



OPINIÓN

Alex Miquel

¡Cuidemos Barcelona!

Es Barcelona una marca infalible? ¿Cómo está evolucionando el mercado residencial? ¿Cómo afecta la incertidumbre de los últimos tiempos? Son preguntas sobre las que no creo que exista una respuesta única.

En mi opinión, Barcelona es una ciudad excepcional, con una ubicación y un clima privilegiado. Su atractivo es indudable y el interés internacional, evidente. Sin embargo, esto no es una licencia para dejar de cuidar la ciudad y la marca Barcelona. Hemos de continuar invirtiendo en la misma, cuidándola y dándonos cuenta que si está tan bien posicionada es gracias al trabajo de muchos años. La solidez de la marca no es eterna ni indestructible. Estamos en un entorno muy competitivo y estamos rodeados de otras ciudades que también son atractivas. Las dinámicas en el sentido positivo y negativo son muy difíciles de cambiar.

Pensar que somos únicos y que hagamos lo que hagamos vamos a seguir siendo una ciudad excelente es un error. La solidez de la marca Barcelona es un trabajo diario, que requiere promover las ventajas competitivas que tenemos, cuidar los eventos que llevamos a cabo, transmitir estabilidad. Estamos en una sociedad plural en la que existen ideas

Los motores de la ciudad y de Catalunya son el turismo y la inversión extranjera

políticas muy diferenciadas, todas respetables. Sin embargo, es clave no olvidar que los motores de Barcelona y Catalunya son el turismo y la inversión internacional. Somos una marca atractiva sí, pero no la única, y debemos ser

muy conscientes de ello. Actualmente hay motivos para no bajar la guardia. La ocupación hotelera ha bajado, la previsión de eventos de negocios internacionales para 2018 parece que también... Es necesario que toda la ciudad, ciudadanos, empresarios y autoridades locales se unan en un esfuerzo por transmitir el atractivo de la marca Barcelona: una ciudad moderna, dinámica y cosmopolita, tolerante y plural, que impulsa la innovación pero respeta la cultura y la historia. También vemos indicativos muy positivos. Cada vez hay más empresas tecnológicas instalándose en el distrito 22@, estamos consiguiendo que sea un *hub* tecnológico internacional. De hecho, la mitad de las empresas de este sector en España están en el 22@. En resumen. Potenciamos nuestros puntos fuertes y seamos conscientes de la fragilidad de nuestro posicionamiento: la marca está bien situada pero debemos seguir trabajando para que siga siendo un referente: ¡Cuidemos la marca Barcelona!

Socio fundador de Bonavista Developments