

## EL REVERSO DE LA PROYECCIÓN INTERNACIONAL DE LAS METRÓPOLIS

**Agustí Fernández de Losada**, Director del Programa Ciudades Globales de CIDOB  
[@AgustíFdeLosada](#)



# 594

OCTUBRE  
2019

Una versión de este artículo se publicó previamente en el blog Seres Urbanos de *El País*

*Las grandes ciudades cuentan con estrategias bien definidas de consolidación de marca y atracción de inversiones. Estos esfuerzos de proyección al mundo se están viendo recompensados con la movilización de activos importantes para sus economías. Sin embargo, más allá de su evidente impacto positivo, la acción internacional tiene también externalidades negativas que hay que abordar y mitigar.*

Todas las grandes ciudades dedican importantes esfuerzos a su acción internacional, en especial a proyectarse y captar oportunidades que favorezcan su desarrollo económico y social. Estos esfuerzos se están viendo recompensados con la movilización de activos importantes para sus economías; ya sean inversiones directas, el establecimiento de sedes, la captación de proyectos científicos, la llegada de talento, de visitantes o la organización de ferias y eventos internacionales. Un estudio realizado en CIDOB, en colaboración con el Área Metropolitana de Barcelona, en el que se comparan las estrategias de acción internacional de seis grandes metrópolis globales —Durban, Seúl, Montreal, Medellín, Viena y Barcelona— demuestra cómo estas estrategias tienen un impacto innegable en forma de puestos de trabajo, actividad económica y rendimiento fiscal. Todo ello con Sin embargo, lo que ninguna de estas metrópolis tiende a tener en cuenta son las externalidades negativas que puede tener consolidarse como una marca de prestigio global. Unas externalidades que pueden llegar a ser relevantes y condicionar la forma y el desarrollo de la ciudad.

Si en algo coinciden todas las metrópolis analizadas es que se proyectan al mundo como ciudades innovadoras, creativas, dinámicas y diversas, que apuestan por el conocimiento, la calidad de vida, la cohesión social y la sostenibilidad ambiental. Y lo hacen de forma muy eficiente, con estrategias bien definidas, a través de agencias especializadas, con equipos muy profesionales que cuentan con presupuestos relevantes y marcas muy consolidadas. De hecho, el Financial Times ha situado recientemente a Barcelona como la ciudad europea con una mejor estrategia de captación de inversiones; y a Montreal y a Medellín entre las 4 mejores del continente americano.

Si ponemos el foco en los resultados de todas estas estrategias no es difícil constatar que han logrado impactos muy positivos para las ciudades. Montreal, por ejemplo, reporta haber captado en 2018 más de 2.400 millones de dólares de inversión directa; la implantación de 63 empresas internacionales que han generado más de 6.000 puestos de trabajo de alto valor añadido y un impacto fiscal de casi 500 millones de dólares. Viena y Barcelona, por su parte, son dos de las ciudades del mundo con una mayor capacidad de atraer ferias, congresos y reuniones internacionales. Todo ello genera miles de empleos, un fuerte dinamismo en el sector de los servicios y puede servir de palanca para potenciar determinados sectores fuertemente innovadores. Pensemos en el Mobile World Congress y en el ecosistema TIC que ha surgido en Barcelona.

Las metrópolis analizadas han logrado posicionarse como ciudades altamente atractivas para la captación de sedes internacionales, ya sean organizaciones multilaterales, corporaciones transnacionales (empresariales o de la sociedad civil), centros de investigación científica o infraestructuras culturales. Todo ello se traduce en empleos de alto perfil, servicios de alto valor añadido, innovación, diversidad, dinamismo cultural, etc. Barcelona, por ejemplo, acaba de anunciar el establecimiento de la nueva comunidad de conocimiento e innovación sobre movilidad urbana que promueve el Instituto Europeo de Innovación y Tecnología y que puede llegar a movilizar más de 1.500 M€.

Algunas más que otras, las metrópolis analizadas hacen un esfuerzo relevante por rendir cuentas de su proyección internacional facilitando datos, por lo general positivos, del impacto que ha tenido en el mercado de trabajo, en la economía de la metrópoli o en la fiscalidad. Sin embargo, la proyección internacional tiene también impactos negativos sobre los que no se suele poner el foco. Y si no se hace no es porque no interese, sino porque no existe la presión ciudadana necesaria, puesto que se trata de impactos indirectos que se producen a medio y largo plazo y que no son fácilmente relacionables con la acción internacional.

Pongamos algunos ejemplos. La externalidad negativa más notoria es la que se deriva del turismo. Para una ciudad como Barcelona, que en 2018 recibió más de 12 millones de turistas, el impacto en forma de masificación, subida de precios, pisos turísticos, y expulsión del comercio local en determinadas zonas se ha convertido en un problema mayor. Como también lo es el impacto ambiental que tiene o la precariedad laboral que caracteriza el sector. La apuesta que han hecho algunas de las metrópolis analizadas por convertirse en referentes globales en la organización de ferias, reuniones internacionales y eventos deportivos y culturales de todo tipo, genera mucha actividad económica y empleos, pero puede llegar a condicionar el mercado de trabajo puesto que el sector necesita nutrirse de perfiles de bajo nivel formativo.

Como contraste, el esfuerzo por potenciar ecosistemas innovadores, captar sedes de organismos e instituciones transnacionales y centros de investigación de diversa índole, que se orienta a atraer empleos y profesionales de alto nivel, tampoco está exento de complejidades. Por un lado, la llegada de talento internacional puede llegar a tensionar el mercado de trabajo, en especial para los locales menos preparados que se encuentran con dificultades para encontrar empleo. Por otro lado, los sueldos elevados que acostumbran a cobrar dichos profesionales expatriados pueden producir,

en el entorno de la ciudad en el que trabajan o viven, procesos descontrolados de subidas de precios que pueden derivar en la expulsión de las capas menos formadas de la población. Este fenómeno se ve agravado por la llegada de capital internacional que invierte y distorsiona el mercado inmobiliario de la metrópoli.

Ser consciente de estas externalidades no debe implicar en modo alguno dejar de apostar por la proyección internacional. Como demuestran las metrópolis analizadas en el estudio, los impactos en términos económicos y sociales pueden ser muy positivos. Pero tampoco se debe trabajar con lógicas negacionistas, ignorar la realidad, como si la financiarización de la ciudad, la precarización del mercado laboral o el aumento en los niveles de contaminación no tuviera nada que ver con posicionar la metrópolis en las distintas ligas globales.

El reto debe situarse en definir las estrategias públicas de internacionalización siendo conscientes de las externalidades negativas que puede acarrear y establecer los mecanismos adecuados para mitigarlas. En algunos ámbitos ya se está empezando a hacer. Los planes de turismo que están impulsando algunas ciudades como Viena o Montreal tienden a orientarse hacia la sostenibilidad ambiental y social. Sin embargo, queda mucho camino por recorrer. Un camino que requerirá voluntad política para profundizar en el establecimiento de mecanismos adecuados de participación ciudadana y rendición de cuentas; y un fuerte compromiso de los actores de la ciudad para avanzar con una mirada menos cortoplacista y más estratégica.