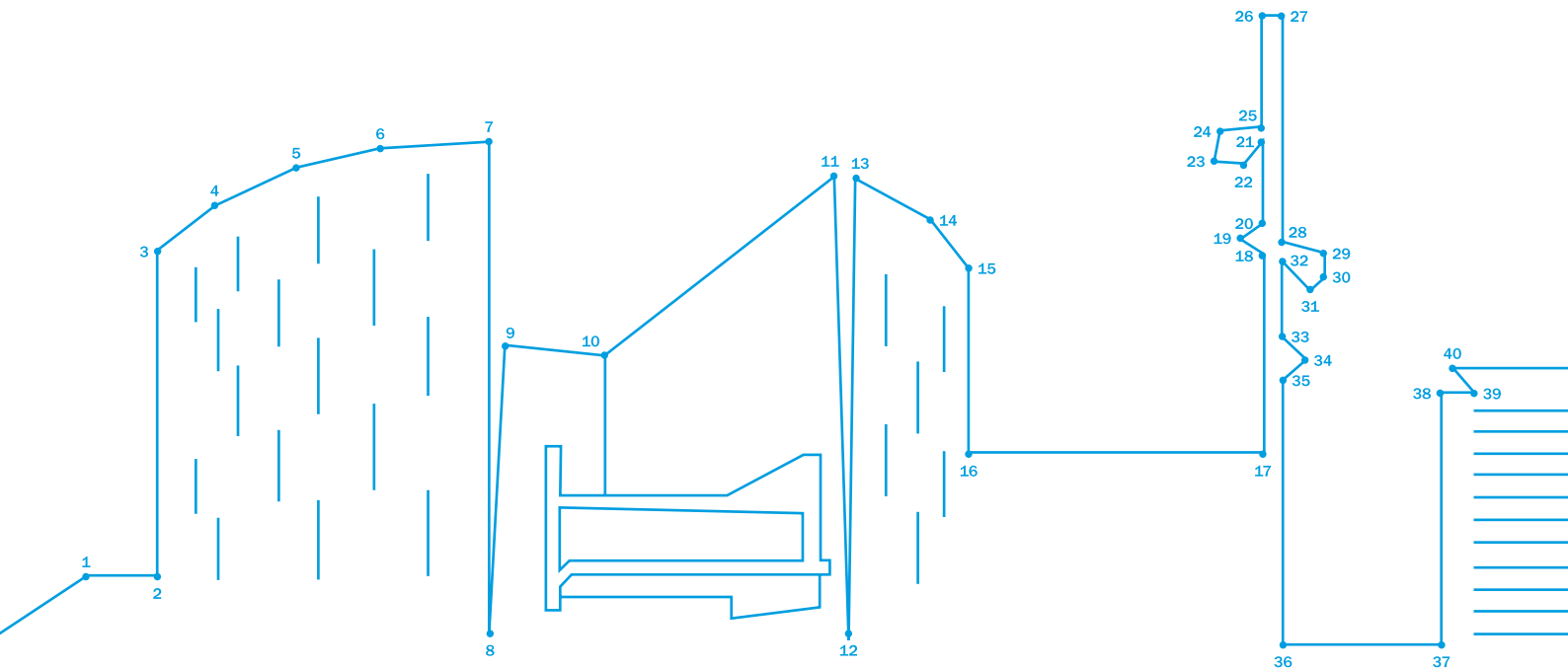


Dibuixem la Barcelona del 2020

Conclusions de la Comissió de Prospectiva del PEMB

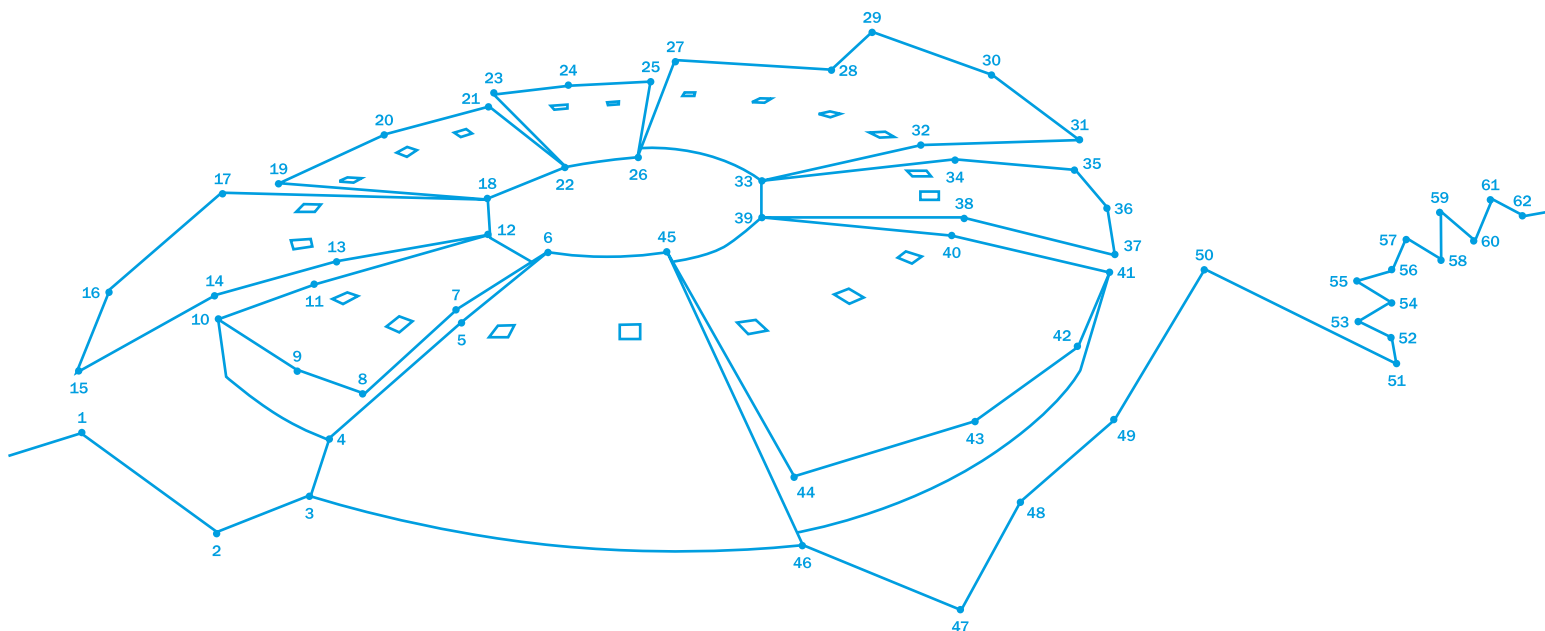
Document de treball — Barcelona, maig de 2010



**Ajuntament
de Barcelona**

Índex

Presentació	2
1. El perquè de la Comissió de Prospectiva	3
2. Els èxits del passat	4
3. Les principals limitacions	4
4. Els obstacles a vèncer	5
5. Els problemes a resoldre	5
6. Els nous escenaris a tenir en compte	6
7. Què cal fer?	6
8. Les palanques de canvi	7
8.1. Lideratge	8
8.2. Gestió	9
8.3. Administració	9
8.4. Educació	10
8.5. Transversalitat	10
8.6. Sostenibilitat	11
8.7. Influència	11
8.8. Massa crítica	12
8.9. Societat	12
8.10. Nou model econòmic	13
9. Condicions necessàries	14
10. Conclusió	14



Presentació

Barcelona entra en una etapa decisiva. **En els propers 10 anys la ciutat i la seva àrea metropolitana s'enfronten a un conjunt de reptes globals que, si no són ben resolts, poden posar en qüestió el model de ciutat** cohesionada, creativa, industrial, tolerant i de progrés que les generacions anteriors han construït.

La crisi econòmica global amb efectes locals en què estem immersos provoca desorientació i pessimisme, a més d'atur i manca de perspectives. A més, estem en un moment en el qual **la societat civil percep un cert declivi de la ciutat** i reclama una forta aposta per Barcelona i la seva àrea metropolitana per tal que, tot i un cert desencant imperant, **lideri un projecte econòmic i social que ens posicioni com a urbs global i de qualitat**. Un posicionament que reclama **apostar per una educació de qualitat**, lluny d'un sistema que presenta massa llacunes, **i impulsar amb força un teixit industrial**. Calen també apostes perquè el turisme sigui de qualitat, ben integrat a la nostra ciutat, i per impulsar una ocupació que aporti valor al conjunt del sistema. La societat civil reclama també per a Barcelona més centres de decisió i un major aprofitament de les nostres infraestructures, així com recuperar amb més força la presència exterior, també en els mercats emergents, de les nostres empreses.

Ha arribat el moment d'apostar emfàticament per l'economia del coneixement i l'emprenedoria, una aposta que ha de ser sincera, allunyada de la cultura de la subvenció i basada en el reconeixement que és el teixit industrial la base del nostre futur. Ara parlem molt de l'economia del coneixement i la iniciativa empenedora, però una part rellevant del que succeeix en ambdues és marginal i fruit de la subvenció. **La veritable economia del coneixement es recolza sobre una sòlida economia industrial**, i si no creiem en aquesta, la iniciativa empenedora té un futur difícil.

Les inquietuds i les apostes de l'empresariat de la ciutat i la seva àrea metropolitana requereixen **actuacions fermes, contundents, compromeses i sostingudes en el temps per evitar una més que possible decadència d'una Barcelona** ubicada en una Europa cada vegada més perifèrica en el discurs global.

Alguns empresaris assenyalen també que amb la normalització de les administracions públiques democràtiques **el paper de la societat civil s'ha anat desdibuixant**. Hem de trobar la manera **perquè el seu grau d'implicació sigui superior i efectiu**. És important la seva inserció en aspectes de planificació, de gestió i de decisió sobre els elements que determinen la competitivitat del territori. Un rol que hauria de ser vàlid tant per a la societat civil organitzada com per a professionals i empreses individuals. El seu coneixement sobre moltes matèries amb les quals treballen cada dia és especialment útil per trobar les millors solucions als reptes que té plantejats la Barcelona metropolitana. Una vegada dit això, hem d'assenyalar també que la **societat civil té part de culpa de la situació actual per la passivitat demostrada durant els darrers anys i la seva renúncia al lideratge col·lectiu. L'associacionisme sectorial tampoc no ha estat prou actiu ni ambiciós** ni ha sabut impulsar el relleu generacional necessari per donar cabuda a canvis i noves inquietuds.

Però Barcelona té les condicions, malgrat el cert clima de pessimisme en què ens trobem, per parlar de futur amb optimisme. Té una **marca coneguda** i reconeguda en l'àmbit mundial, però cal gestionar-la millor associant-hi valors com els de la creativitat, la sostenibilitat, la innovació i la iniciativa empenedora. Té **una infraestructura industrial i logística viable i un nivell de competitivitat molt raonable segons estàndards europeus**. Hauríem de ser capaços de construir sobre tot això un futur amb entusiasme. Tenim uns ciutadans que han demostrat folgadamente la seva capacitat de superar les adversitats i contribuir amb esforç i entusiasme a un projecte col·lectiu, i la crisi actual no ens ha de fer perdre de vista que Barcelona ha superat amb èxit crisis passades reinventant-se i sortint de cadascuna d'elles més reforçada.

No podem perdre més temps, hem d'aprofitar la crisi, el talent ciutadà i la situació de cert sanejament econòmic de la ciutat per prendre decisions estratègiques per tal de fer front a la situació actual i el decaïment i convertir la situació actual en un procés d'avançament amb la implicació de tots. Però per fer-ho **necessitem convicció i un lideratge compartit**.

En aquest context, el Pla Estratègic presenta dades que ens poden ajudar a aconseguir aquesta convicció i proposa un pla d'acció i una estructura de gestió que aporten el lideratge compartit.

Maria Reig

Presidenta de la Comissió de Prospectiva del Pla Estratègic Metropolità de Barcelona
26 de maig de 2010

1. El perquè de la Comissió de Prospectiva

El Pla Estratègic Metropolità de Barcelona (PEMB) va crear el febrer de 2009 la Comissió de Prospectiva del Pla Estratègic Metropolità de Barcelona amb **l'objectiu de realitzar una radiografia de quina és la situació en els sectors econòmics més importants de la ciutat i la seva àrea metropolitana**, quines són les seves mancances més evidents i quines accions s'haurien d'emprendre per enfortir-los. Una comissió de prospectiva que ha treballat en paral·lel a altres processos de reflexió estratègica que han de permetre confluïr en un nou relat econòmic per a la nostra àrea metropolitana. L'anàlisi coincident que l'Institut Cerdà, a través del projecte URBS, ha realitzat amb grans empreses i institucions de la metròpoli; la identificació d'escenaris que Horwath ha desenvolupat amb metodologies innovadores d'anàlisi estadística i de tendències, o la col·laboració d'experts internacionals com Greg Clark i la contribució d'institucions clau com l'OCDE estan permetent dibuixar amb força una nova agenda per a la Barcelona del 2020.

La Comissió de Prospectiva no ha incidit especialment en les infraestructures, per haver considerat que tenim, com a societat, prou informació al respecte com per poder prendre les decisions estratègiques més adients. També ha volgut **anar més enllà de la incipient capitalitat mediterrània, perquè aquesta no signifiqui tancar-nos en un àmbit limitat. La nostra vocació ha de ser global i la nostra àrea d'influència ha de ser el món.**

Per tal d'arribar a un coneixement acurat de cada segment econòmic de la ciutat i la seva àrea metropolitana es van crear les següents subcomissions:

- Administració pública
- Arquitectura (dues subcomissions)
- Ciutadans internacionals
- Cultura i arts escèniques
- Cultura i indústries creatives
- Disseny i indústria
- Emprenedors
- Esdeveniments esportius
- Indústries audiovisuals
- Marca i valors distintius
- Medicina privada i innovació
- Publicitat i màrqueting
- Recerca i medicina translacional
- Sostenibilitat

Aquestes **quinze subcomissions** han convocat **219 empresaris i experts en cadascun dels sectors analitzats**. Aquest document i els que segueixen són el fruit de les 50 reunions realitzades amb els empresaris i experts i de les moltes hores que han dedicat a fer anàlisis i propostes.

A tots ells volem agrair-los el seu esforç, i al Pla Estratègic Metropolità de Barcelona, la llibertat que ens ha atorgat per treballar, tant en la forma com en el contingut.

El present document recull les **accions necessàries per enfortir l'economia de la ciutat**, que denominem projectes transformadors, i l'esbós d'algunes **accions específiques**.

1) **Projectes transformadors**. Són aquells projectes que beneficien en general tots els habitants i empresaris de qualsevol sector econòmic de Barcelona i de la seva àrea metropolitana i que tenen la capacitat de transformar l'economia. Un exemple n'és l'agilitació de l'administració, perquè afavoreix a tots i no només un grup econòmic determinat. Els hem agrupat en 10 àrees que considerem palanques de canvi.

2) **Pla d'acció específic per a cada subcomissió**. A la publicació definitiva de les conclusions s'inclouran les accions que beneficien principalment un sector concret, encara que la ciutat en general també en tregui profit, com per exemple la creació d'una pàgina web amb tots els espectacles que es poden veure a Barcelona i la seva àrea metropolitana en un moment determinat, una demanda específica dels empresaris del sector de les indústries creatives, però també un element clau per a altres sectors com turisme, hostaleria o fires i congressos. De moment, en aquest document de treball s'esbossen algunes de les accions.

Aquesta aposta per basar l'anàlisi dels 219 experts en les percepcions **ofereix una oportunitat única de conèixer com veu i sent la ciutat tot aquest conjunt de professionals i empresaris de Barcelona**.

S'ha constatat també que els administrats sovint desconeixen allò que l'administració està fent, potser per la manca de comunicació per part de la mateixa administració. Per exemple, una de les peticions més reiterades a les diferents subcomissions és la possibilitat de realitzar tràmits a través d'Internet, desconecent el fet que l'administració ja ofereix aquesta possibilitat. Aquest dèficit de comunicació entre l'administració i la societat ha de fer-nos reflexionar sobre la manera com es transmet l'acció de govern, que dificulta l'assumpció de projectes compartits.

2. Els èxits del passat

Abans d'entrar a analitzar el present de Barcelona i la seva àrea metropolitana, fem un repàs del passat per ser conscients dels nostres punts forts i de les febleses.

Barcelona ha demostrat:

- Ser creativa, innovadora i atrevida.
- Ser capaç de definir un projecte innovador de ciutat.
- Saber implicar la ciutadania i els sectors econòmics i socials.
- Saber organitzar grans esdeveniments i operacions de catalització (Jocs Olímpics, “Barcelona posa't guapa”, processos de participació).

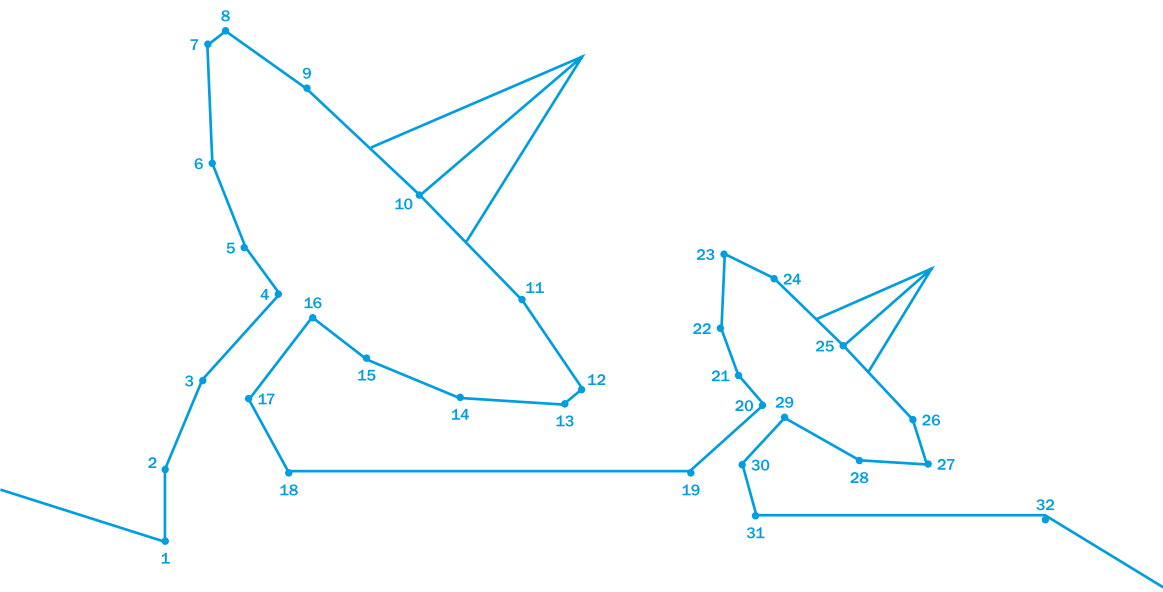
Objectius aconseguits:

- Crear un model propi de transformació urbanística.
- Millorar significativament la qualitat de vida dels ciutadans.
- Crear i posicionar la marca Barcelona.
- Generar confiança i autoestima en els barcelonins.
- Promoure i estimular l'esperit emprenedor.
- Consolidar sectors econòmics clau.
- Dotar-se d'infraestructures determinants per a la competitivitat i el desenvolupament (obertura al mar, aeroport, port i altres infraestructures culturals i socials).

3. Les principals limitacions

Segons els empresaris i els experts consultats, Barcelona i la seva àrea metropolitana s'enfronten a **limitacions, que han de saber convertir en oportunitats**:

- És una **marca** consolidada en l'àmbit internacional però **massa associada al lleure i a les vacances i que necessita associar-se a d'altres atributs**.
- És una ciutat moderna però **ha d'adaptar-se amb força als requeriments de la nova societat del coneixement** i del talent.
- És molt activa, però **govern municipal i sectors econòmics necessiten compartir nous objectius i estratègies**.
- Hi ha **massa atomització en els sectors econòmics** i es perden moltes oportunitats per la **manca de connectors intersectorials**.



4. Els obstacles a vèncer

La situació actual té uns certs vicis, o inèrcies, que caldria canviar abans d'emprendre qualsevol altra acció.

- Cal **major iniciativa i ambició emprenedora** per superar els reptes socials i econòmics emergents.
- L'amença del **localisme autocomplaent** pot impedir-nos ser globals i competitius.
- Els èxits del passat poden ennuvoliar les oportunitats del present i el futur.
- **L'estructura administrativa ha d'estar també al servei de la competitivitat i la iniciativa emprenedora** per facilitar l'activitat econòmica.
- **La competitivitat ha de ser el nostre objectiu** i l'acció de govern, empreses i societat civil s'ha de dirigir cap a la seva millora.
- **Cal renovar el model de col·laboració entre el sector públic i el privat** sobre unes bases que promoguin una visió compartida.
- Cal **superar l'aversion al canvi**, tant per part de l'administració com per una part significativa de la societat influent.
- Cal fer emergir **un nou model de lideratge amb valors renovats** i totalment diferents dels anteriors.
- Cal **compartir les decisions estratègiques i donar-hi suport**.
- Les **apostes estratègiques han de mantenir-se en el temps** amb ambició i mantenir l'enfocament en àrees clau.
- **Els serveis públics han de ser prioritat de l'administració** i s'han de gestionar amb més **qualitat i eficiència**.

5. Els problemes a resoldre

Si el punt anterior feia una descripció de les inèrcies genèriques, aquest aborda problemes concrets de la nostra economia:

- **Poca influència internacional de l'economia** de Barcelona i la seva àrea metropolitana.
- **L'economia de la ciutat, altament diversificada, ha de mantenir un pes industrial** que complementa i dóna competitivitat a una creixent terciarització.
- **El talent nacional i internacional és la clau per a la nostra competitivitat**, i cal reforçar les polítiques i programes dirigits a la seva atracció i també retenció, sense oblidar el paper clau del nostre sistema educatiu.
- **El fracàs escolar i el repte de la integració de la població nouvinguda en un sistema educatiu necessàriament trilingüe** ha de ser una prioritat nacional.
- Hem de **consensuar una visió de la ciutat**. La descoordinació o falta de consens en projectes urbanístics o infraestructures comporten retards o, moltes vegades, oportunitats perdudes.
- **La universitat no ha assolit els nivells d'excel·lència desitjables ni s'ha acostat al sistema productiu**.
- El turisme, que ha eclosionat amb força en els darrers anys, cal que s'integri i creï sinèrgies amb altres sectors. **S'ha d'apostar per un turisme urbà de qualitat**.
- En una ciutat densa com la nostra, **les polítiques d'habitatge esdevenen clau per retenir la població jove**.
- Cal una **aposta ferma i decidida per la Barcelona metropolitana**, que és la BCN real, i anar més enllà vertebrant la Gran Regió.
- **La qualitat de vida, la seguretat i els serveis públics de qualitat són elements clau** per garantir la nostra competitivitat.
- La tolerància no ha de confondre's amb la **tolerància envers els comportaments incívics de part de la població**.
- La **competitivitat, basada en la qualitat, ha de ser la nostra guia**.
 - Plena **integració del 15% de població immigrant**.

6. Els nous escenaris a tenir en compte

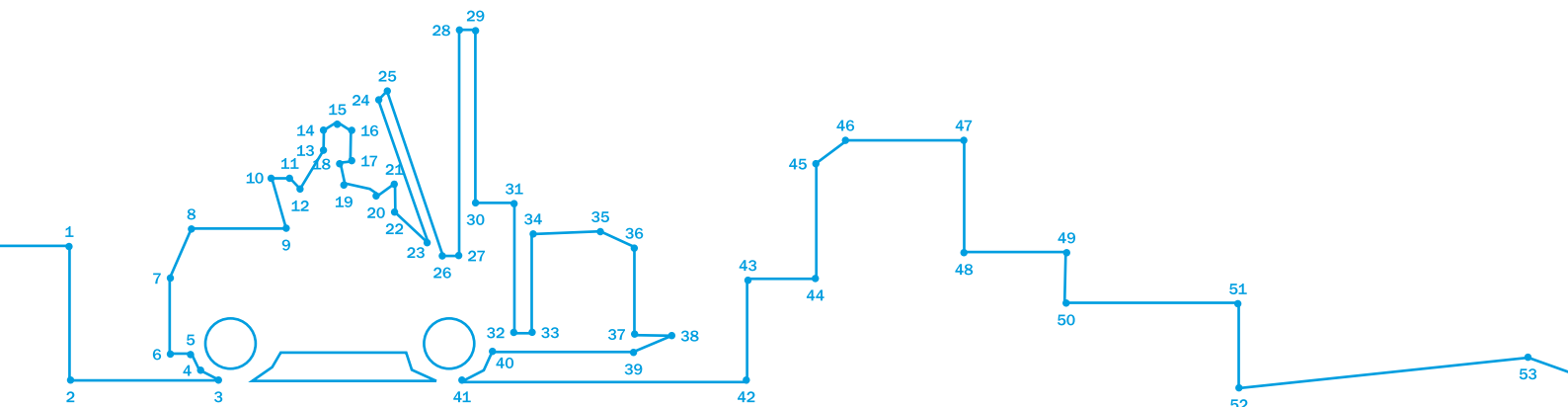
L'escenari mundial ha canviat. **Les ciutats s'enfronten a una realitat diferent i no poden fer front aïlladament als reptes globals.** És temps de fer les coses d'una manera diferent, d'estudiar i d'aprendre d'una societat més caòtica i diversa, tenint en compte el factor temps real, que permet que cada vegada més ciutadans tinguin accés i contribueixin a crear informació i opinió. **No es pot abordar cap reforma sense tenir presents els següents condicionants:**

- **La globalització** econòmica, política, social i cultural és un fet.
- Les **ciutats actuen d'impulsors i catalitzadores de la nova economia.**
- La **projecció internacional de les ciutats depèn de la internacionalització de la seva activitat econòmica.**
- Les ciutats són **cada cop més interdependents** perquè no poden fer front aïlladament a aquests reptes globals.
- Les ciutats **seran més influents que els estats.**
- Les ciutats **influeixen més enllà dels seus territoris** i creen xarxes i coalicions internacionals.
- El **món bascula cap a orient**, i Europa ja fa temps que ha deixat de ser el centre i referent cultural.
- Les ciutats han de **fer de la sostenibilitat i l'adaptació al canvi climàtic un motor del seu desenvolupament** i de la seva qualitat de vida, entenent que la sostenibilitat no és només mediambiental, sinó econòmica i social.

7. Què cal fer?

Barcelona no es pot continuar equivocant o vivint amb autocomplaença. Ens hem d'enfortir per afrontar els reptes de la globalització. Amb la vista posada a l'any 2020, hi ha marge per fer canvis amb profunditat, però moltes altres ciutats evolucionen ràpidament i no serà fàcil posicionar-se en el món global. Com més aviat millor, hem de:

- Definir els eixos de posicionament de la marca Barcelona i gestionar-la de manera global i compacta.
- Consensuar una visió ambiciosa per arribar a ser:
 - Competitius
 - Referents
 - Líders
 - Influent
- Unir les forces polítiques, socials i empresarials per aconseguir aquestes fites.
- Fer-ho amb creativitat, originalitat i atreviment.



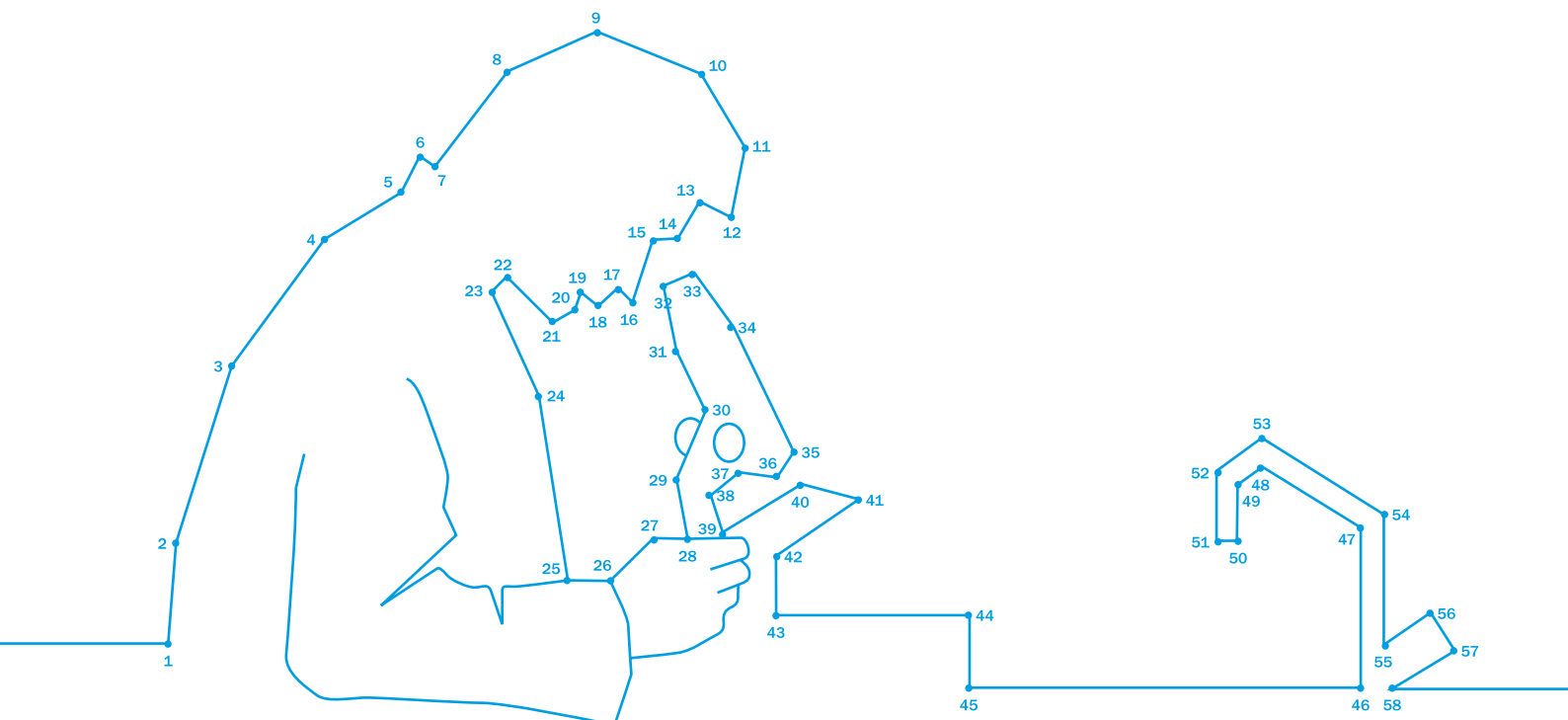
8. Les palanques de canvi

Construir una àrea metropolitana diferent a l'horitzó de l'any 2020 no es pot improvisar. Cal emprendre una sèrie de canvis. De les reunions organitzades per la Comissió de Prospectiva per copsar l'opinió d'empresaris i experts han sorgit **demandes comunes a tots els sectors econòmics**, que han aparegut a la pràctica totalitat de les subcomissions obertes. Aquest fet ens ha portat a destacar deu **palanques de canvi**, o dit d'una altra manera, deu blocs en els quals s'ha d'actuar en tant que són **conditio sine qua non** perquè la resta de les demandes, les concretes que han sorgit de cada subcomissió, puguin esdevenir reals.

Les palanques de canvi afecten, activen i posen en marxa, doncs, tots els sectors. Les àrees d'intervenció identificades són essencials si volem que els canvis demanats pels empresaris a cadascuna de les àrees econòmiques concretes siguin possibles. Per exemple, en el punt que fa referència a l'educació, es demana que es potenciï la cultura emprendedora, des de l'etapa infantil a la universitària; si això es fa, òbviament tindrà repercussió en tots els sectors econòmics de la ciutat. Per això l'educació es considera una palanca de canvi.

Un altre exemple d'aquest tipus de demandes reiterades és la necessitat d'una col·laboració publico-privada, i que s'inclou a la primera de les deu palanques de canvi.

- Lideratge.
- Gestió.
- Administració.
- Educació.
- Transversalitat.
- Sostenibilitat.
- Influència.
- Massa crítica.
- Societat.
- Nou model econòmic.



8.1 Lideratge

Una de les **febleses** detectades en la societat actual és la **manca de lideratge, tant al sector públic com al privat**. El sector privat no s'ha organitzat suficientment per assolir objectius comuns ni per establir sinergies entre diferents sectors de l'economia.

Els reptes de competitivitat global no els podem afrontar sols. Cal un nou model de lideratge. **Un pacte que permeti unir les forces i els recursos del món públic i del món privat**. Les múltiples possibilitats d'associació publicoprivada es troben infrautilitzades.

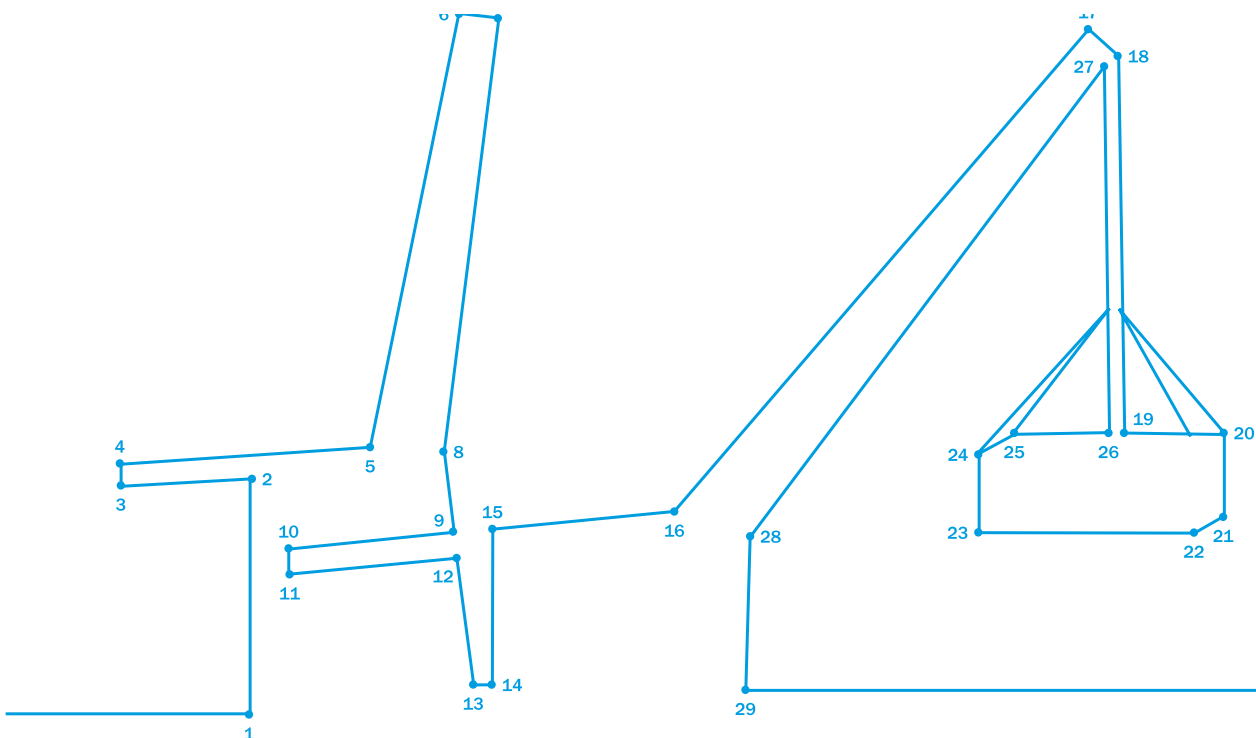
El nou model publicoprivat de l'àrea metropolitana de Barcelona hauria de tenir una **visió compartida** (mitjançant observatoris), i l'actor públic i el privat haurien de trobar fórmules amb diferents graus de **co-planificació, codecisió, cogestió i coinversió**. Fórmules més imaginatives, més enllà de la participació del 51% del sector públic en projectes; potser és el moment de plantejar-se altres percentatges que estimulin una participació privada amb possibilitats d'implicar-se en la gestió. **Cal superar la idea del control basat en la propietat**.

El model es basa també en la **coresponsabilitat** i el seu objectiu és estimular tots els actors implicats per tal d'abordar un projecte comú, compartir informació, planificar conjuntament, buscar sinergies i crear estratègies. La vella fórmula de **l'administració com a origen de tota activitat ha de ser substituïda per la implicació creixent dels actors privats**.

Puntualment hem detectat que alguns empresaris suggereixen la necessitat que els instruments de què disposa la ciutat per atreure l'atenció del món i per dinamitzar l'economia (com **agències oficials dels governs o altres institucions públiques o privades**) **es transformin o es potenciïn**, incrementant la seva proactivitat, la seva creativitat i la seva agressivitat, atès que és evident que amb la seva actuació actual no poden frenar el procés de declivi en el qual ens trobem immersos.

Projectes transformadors:

- Crear noves fórmules de **col-laboració publicoprivada** en tots els àmbits.
- Construir la 'Gran Barcelona'. Barcelona ha de **consolidar la seva àrea metropolitana, i la seva regió**, com a centre servidor d'una Catalunya oberta al món i país d'excel·lència.
- Per fer-ho possible, Barcelona i la seva àrea metropolitana haurien d'augmentar la seva autonomia i les seves competències, assegurant una major eficiència en les decisions estratègiques.
- Barcelona ha de liderar les polítiques de Catalunya.



8.2 Gestió

Proposem un nou model de gestió que tingui com a valors **l'agilitat, l'eficiència, l'optimització de recursos, la generació de valor i la garantia de l'interès públic i de la qualitat dels serveis**, tot evitant la dispersió d'objectius i el malbaratament de recursos de la comunitat. S'han de transformar les actuals inèrcies en polítiques de progrés.

El sector públic ha de gestionar cercant l'eficiència del sector privat i el món de l'empresa, tant en la correcció eficaç dels defectes col·lectius que es planteja com en la gestió dels recursos econòmics públics.

La ciutat moderna ha de ser gestionada com una empresa, cercant sempre els retorns econòmics i socials. La gestió pública ha de trobar mecanismes per **incorporar valors de bon govern**, de la mateixa manera que ho fan les empreses privades, i introduir mecanismes d'avaluació contínua.

També proposem encetar un procés de debat sobre la necessitat de l'àrea metropolitana de tenir estructures pròpies de planificació, amb la possibilitat de crear empreses metropolitanas específiques amb models de gestió privada.

D'altra banda, avui l'administració s'encarrega de la gestió de molts serveis, que després subcontracta al sector privat. Cal **debatre si potser l'administració hauria de tenir només el paper de controlador de la garantia de l'interès públic**, amb processos de control per mantenir la qualitat.

Projectes transformadors:

- **Coordinar les polítiques de Barcelona i Catalunya, Espanya i UE.**
- **Coordinar els objectius públics i privats.**
- Orientar la inversió pública a camps que generin valor econòmic i social.
- **Crear un organisme per potenciar i gestionar la marca Barcelona.**
- **Crear observatoris per impulsar plans estratègics sectorials i gestionar les marques sectorials.**
- **Crear un òrgan de govern i gestió específic per al Pla Estratègic Metropolità de Barcelona**, per tal de garantir-ne el compliment.

8.3 Administració

L'àrea metropolitana de Barcelona ha de tenir una administració **àgil, trilingüe i orientada a la creació d'activitat econòmica**. Ha de ser més **business friendly i transformar la seva cultura** (marcada en certes ocasions per la burocràcia, la lentitud, l'opacitat, la despreocupació pels resultats i l'orientació al control) **cap a la facilitació** de l'activitat i la **priorització**.

Els **empresaris no perceben l'administració com a facilitadora de la seva activitat, sinó com un obstacle a la seva competitivitat**. És necessari implantar un model d'administració que pugui garantir l'interès públic, que sigui més eficient amb inspeccions d'ofici i procediments sancionadors més eficaços. Amb el nou model, l'empresari és el responsable d'iniciar la seva activitat econòmica, sense esperar l'autorització de l'administració, **que hauria d'exercir el seu control a posteriori**. És el mateix principi que aplica Hisenda, amb èxit. Es tracta de canviar l'actual cultura de l'autorització per la de la comunicació.

L'administració hauria de garantir el respecte al ciutadà i a l'empresari professional degudament titulat i no tractar el ciutadà com un menor d'edat irresponsable.

També és necessari treballar per reduir la diferència entre la percepció del temps que tenen els empresaris i l'administració.

Projectes transformadors:

- Aconseguir una administració que estigui enfocada a la **generació de valor**.
- Crear una via de **processos administratius ràpids**, com la via T de les autopistes de peatge.
- Crear una **e-administració** basada en els nous valors (principi de confiança però amb una tutela, a posteriori, més efectiva de l'interès públic).
- Avançar cap a la **governança democràtica** com un nou model de governació.
- Millora de la gestió de la informació que s'ofereix al públic i de la seva qualitat.

8.4 Educació

Abans de res s'hauria de reconèixer el valor de l'educació com a base fonamental per al futur. És una de les palanques de canvi **clau per a la competitivitat, el coneixement i la convivència**. Hauria de ser l'eina per donar oportunitats a tothom, no només a les elits, per tant és fonamental **aspirar a l'excel·lència** en l'educació.

Catalunya ha de plantejar-se la reforma de l'actual model educatiu per aconseguir que sigui **generador de talent i orientar-lo a l'activitat econòmica** i a la **productivitat**. Amb nous valors, com fomentar una major cultura del canvi i del risc des de les primeres etapes de l'educació i tendir a una educació holística —que inclogui, per exemple, la prevenció de la salut a les escoles— i multidisciplinària.

La **formació contínua és una altra assignatura pendent**; a partir d'ara serà necessari formar-se al llarg de tota la vida, un camp en què es podria donar entrada a la inversió del sector privat.

Si el talent és la base de la ciutat del futur, són prioritàries la formació del talent propi i la retenció del forà, perquè és el talent allò que atrau talent. És difícil arribar a tenir una bona educació superior sense tenir una bona educació primària, i difícilment arribarem a posicionar-nos com a ciutat receptora de talent amb un índex de fracàs escolar del 30%.

És possible assolir l'excel·lència, de fet Barcelona ho ha aconseguit en el camp de les escoles de negoci, i s'ha convertit en l'única ciutat europea que té tres escoles de negoci entre les 100 millors del món.

Projectes transformadors:

- Conformar un **model educatiu** que permeti l'**excel·lència** i el **progrés social** de les persones.
- **Combatre el fracàs escolar**.
- **Trilingüisme** a les aules de primària, secundària i universitàries.
- **Internacionalització de la universitat** (de docents i d'alumnat).
- **Canviar la mentalitat de les universitats respecte del món empresarial**, però també la de **l'empresa respecte a la universitat**. El nou model de relació hauria de ser més interactiu i més eficaç i reformar la governança.
- Incentivar una educació basada en la **innovació i la creativitat** i apostar per elles com a eines de competitivitat.
- Educar futurs **emprenedors**, sense aversió al risc ni por al canvi.
- Atreure escoles i **col·legis internacionals**.
- **Garantir una formació professional de qualitat**, com a element indispensable per a la competitivitat de l'economia.

8.5 Transversalitat

El concepte de transversalitat és un dels més innovadors i importants si volem canviar la manera de gestionar la ciutat. La transversalitat hauria de ser la clau del model econòmic i social de Barcelona. En una societat interdisciplinària i complexa com l'actual **no es pot continuar abordant els negocis de la mateixa manera que s'ha fet fins ara, només des d'una perspectiva unisectorial**. Cal tenir una visió més global i ser capaços d'obrir l'angle, d'implicar tots els sectors econòmics en un projecte econòmic determinat, de crear una xarxa. A la nostra societat tot està relacionat, és una pèrdua constant d'oportunitats que les empreses d'un sector no comptin, ni es relacionin, amb les d'altres sectors. Un exemple seria aconseguir la connexió entre el sector del coneixement i el productiu i un altre, la col·laboració entre el sector del turisme i el de la cultura per treure profit conjuntament dels visitants que arriben a Barcelona.

Hauríem d'aconseguir que la transversalitat, **l'aprofitament de les possibles sinèrgies intersectorials**, fos la nostra pròpia manera de fer, de crear un model econòmic, que **fos el nostre factor clau de diferenciació i competitivitat**.

Aquest apartat inclou les mesures necessàries per establir lligams entre diferents sectors de l'economia. En aquest sentit, és prioritari estimular polítiques adreçades a **integrar el món productiu, el del coneixement i el financer**.

Projectes transformadors:

- Acostar **recerca i empresa**, millorant la relació entre la universitat i el món empresarial. Aconseguir que el **món productiu i el del coneixement** estiguin més connectats, per tal de crear més empreses i més patents.

- Desenvolupar **estratègies de fertilització creuada** entre els diferents sectors econòmics, de manera que en un model es puguin implicar empreses de diferents sectors econòmics, evitant l'excessiva sectorització de l'economia.
- Fomentar la transversalitat entre les diferents àrees de coneixement en **l'educació i la innovació**.
- Impulsar **plataformes intersectorials**.

8.6 Sostenibilitat

En el nou model de Barcelona i la seva àrea metropolitana la **sostenibilitat** ha de ser un **referent**. Hauríem de ser capaços d'aconseguir lligar el nom de la ciutat a la filosofia de la sostenibilitat. És un objectiu factible, perquè es tracta d'una activitat econòmica encara emergent i d'un mercat amb moltes possibilitats de creixement i de negoci.

Però si hem inclòs la sostenibilitat com a palanca de canvi no és pel seu vessant de negoci, sinó com a criteri per gestionar la ciutat en qualsevol àmbit. La sostenibilitat ha de ser una aspiració també en el desenvolupament de **polítiques socials i econòmiques**.

Projectes transformadors:

- Gestió de les **inversions públiques en clau** d'impacte en **el PIB**.
- **Evitar el malbaratament**.
- Canvi en els criteris d'atorgament **d'ajudes i de subvencions**, més orientades al retorn econòmic i social.
- Polítiques de **prevenció**.
- Polítiques de **planificació dels fluxos migratoris**.
- Desenvolupament urbà basat en la **convivència i la sostenibilitat**.

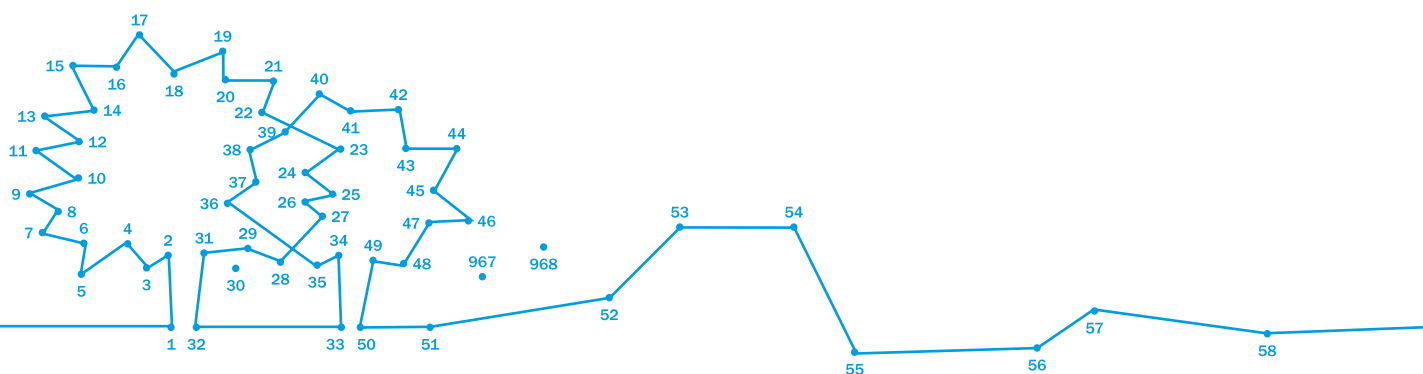
8.7 Influència

La Barcelona metropolitana ha d'apostar clarament per **l'excel·lència com a eina d'influència internacional**.

A més, hem d'associar la **marca Barcelona** als nostres valors i utilitzar-la per consolidar la **presència i la visibilitat exterior de la ciutat i del seu territori**. Hem après del passat que no podem continuar amb l'excés de confiança en la marca després de la difusió que va suposar la celebració dels Jocs Olímpics. És prioritari ampliar la visió de marca de Barcelona, lligada a l'urbanisme, l'arquitectura i el turisme urbà, i dotar-la d'altres continguts que ara no té.

Projectes transformadors:

- Consolidar una **marca polièdrica** i gestionar-la acuradament.
- Aconseguir més **rellevància internacional**.
- Col·laborar amb entitats internacionals per tal de millorar les condicions per **atraure empreses**; la reputació de les empreses que s'implanten en una ciutat genera reputació a la ciutat.
- Crear **xarxes i coalicions amb altres ciutats**.
- Dissenyar les **estratègies en clau metropolitana i global**.
- Crear **models propis** que puguin ser exportables.
- Dissenyar **models d'influència geopolítica i econòmica**.
- Convertir **l'aeroport de Barcelona** en un instrument per guanyar influència política i de coneixement.
- Atraure institucions de governança global.



8.8 Massa crítica

Assolir més massa crítica és necessari per competir en un món global. Hem de ser capaços de guanyar mida, d'actuar com una àrea metropolitana, fusionant empreses, institucions, centres de recerca R+D i fins i tot universitats.

Barcelona ha d'aconseguir-ho en un doble vessant, **tant reconeixent l'àrea metropolitana** com el seu territori natural (no és el mateix parlar d'una àrea d'1,5 milions d'habitants que d'una de més de tres) com **augmentant la dimensió de les seves empreses**. Però Barcelona no només ha de pensar en termes d'àrea metropolitana, sinó de regió.

Per reconèixer l'àrea metropolitana és fonamental una **mobilitat en xarxa i ràpida per tal d'augmentar-ne l'operativitat**. El problema de la Barcelona metropolitana és que els creixements que s'han produït històricament (residencials o per activitats econòmiques) han antecedit les inversions en infraestructures de transports, un sistema de creixement que hauria de canviar.

D'altra banda, la societat tecnològica actual també ens permet **reduir la mobilitat obligada**. Per una banda, amb l'ús de les noves tecnologies i per l'altra, amb la barreja d'usos residencials i d'activitats econòmiques, amb la descentralització de serveis. En aquest sentit s'han de crear centres tecnològics en nuclis urbans que ofereixin tot el necessari per no haver de desplaçar-se a altres nuclis més grans.

També és necessària la **distribució de serveis i equipaments al llarg del territori metropolità**, per tal d'aconseguir més cohesió. Si és cert que les ciutats seran considerades les empreses del segle XXI, com més gran sigui l'empresa, millor.

Projectes transformadors:

- Desenvolupar **l'àmbit metropolità i apostar per la regió de la 'Gran Barcelona'**.
- **Catalunya** ha d'associar-se a la **marca Barcelona**.
- Crear polítiques que facilitin l'adquisició de més **dimensió per part de les empreses** per poder competir globalment.
- Dissenyar les polítiques de mobilitat en clau de futura regió metropolitana.

8.9 Societat

Barcelona i la seva àrea metropolitana han de fer evolucionar el seu model de societat. La preocupació per **mantenir i millorar la qualitat de vida** ha de continuar i convertir-se en un dels seus objectius. La qualitat de vida ve determinada pels sistemes educatiu, sanitari, d'atenció social i d'habitatge i espai públic, que són també els factors que més influeixen en la configuració tant del capital humà com del capital social.

La ciutat ha de lluitar per associar el seu model de convivència a l'**esport, la cultura i un urbanisme i un habitatge innovadors, que han de convertir-se en els nous eixos vertebradors**.

L'e-participació té totes les característiques necessàries per convertir-se en una eina habitual de comunicació entre l'administració i els ciutadans.

Projectes transformadors:

- Fomentar l'**e-participació** en tots els àmbits.
- Polítiques enfocades a la **generació d'oportunitats** més que a l'actual atorgament de subvencions.
- Polítiques de **prevenció** com a element clau de la qualitat de vida.
- Impulsar **polítiques transversals** (urbanisme, habitatge, esport i salut).
- Millora de la seguretat ciutadana com a punt fonamental.

8.10 Nou model econòmic

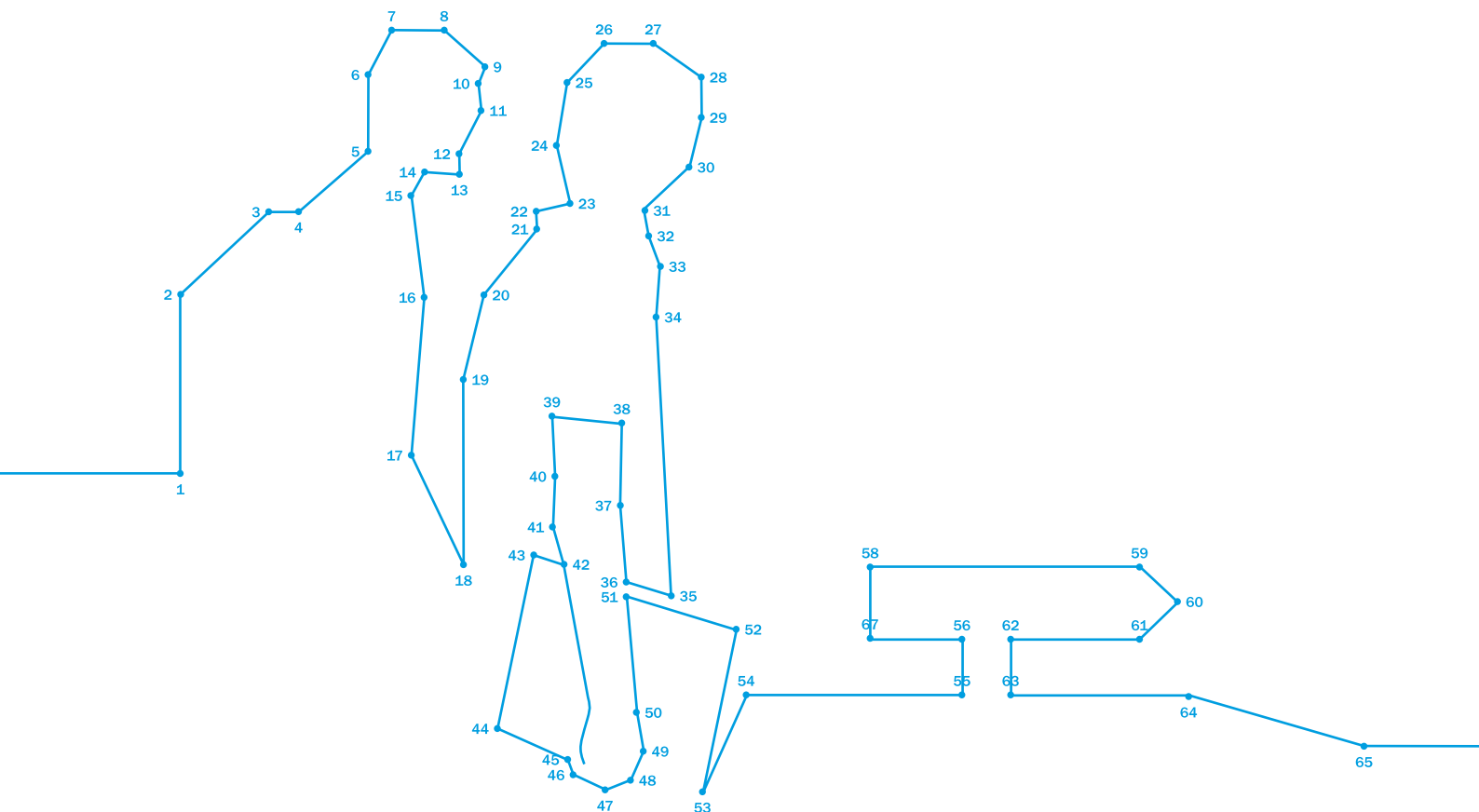
Barcelona ha de fer evolucionar el seu model econòmic construint una **economia basada en el coneixement, la diferenciació, la productivitat i l'excel·lència per assolir la plena competitivitat**. És prioritari incentivar i potenciar projectes emergents o innovadors, de més valor afegit, en els sectors de tecnologies de la informació, audiovisuals, biomedicina o R+D. Però quan es demana una economia basada en el coneixement no vol dir, necessàriament, l'oblit d'aquells sectors industrials en els quals som referents i tenim massa crítica (sanitat, farmàcia o, fins i tot, automoció, malgrat les seves actuals dificultats); al contrari, s'ha de continuar donant-los suport. **El futur de les ciutats depèn del manteniment d'una activitat industrial potent i prestigiada**, que constitueixi **la base per a la implantació de noves indústries d'alt valor afegit**.

L'aposta per la creativitat que ha de fer qualsevol ciutat moderna no pot anar en detriment del suport a tot allò que ja existeix i funciona. Amb aquesta condició la Barcelona metropolitana ha de tenir mecanismes per **fomentar l'activitat econòmica en sectors emergents**, sobretot en els que **poden generar llocs de treball** per a perfils professionals d'un cert nivell.

La Barcelona metropolitana ha d'aspirar a assolir una economia **diversificada**, que potenciï els **sectors econòmics clau** i fomenti la **transversalitat, la cooperació i l'esperit emprenedor**. Per tal de poder aconseguir aquestes fites és fonamental el paper dels *business angels* i d'altres fórmules previstes per aportar capital en fases de creació i de desenvolupament de les empreses. En aquest camp és necessari també potenciar la figura del broker i de l'analista, que siguin capaços de relacionar el món del coneixement i la innovació amb el món productiu i de facilitar la conversió del coneixement en producció.

Projectes transformadors:

- Fomentar **polítiques per atraure capital i talent**.
- Impulsar projectes relacionats amb el desenvolupament empresarial de l'àrea metropolitana amb esperit internacional.
- Millorar les condicions per **atraure companyies internacionals** (infraestructures, simplicitat administrativa, avantatges fiscals, col·legis internacionals).
- Estimular la creació de **fons de capital risc** i atreure els que existeixen.
- Planificar **infraestructures** sobre la base de la competitivitat internacional.
- Polítiques de foment de la **transversalitat i la cooperació intersectorial**.
- Dissenyar polítiques **d'estímul a l'emprenedoria** i a la innovació.
- **Donar suport a clústers internacionals** dels sectors productius de Barcelona i la seva àrea metropolitana.



9. Condicions necessàries

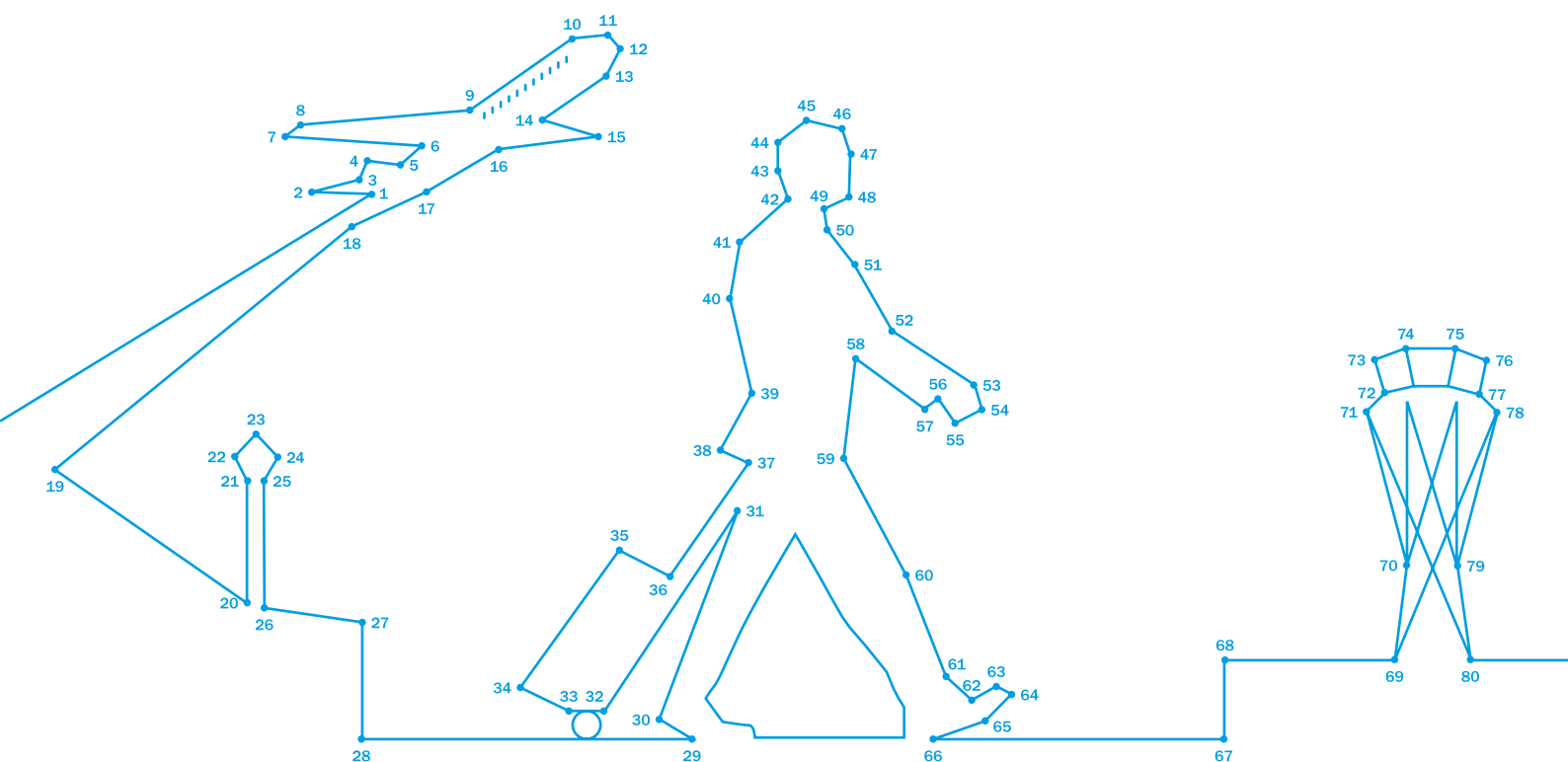
Els canvis proposats i els projectes transformadors de l'apartat 8 no seran possibles si no es donen les condicions següents:

- **Col·laboració publicoprivada:**
 - Per refer el model productiu.
 - Per superar els reptes globals.
 - Per facilitar les reformes necessàries.
- **Coordinació de les estratègies polítiques** de Barcelona, Catalunya i Espanya.
- **Apostar per una educació de qualitat.**

A més, seria convenient assegurar-se, en la mesura del possible, del compliment de les propostes sorgides a les subcomissions, mitjançant la **creació d'un òrgan de govern i de gestió específic per al Pla Estratègic Metropolità de Barcelona**, per garantir que es fan realitat els canvis proposats (lideratge i gestió).

10. Conclusió

Barcelona pot situar-se a l'**avantguarda global** si sap **augmentar la relació publicoprivada**, **potenciar la transversalitat** dels sectors, aprofitar la crisi per **orientar-se cap a l'excel·lència** i **ser oberta al món** i a les noves tendències.



Membres de la Comissió de Prospectiva i de les subcomissions del PEMB

Comissió Prospectiva del PEMB

Maria Reig

Presidenta de la Comissió de Prospectiva

Rosario Correro

Personal assistent de Maria Reig

Natalia Juan

Personal assistent de Maria Reig
Pla Estratègic Metropolità de Barcelona

Subcomissió d'Administració pública

Joaquim Triadú

President de la subcomissió
Soci d'Advocats Garrigues

Lluís Blancafort

Director de l'àrea territorial i sectorial del PIMEC

Vicent Bosch

President de l'Associació Catalana de l'Empresa Familiar

Lluís Cases

Soci i advocat d'Advocats Garrigues

Ignacio Castejón

Advocat i assessor jurídic de FECSA-ENDESA

Carlos Cavallé

Degà emèrit d'IESE

Emilio Cuatrecasas

Soci i president d'Advocats Cuatrecasas

Salvador Estapé

Professor i gerent del Centre de recerca Sector Public-Sector Privat d'IESE

Francisco Longo

Professor d'ESADE

Carlos Losada

Director general d'ESADE

Francesc Martí Jusmet

Euroconsell

Pedro Nuño

Professor d'IESE

Albert Raventós

Soci i advocat d'Advocats Cuatrecasas

Joaquim Trigo

Director executiu de Foment del Treball

Xavier Vives

Professor d'IESE

Subcomissió d'Arquitectura de la confrontació

Borja Ferrater

President de la subcomissió
Arquitecte de l'Office of Architecture in Barcelona

Jorge Vidal Tomàs

President de la subcomissió
Arquitecte

Jonathan Arnabat Vila

Arquitecte

Samuel Arriola

Arquitecte

Guillen Augé

Arquitecte

Jordi Ayala-Bril Combalía

Arquitecte

Pere Buil Castells

Arquitecte

Jose Ángel Cicero Torre

Arquitecte

Josep Ferrando

Arquitecte

Guillermo López

Arquitecte

Estel Ortega

Arquitecte

Ariadna Perich Capdeferro

Arquitecte

Marta Peris

Arquitecte

Anna Puigjaner Barberà

Arquitecte

Esther Rovira Raurell

Arquitecte

Sergi Serrat

Arquitecte

Maria Sisternas

Arquitecte

Clara Solà-Morales

Arquitecte

Roger Such

Arquitecte

José Manuel Toral

Arquitecte

Anna Vergés

Arquitecte

Joan Vitòria i Codina

Arquitecte

José Zabala Rojí

Arquitecte

Subcomissió d'Arquitectures de transferència

Carlos Ferrater Lambarri

President de la subcomissió
Arquitecte i director de l'Office of Architecture in Barcelona

Fèlix Arranz

Arquitecte i director de la Revista Scalae

Esteve Bonell Costa

Arquitecte i soci de Bonell i Gil Arquitectes

Mamen Domingo

Arquitecte i sòcia de Domingo Ferré Arquitectes

Llàtzer Moix

Redactor en cap adjunt a Direcció de La Vanguardia

Josep M. Montaner

Arquitecte i director de Josep M. Montaner Arquitecte

Ramon Sanabria

Arquitecte i soci de Sanabria Arquitectes Associats

Subcomissió de Ciutadans internacionals

Karen Reith

Presidenta de la subcomissió
Gild International

Daniela Arens

Foundum

Brian Byrne

Aviador SLU

Javier Coromina

Frescota Creatividad 2.0.

Ken Douglas

Private Equity

Xavier Flores

ESADE

Donna Kelley

Kelley Art Design

Sönke Lund

MMMM

Arianna Martinetto

PVBCN

Andrea Michelozzi

Comunicare Digitale

Greg Oliveau

Roo Consulting

Sabina Schladetz

Reig Capital

Peter Simons

Cohen & Simons

Flavio Soares

Soares & Avila Pereira

Jane Upton

Praesta Iberia

Andre Vanyi-Robbins

Adeq Digital

Paul Wakefield

Sales Partners Spain

Subcomissió de Cultura i arts escèniques

Toni Albaladejo

President de la subcomissió
Director general d'ANEXA

Maria José Balañá

Presidenta de Grupo Balañá

Anna Rosa Cisquella

Grup 3xtr3s

Toni Coll

Director executiu de Fila 7

Jaume Colomer

President de Bissap

Angela Domínguez

SGAE

Eduard Garre

Productor executiu de Fila 7

Jordi González

Director d'art i continguts de Focus

Manel Magriñá

Servei Telentrada de Caixa Catalunya

Daniel Martínez

President de Focus

Víctor Médem

Director adjunt d'Ibercàmera

Martín Pérez

Director de Concert Studio

Manuel Roca

Gerent d'Atrápalo

Jon Sarabia Barrutia

Responsable de Serviticket de La Caixa

Elvira Vázquez

Directora de la Fundació El Molino

Subcomissió de Cultura i indústries creatives

Maria Reig

Presidenta de la subcomissió
Presidenta de la Comissió de Prospectiva del Pla Estatègic Metropolità de Barcelona

Emilio Álvarez

Director de la Galeria Àngels Barcelona

Ventura Barba

Sónar

Jordi Bernadó Tarragona

Editorial ACTAR

Lluís Bonet

Director de màsters en Gestió cultural de la Universitat de Barcelona

Carlos Duran Basté

Director de la Galeria Senda

Ainhoa Grandes

Directora de la Fundació MACBA

Ariadna Delgado

Adjunta a direcció de la Fundació MACBA

Llucià Homs

Director de la Galeria Llucià Homs

Joan Francesc Marco

Director general del Teatre del Liceu

Cristian Pascual

Director Executiu d'In-Edit SL

Tito Ramoneda

President executiu The Project

Carles R. Ríos

Director Retinas

Ricard Robles

Codirector Sónar

Marc Tapias

In-Edit SL

Subcomissió de Disseny i indústria

Ramon Prat Homs
President de la subcomissió
Director de Disseny Hub
Barcelona

Josep Abril
Dissenyador de moda de
Josep Abril Studio

Xavier Costa
Director de l'Escola Elisava
de Disseny

Martí Guixé
Dissenyador

Jordi Montaña
Director de la càtedra de
Disseny d'ESADE

Javier Nieto
Director de Santa&Cole

Marc Panero
Soci director de Base Design

Miguel Ruano
Arquitecte i consultor en
sostenibilitat

Chu Uroz
Dissenyador i promotor de
moda de Chu Uroz Studio

Subcomissió d'Emprenedors

Christopher Pommerening
President de la subcomissió
Codirector d'Active Venture
Partners

Juan Carlos Ángeles
President d'Entrepreneurs
Organisation Barcelona

Albert Armengol
Fundador d'eConozco

Alfredo Bassal
Cofundador de l'Institut de
la Empresa Familiar

Antonio Gonzales Barros
Cofundador de Grupo Intercom

Didac Lee
Fundador d'Inspirit

Nick Lesser
Cofundador d'Entrepreneurs
Network Barcelona

Carlos Muñoz
Fundador de Vueling

Joan Roure
Professor d'IESE

Philipp Schroeder
Cofundador de Barcelona
Venture Capital Roundtable

Subcomissió d'Esdeveniments esportius

Albert Agustí García-Navarro
President de la subcomissió
Conseller delegat d'Havas
Sport

Manuel Carreras Fisas
President de Sports Cultura
Barcelona

Carlos Homedes
Director general de Nike
Iberia

José Luís Nueno
Professor d'IESE

Sandro Rosell
Directo Bonus Sports
Marketing

Francisco Segura
Director general d'IGESPORT

Subcomissió d'Indústries audiovisuals

Ildefonso García-Serena
President de la subcomissió
President de Compact Res-
ponse Group

Oriol Aguilà
Director d'Estratègia i Marca
de la Corporació Catalana
de Mitjans Audiovisuals

Tatxo Benet
President de Mediapro

Xavier Bru
Director d'Avinyó Films

Toni Camín
President executiu d'Ovideo

Josep M. Carbonell
Conseller delegat de
Cromosoma

Julio Fernández
President de Filmax

Oriol Ivern
President de Cromosoma

Ferran Mascarell
Conseller delegat de RBA
Audiovisuales

Joaquim Padró
President de Rodar y Rodar

Jaume Roures
Director general de Mediapro

Joan Tàpia
Col·laborador d'El Periòdic
de Catalunya

Manel Vicarà
Director de Vas a ver Films

Subcomissió de Medicina privada i innovació

Josep Baselga
President de la subcomissió
Cap del Servei d'Oncologia,
hematologia clínica i radio-
teràpia H.U. Vall d'Hebron

Jesús Acebillo
President executiu de Labo-
ratoris Novartis

Helmut Andress
President de Laboratorios
LACER

Juan José Artells
Director de la Fundación SIS
de Novartis

Pere Barri
Director Departament de
Ginecologia, Obstetrícia i
Reproducció de l'Institut
Dexeus

Pere Berga
Director de Gestió I+D de
Laboratoris Almirall

Bonaventura Clotet
Cap de la Unitat VIH de
l'H.U. Germans Trias i Pujol

Borja Corcóstegui
Institut Microcirugia
Ocular

Carlos Costa
Vice-president del Boston
Consulting Group

Deborah Cugat
Cap de comunicació de la
Clínica Quirón

Ramon Cugat
Cap de Cirurgia Ortopèdica
i Traumatologia de la Clínica
Quirón

Antonio M. De Lacy
Cap del Servei de Cirurgia
Gastrointestinal de l'Hospi-
tal Clínic de Barcelona

Santiago de Torres
President d'e-Diagnostic

Ignacio Elizalde Montagut
Gerent de la Clínica Bar-
raquer

José Luís Fumanal
Director comercial nacional
de Ferrer Grupo

Norbert Galindo Casas
Conseller delegat de CRC
Corporació Sanitària

Montserrat Garcia Balletbó
Clínica Quirón

Manuel Garcia Garrido
Director general de Boehringer
Ingelheim España SA

Víctor Grífols Roura
President i conseller delegat
de Laboratoris Grífols

Alberto Madrigal Navarro
Coordinador general de la
Clínica Barraquer

Jordi Martí Pi-Figueras
Director general d'AMGEN
Espanya

Bartolomé Martínez Jover
Director de la Clínica Quirón
de Barcelona

Gabriel Masfurrull
President de la Clínica USP

Carles Mestre Pi
Director de Desenvolupa-
ment Internacional de la
Clínica Teknon

Raimon Miralbell
Director del Servei de Radi-
oncologia del Centre Mèdic
Teknon

Carlos Nueno
Director d'Advance Medical

José M. Palacín
Cap de cirurgia plàstica i
reparadora del Centre mèdic
Teknon

Jorge Planas
Director mèdic de la Clínica
Planas

Joaquín Puig Corcoy
Director general de Labo-
ratoris Menarini

Sr. Marian Puig Guasch
Conseller delegat d'ISDIN

Jorge Ramantol Massana
Director general de Ferrer
Grupo

Jordi Setoain
President de CETIR Grup
mèdic

Jerome Silvestre
Director general de SANOFI
Aventis

Rosendo Tost
Director general de Labo-
ratoris Esteve

Joan Uriach Torrello
Membre del Consell d'Admi-
nistració de J.Uriach & Cia

Eduard Valentí
Director d'operacions d'I+D
de Laboratoris Esteve

Theo Van Der Loo
Gerent de Química Farma-
cèutica de Bayer Espanya

Anna Veiga
Directora del Banc de línies
cèl·lulars del Centre de
Medicina Regenerativa de
Barcelona

Santiago Vila Regard
President i conseller delegat
de CELO XXI

Subcomissió de Publicitat i màrqueting

Ildefonso García-Serena
President de la subcomissió
President de Compact Res-
ponse Group

Enric Aguilera
President d'Aguilera y
Asociados

Alberto Astorga
Director Creatiu Executiu
de DDB

Jordi Bigues
Periodista i comunicador
ambiental

Xavier Dedue
Soci fundador de ROAD
Publicidad SL

Jorge Fondón
Director general de FMRG
Compact

Ramon Guardia
President de Valores &
Marketing

Toni Segarra
Director creatiu de S.C.P.F.*

Miquel Tresserras
Degà de la Facultat de
Comunicació Blanquerna -
Universitat Ramon Llull

Subcomissió de Recerca i medicina translacional

Joan Rodés
President de la subcomissió
Director d'Investigació Bio-
mèdica de la Fundació Clínic
per a la Recerca Biomèdica

Fernando Albericio
Director general del Parc
 Científic de Barcelona

Pedro Alonso
 Director del Centre de Recerca en Salut Internacional de l'Hospital Clínic de Barcelona

Josep M. Antó
 Metge investigador de l'Institut Municipal d'Investigació Mèdica

Vicente Arroyo
 Cap del Servei d'Hepatologia de l'Hospital Clínic de Barcelona

Miguel Beato
 Director Centre de Regulació Genòmica - UPF

Carlos Buesa
 Director d'Oryzon Genomics

Joan Comella
 Director de l'Institut de Recerca de l'H.U. Vall d'Hebrón

Manel Esteller Badosa
 Director del Programa d'Epigenètica i Biologia del Càncer de l'Institut d'Investigació Biomèdica de Bellvitge

Miquel Gómez
 Secretari d'Estratègia i Comunicació del Departament de Salut de la Generalitat de Catalunya

Pedro Luis González Atienza
 Responsable de nous productes i anàlisi del negoci de Laboratoris Almirall

Joan Guinovart
 Director de l'Institut de Recerca Biomèdica de Barcelona

Jaume Kulisevsky
 Director de l'Institut de Recerca de l'Hospital de Sant Pau

Guillem López
 Vocal de la Junta de Govern de la Reial Acadèmia de Medicina de Catalunya

Vicente Ortún
 Professor d'Economia i Empresa (Àrea de Recerca d'Economia de la Salut i Gestió Sanitària) - Universitat Pompeu Fabra

Rafael Rosell
 Cap del Servei d'Oncologia Mèdica de l'H.U. Germans Trias i Pujol

Lluís Ruiz
 Director de Janus Development

Joan Seoane
 Cap d'equip d'investigació en Oncologia de l'H.U. Vall d'Hebrón

Antoni Trilla
 Cap de Medicina Preventiva i Epidemiologia de l'Hospital Clínic de Barcelona

Antonio Zorzano
 Cap d'equip d'investigació en patologia i teràpia moleculars de l'Institut de Recerca Biomèdica de Barcelona

Subcomissió de Sostenibilitat

Ramon Folch Guillén
 President de la subcomissió
 Director general d'ERF - Gestió i Comunicació Ambiental

Miquel Barceló Garcia
 Comissionat per al Desenvolupament Sostenible de la Universitat Politècnica de Catalunya

Ramon Carbonell
 Conseller delegat de COPCISA

Marcel Coderch Collell
 Vicepresident de la Comissió del Mercat de les Telecomunicacions

Sergí Ferrer-Salat
 President del Grupo Ferrer Internacional

Vicente Guallart
 Director de l'Institut d'Arquitectura Avançada de Catalunya

Antoni Martínez
 Director de l'Institut de Recerca en Energia de Catalunya

Felip Pich-Aguilera
 Arquitecte i soci de Pich Architects

Ferran Rodés
 President del Patronat de la Fundació Creafutur

Salvador Rueda
 Director de l'Agència d'Ecologia Urbana de Barcelona

Joan Sabaté
 Director de Sabaté associats Arquitectura i Sostenibilitat

Xavier Torras
 Director de comunicació i marca de Roca

Frederic Ximeno
 Director general de Planificació Ambiental de la Generalitat de Catalunya

Subcomissió de Valors distintius de Barcelona

Ricard Fornesa Ribó
 President de la subcomissió
 President honorífic de Criteria Caixa Corp.

Lluís Bassat Cohen
 President de Bassat Ogilvy Publicidad

Juan Carlos Belloso
 Director per Espanya i Amèrica Llatina de Placebrands

Àngel Castiñeira Fernández
 Director del Departament de Ciències Socials d'ESADE

Borja García-Nieto
 Director del Grup financer Rivas y Garcia

Juan José López Burniol
 Notari de la Notaria López Burniol

Joan Subirats Humet
 Director de l'Institut de Govern i Polítiques Públiques de la UAB

