



## **Abstract ampliado**

### **RESUMEN AMPLIADO**

**Título:** Los clusters de industrias culturales en pequeñas y medianas ciudades intra y extrametropolitanas. Un análisis comparado

**Autores y e-mail de todos ellos:** Diego Barrado-Timón (1), Ana Isabel Escalona-Orcao (2), Severino Escolano-Utrilla (2), Belén Sánchez-Valverde García (3)  
([diego.barrado@uam.es](mailto:diego.barrado@uam.es), [aescalon@unizar.es](mailto:aescalon@unizar.es), [severino@unizar.es](mailto:severino@unizar.es), [belensv@unizar.es](mailto:belensv@unizar.es))

**Departamento:** (1) Departamento de Geografía; (2) Departamento de Geografía y Ordenación del Territorio; (3) Departamento de Métodos Estadísticos

**Universidad:** (1) Universidad Autónoma de Madrid; (2) y (3) Universidad de Zaragoza

**Área Temática:** *Industrias creativas: patrones de localización y generación de crecimiento*

### **Resumen:**

### **INTRODUCCIÓN<sup>1</sup>**

El trabajo en curso que traemos al congreso tiene como objetivo principal profundizar en el análisis de los patrones de localización de los diferentes sectores creativos y en las relaciones espaciales que se establecen entre las actividades creativas y las ciudades medias y pequeñas. Queremos sacar partido de algunas de las teorías más importantes de la Geografía económica en relación con las industrias creativas, haciendo especial hincapié en uno de los principales factores (*drivers*) que impulsan los procesos de *clusterización* urbana de estas actividades, es decir, las economías de aglomeración.

Pretendemos también ampliar el conocimiento existente sobre las industrias culturales y creativas en las grandes ciudades extendiéndolo a las de tamaño medio y pequeño, puesto que como queda de manifiesto en la literatura, la mayoría de las investigaciones se han desarrollado en el contexto de las grandes ciudades. Además, y dada la amplitud de la muestra y el muy diferente perfil de las ciudades analizadas, quedará patente la influencia que en los procesos de *clusterización creativa* de estas ciudades tienen factores como el entorno institucional (capitalidades regionales frente a ciudades sin función institucional), el peso del patrimonio cultural heredado o reciente (ciudades patrimonio de la humanidad o sedes de grandes eventos culturales), la influencia de determinadas actividades urbanas (ciudades turísticas, universitarias, industriales, residenciales), etc.

---

<sup>1</sup> La investigación de base ha sido financiada con recursos aportados por las siguientes instituciones: Universidad de Zaragoza (*Vicerrectorado de Política Científica, convocatoria 2017*, código de proyecto: UZ2017-HUM-01) y *Ministerio de Economía, Industria y Competitividad del Gobierno de España* (Programa Estatal de I+D+i Orientada a los Retos de la Sociedad, convocatoria de 2018, proyecto CSO2017-83603-C2-1-R)



Pero, además, y dada la importancia que el trabajo otorga al análisis de datos empíricos, se avanzará en el conocimiento de cómo el tamaño urbano o los procesos de deslocalización metropolitana influyen en la distribución espacial de los clusters creativos. Para este fin no solo se van a analizar, tal y como se ha indicado, ciudades medias y pequeñas, sino que se va a diferenciar entre las que se sitúan dentro y de las áreas metropolitanas. El planteamiento que subyace en dicha aproximación es que los *clusters* de actividades creativas y culturales presentarán diferencias dependiendo de si las ciudades están ubicadas en áreas metropolitanas o en espacios extrametropolitanos, rurales y escasamente poblados.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS E HIPÓTESIS

Los **objetivos** específicos del trabajo son los siguientes:

- ✓ Analizar la distribución de los diferentes sectores creativos en un total de 82 ciudades españolas entre 50.000 y 100.000 habitantes.
- ✓ Analizar las pautas de localización de dichos sectores creativos en los casos escogidos, así como su propensión a coincidir en las mismas ciudades, es decir, a co-localizarse.
- ✓ Evaluar si la distribución y las pautas de co-localización detectadas varían en función del carácter extrametropolitano o intrametropolitano de las ciudades consideradas.

Las **hipótesis** que sustentan los objetivos señalados, y que están relativamente bien establecidas en la literatura científica, son las siguientes:

- ✓ *Existen especificidades en la distribución espacial de los diferentes sectores creativos, así como en su propensión a co-localizarse* (Gong & Hassink, 2017). El supuesto implícito en la hipótesis es que las diferencias entre los distintos sectores creativos en relación con los *inputs* que requieren y los *outputs* que producen, así como con los procesos de producción y consumo, conllevan diferencias geográficas que influyen en sus procesos de localización y co-localización.
- ✓ *Las pautas de localización y co-localización urbana de los diferentes sectores creativos son sensibles a la naturaleza intra o extrametropolitana de las diferentes ciudades* (Valdivia & Cuadrado-Roura, 2017). Esto implicaría que en el caso de las ciudades intrametropolitanas habrá sectores sensibles a los procesos de relocalización dentro de sus respectivas aglomeraciones, mientras que en las ciudades extrametropolitanas los diferentes perfiles sectoriales estarán ligados a la centralidad propia de estos núcleos urbanos.

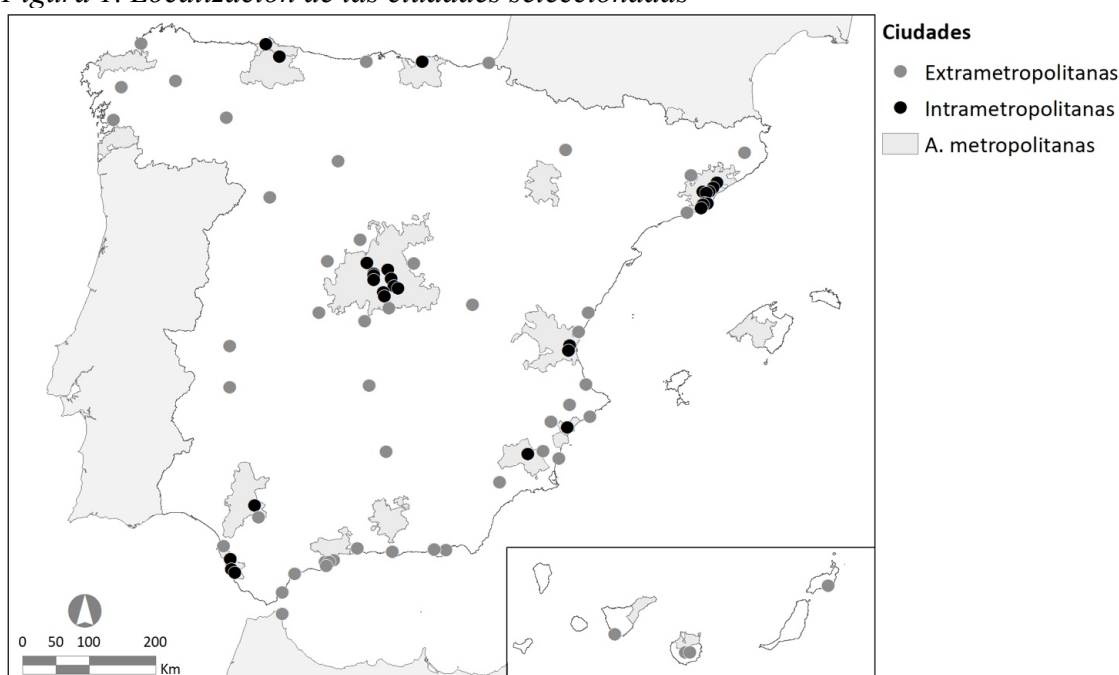
## DATOS Y METODOLOGÍA

Los sectores analizados son los que se incluyen en la *Cuenta Satélite de la Cultura* y que en la clasificación CNAE 2009-rev 2 llevan los siguientes códigos y enunciados: (91) Librerías, archivos, museos y otras actividades económicas; (18) Impresión y reproducción de medios grabados; (58) Publicidad; (59) Producción de cine, vídeo y televisión, grabación de sonido y marketing musical; (60) Actividades de programación y radiodifusión; (62) Programación de computadoras, *consulting* y actividades relacionadas; (90) Actividades creativas, artísticas y de entretenimiento; (73) Publicidad

e investigación de mercados; y (74) Otras actividades profesionales, científicas y técnicas, incluida fotografía.

Para la selección de las ciudades hemos tomado como referencia las 15 primeras áreas urbanas españolas según el proyecto europeo Urban Audit, 2017. Hemos seleccionado después las ciudades entre 50.000 y 100.000 habitantes ya que este intervalo permitía una relativamente equilibrada distribución entre las incluidas en alguna de las áreas metropolitanas de referencia y las que quedaban fuera. Las representamos en el mapa de la figura 1: 51 son extrametropolitanas y 31 intrametropolitanas.

*Figura 1. Localización de las ciudades seleccionadas*



En cuanto a la **metodología**, con el fin de calcular la especialización relativa de una determinada ciudad en un sector creativo, utilizamos el cociente de localización horizontal (HQL) obtenido con los datos de empleo en 2012 en cada uno de los sectores tomando como fuente la Tesorería de la Seguridad Social. Cuando el HQL de un sector toma valores positivos en una ciudad muestra la existencia de una concentración relativa o especialización de la ciudad en dicho sector. A su vez para detectar situaciones de co-localización entre sectores, hemos aplicado un análisis de correlación a los HQL de las diferentes ciudades en cada una de los sectores estudiados.

## RESULTADOS

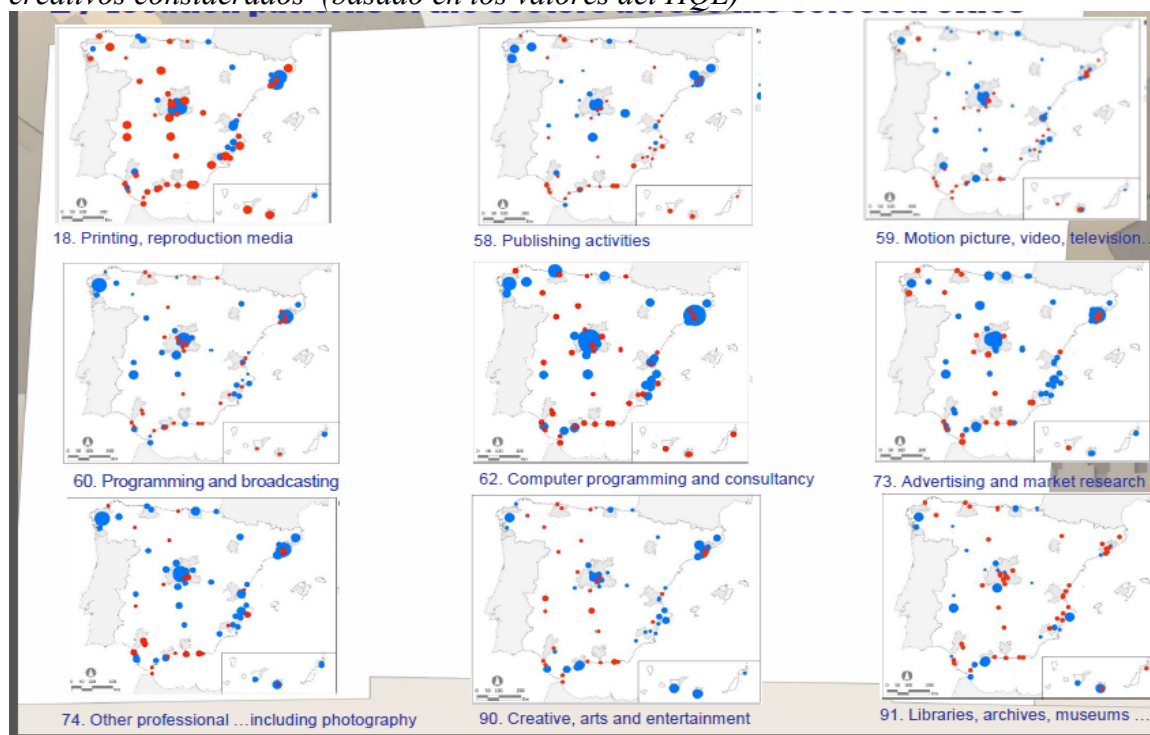
Una breve aproximación a las actividades económicas que se van a tratar, que puede verse en la tabla 1, nos muestra cómo, en realidad, se trata de sectores que de media presentan un peso reducido en las economías locales. Sin embargo, el análisis de la desviación estándar o del coeficiente de variación permite observar que la dispersión es muy grande en todos ellos (el coeficiente de variación es superior a 0,5 en todos los sectores). En consecuencia se puede afirmar que, si bien la media es reducida, en función de los diferentes patrones de localización se van a encontrar ciudades en donde alguno de estos sectores tendrá un peso económico relativamente significativo.

*Tabla 1. Importancia de los sectores creativos en las ciudades estudiadas*

| CNAE Rev. 2 Código y denominación                                                   | Empleos<br>(media por ciudad) | Desviación<br>típica | Coefficiente<br>de variación |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|----------------------|------------------------------|
| 18. Impresión y reproducción de medios grabados                                     | 122.9                         | 151.7                | 1.23                         |
| 58. Publicaciones                                                                   | 66.9                          | 116.9                | 1.75                         |
| 59. Producción de cine, vídeo y televisión, grabación de sonido y marketing musical | 40.4                          | 47.5                 | 1.18                         |
| 60. Actividades de programación y radiodifusión                                     | 60.3                          | 175.5                | 2.91                         |
| 62. Programación de computadoras, <i>consulting</i> y actividades relacionadas      | 260.9                         | 586.5                | 2.25                         |
| 73. Publicidad e investigación de mercados                                          | 138.9                         | 228.4                | 1.64                         |
| 74. Otras actividades profesionales, científicas y técnicas, incluida fotografía;   | 141.6                         | 172.7                | 1.22                         |
| 90. Actividades creativas, artísticas y de entretenimiento                          | 60.1                          | 61.1                 | 1.02                         |
| 91. Bibliotecas, archivos, museos y otras actividades económicas                    | 19.3                          | 28.8                 | 1.49                         |
| Todos los sectores creativos considerados                                           | 911.2                         | 1,192                | 1.3                          |
| Todos los sectores económicos                                                       | 23,617.1                      | 11,618.3             | 0.5                          |

La distribución y especialización de los sectores por las ciudades estudiadas se muestra en el mapa de la figura 2.

*Figura 2. Niveles de especialización de las ciudades en cada uno de los sectores creativos considerados (basado en los valores del HQL)*

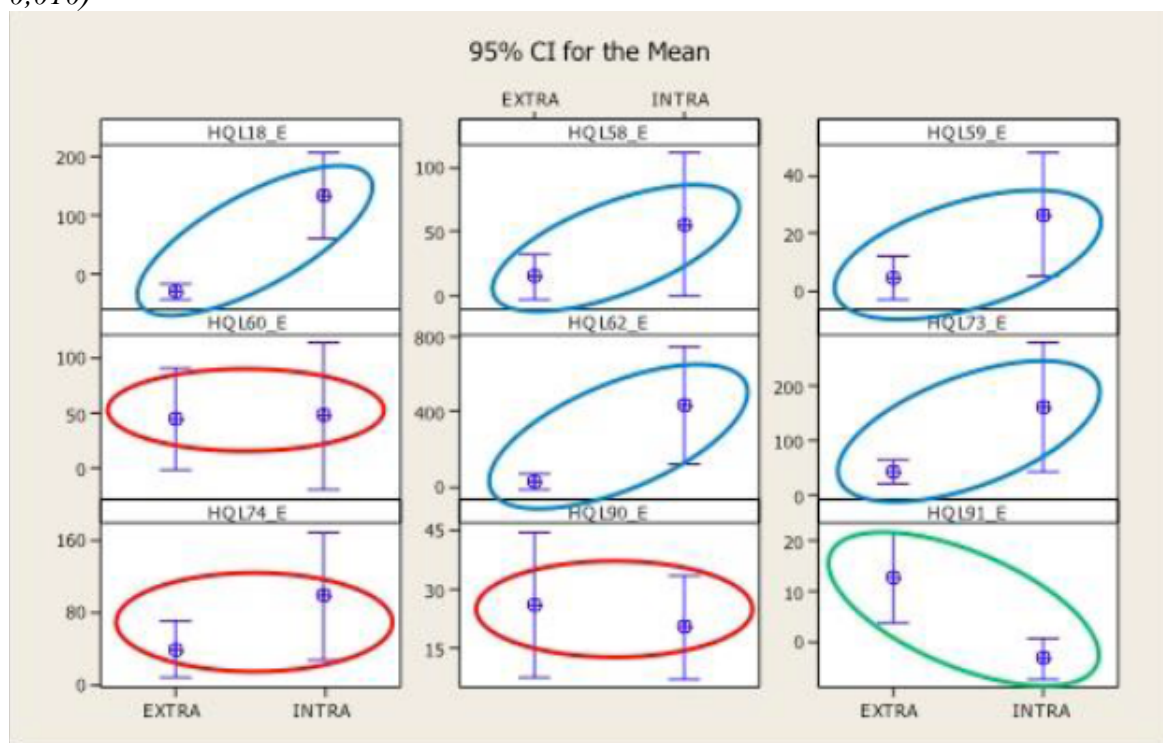


En primer lugar, se aprecia claramente cómo en la mayor parte de los sectores creativos existen importantes contrastes de especialización entre ciudades, lo que apunta a que dichos patrones dependerán, al menos en parte, de requisitos geográficos específicos de cada uno de los sectores considerados. En segundo lugar, y como se puede apreciar claramente en determinados sectores, algunos de esos patrones de distribución parecen estar relacionados con el carácter intra o extrametropolitano de las ciudades.

### *Patrones de distribución intra o extrametropolitana de los diferentes sectores*

Con el fin de verificar que estas intuiciones reflejadas en la cartografía son estadísticamente significativas, hemos contrastado los valores medios de especialización del HQL de cada sector, diferenciando en cada uno de ellos entre las ciudades intrametropolitanas y extrametropolitanas. Los resultados aparecen recogidos en la figura 3.

*Figura 3. Contraste de medias: preferencias de localización (intra o extrametropolitana) por sectores (comparación de las medias de los HQL,  $\alpha = 0,010$ )*



*Nota: A la derecha del recuadro correspondiente a cada sector se sitúa la media de las ciudades extrametropolitanas y la izquierda la media de las intrametropolitanas*

El contraste de media de los valores del HQL de cada sector permite elaborar la siguiente tipología de sectores creativos en función de en qué tipos de ciudades obtienen los mayores niveles de especialización.

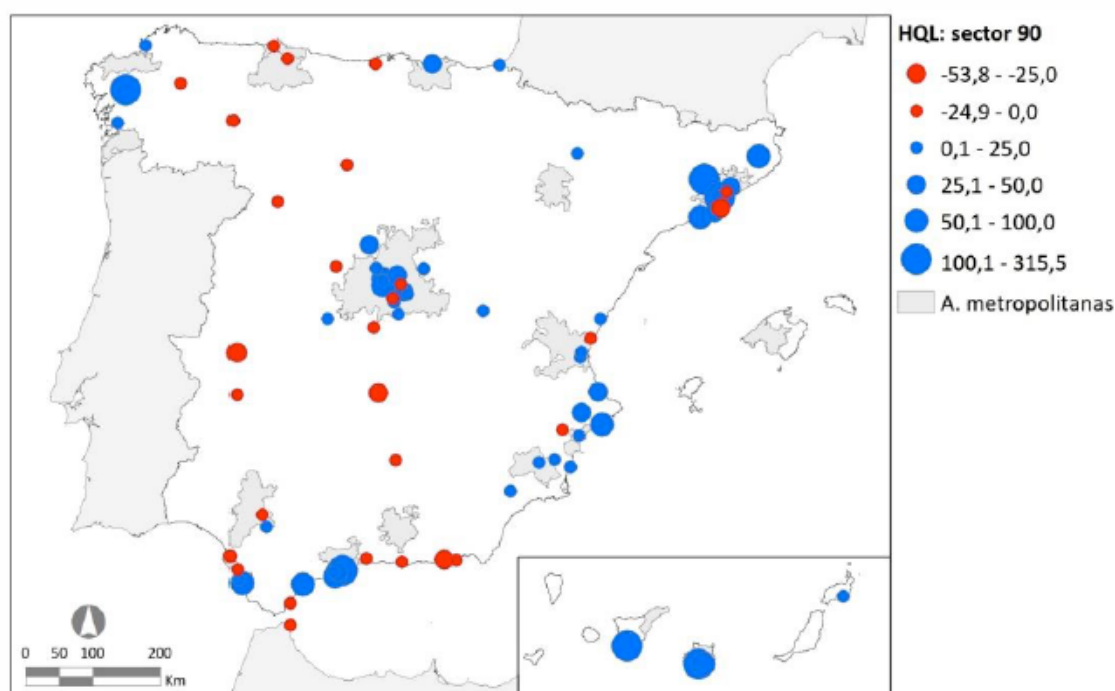
- ✓ Tipo A (en rojo): Sectores con niveles de especialización semejantes entre todas las ciudades, es decir, no existen diferencias de especialización en función de la naturaleza intra o extrametropolitana de las ciudades. Estos sectores son: (60) Actividades de programación y radiodifusión; (74) Otras actividades

profesionales, científicas y técnicas, incluida fotografía; y (90) Actividades creativas, artísticas y de entretenimiento.

- ✓ Tipo B (en azul): Sectores que presentan mayores niveles de especialización en las ciudades intrametropolitanas. Estos son: (18) Impresión y reproducción de medios grabados; (58) Publicaciones; (59) Producción de cine, vídeo y televisión, grabación de sonido y marketing musical; (62) Programación de computadoras, *consulting* y actividades relacionadas; (73) Publicidad e investigación de mercados.
- ✓ Tipo C (en verde): Tan solo un sector presenta una mayor especialización en las ciudades extrametropolitanas: (91) Bibliotecas, archivos, museos y otras actividades económicas.

Un ejemplo del primer tipo de sectores (**Tipo A**), reflejado en la figura 4, sería el (90) Actividades creativas, artísticas y de entretenimiento.

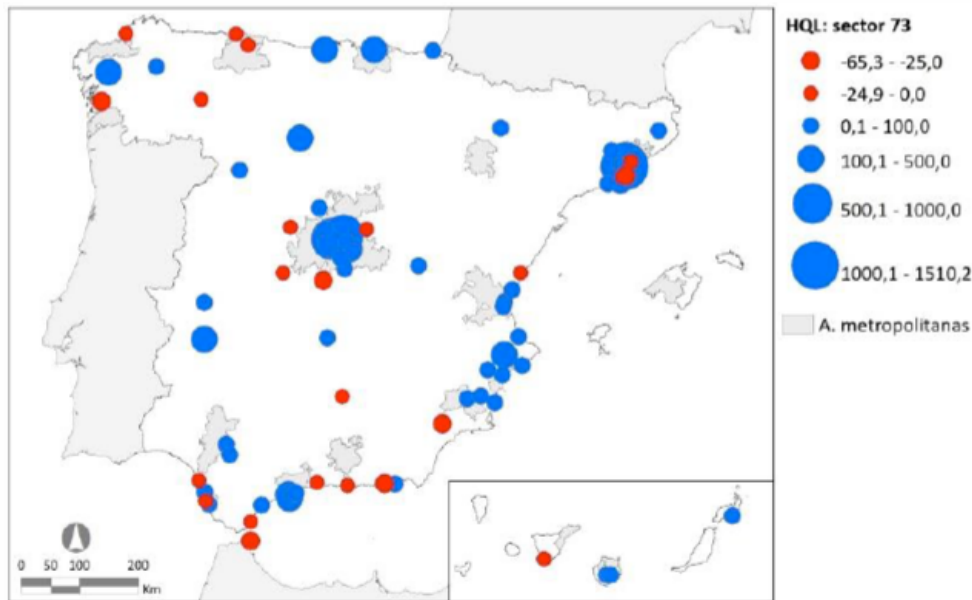
*Figura 4. (90) Actividades creativas, artísticas y de entretenimiento*



Se trata de actividades en las que, generalmente, el proceso de producción y de consumo se da de manera paralela, lo que implica que necesitan de la presencia *in situ* de una masa crítica de consumidores interesados en dicha actividad, y con la suficiente capacidad adquisitiva. En consecuencia, encontramos elevadas especializaciones en ciudades intrametropolitanas con un perfil de renta medio y medio alto y en ciudades extrametropolitanas con un importante perfil cultural y/o turístico. Ejemplos del primer caso serían Las Rozas (Madrid) o San Cugat del Vallés (Barcelona). Ejemplos del segundo grupo serían Santiago de Compostela, ciudad declarada Patrimonio de la Humanidad, y Fuengirola o Arona, claramente especializadas en el turismo de sol y playa.

Como ejemplo de los contrastes de especialización en los sectores clasificados como de **Tipo B.**, mayor especialización en las ciudades intrametropolitanas, se ha escogido (73) Publicidad e investigación de mercados (Figura 5)

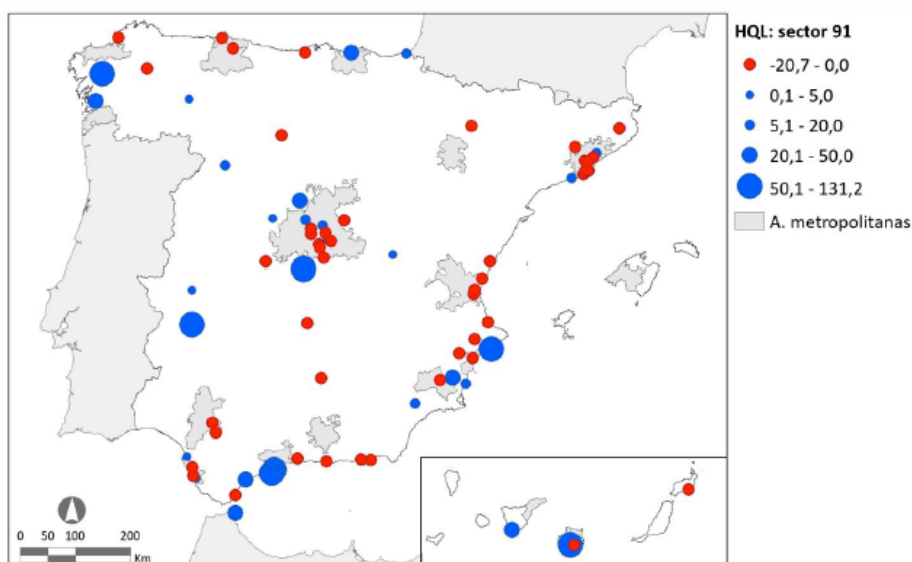
Figura 5. (73) Publicidad e investigación de mercados



Este sector necesita una masa crítica de actividades económicas, creativas o no, que demanden sus servicios que se prestan, además, de forma personal. Como las mayores concentraciones económicas se dan en las áreas metropolitanas más grandes, sus ciudades medias y pequeñas se aprovechan de los posibles procesos de relocalización internos. Es interesante señalar como las mayores especializaciones se dan en algunas de las ciudades intrametropolitanas de mayor renta, como San Sebastián de los Reyes, Majadahonda, Las Rozas (Madrid) o San Cugat del Vallés (Barcelona).

El sector (91) Bibliotecas, archivos, museos y otras actividades económicas es el único sector **Tipo C**, por su mayor especialización en las ciudades extrametropolitanas (figura 6)

Figura 6. (91) Bibliotecas, archivos, museos y otras actividades económicas

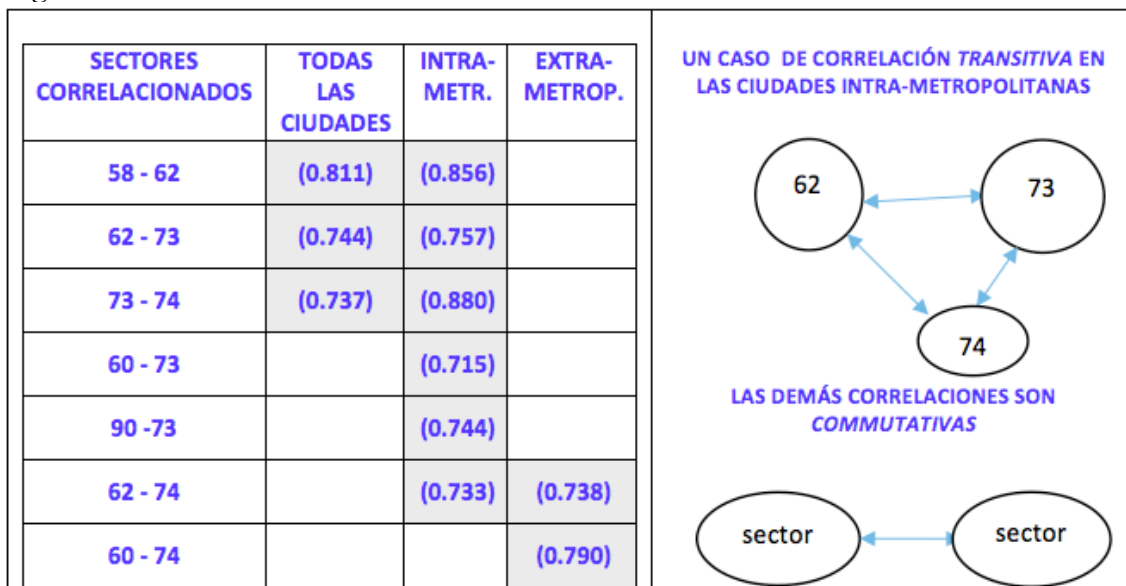


Como las actividades de este sector son, en gran medida, proveedoras de servicios públicos, suelen estar presente de manera relativamente equilibrada a todos los niveles urbanos, incluidas las pequeñas ciudades extrametropolitanas, en las que muestran altos niveles de especialización que se explicarían en gran medida por el relativamente pequeño tamaño de sus economías locales. De hecho, las ciudades con especializaciones más altas suelen coincidir con pequeñas capitales regionales o provinciales como Segovia, Toledo, Santiago, Pontevedra o Mérida, junto con algunas ciudades turísticas.

### *Patrones de co-localización de los sectores creativos en las ciudades medias y pequeñas*

Efectuadas las correlaciones entre todos los cocientes de localización, los resultados – que se resumen en la figura 7, muestran que la propensión a la co-localización de los sectores creativos en las ciudades medias y pequeñas es congruente con la que se ha encontrado en otros estudios, tanto de otros ámbitos geográficos como de otras escalas urbanas (Lazeretti et al, 2012; NESTA, 2016; Gong y Hassink, 2017; Coll y Arauzo, 2017).

*Figura 7. Resumen de los resultados del análisis de co-localización*

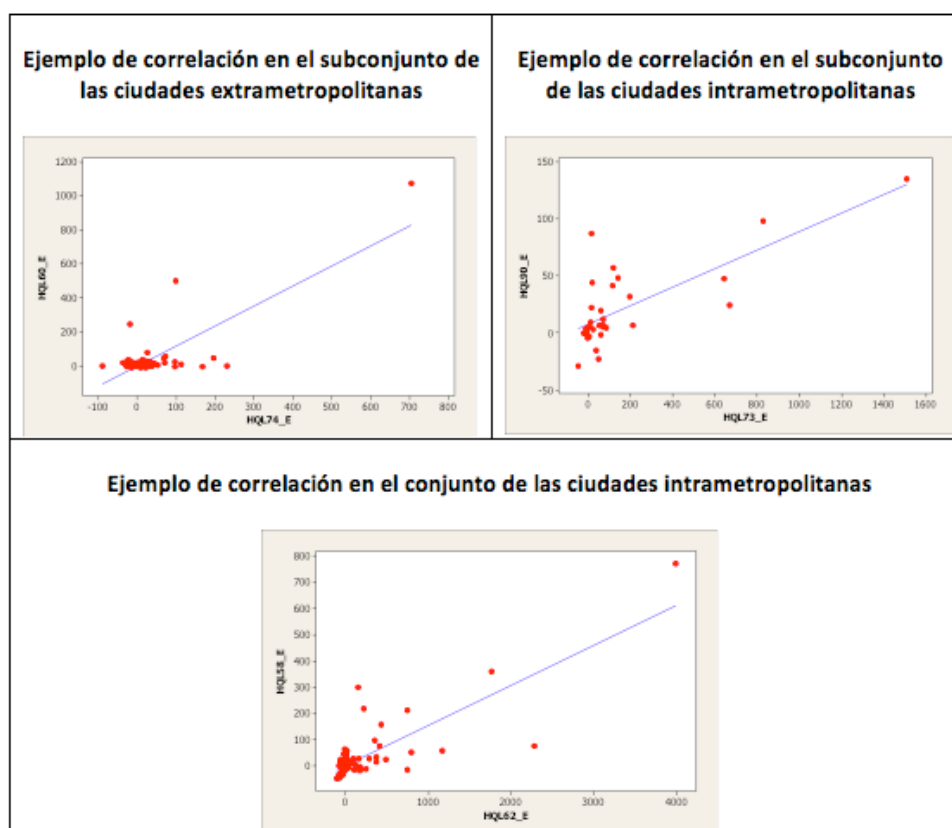


Celdas en gris: Sectores correlacionados en cada grupo de ciudades (valor de  $r$ )

Es interesante señalar que la propensión a la co-localización detectada entre algunos sectores no es un proceso general en toda la muestra de ciudades elegidas ni tampoco, en su caso, en los subconjuntos de las ciudades intra o extrametropolitana. Este hecho se muestra en diagramas de dispersión incluidos, a modo de ejemplo, en la figura 8 dejando patente que siempre es un reducido número de ciudades el responsable de los valores altos del coeficiente de correlación. Si nos fijamos en la correlación entre los sectores 58 y 62 en todo el conjunto de ciudades, entre las ciudades causantes de la alta correlación destacan Las Rozas y Boadilla, del área metropolitana (AM) de Madrid; San Cugat, del AM de Barcelona y Santiago de Compostela. Por su parte, la alta correlación de los sectores 90 y 73 en el conjunto de ciudades intrametropolitanas se debe nuevamente y en su mayor parte a las ciudades de San Cugat del Vallés, en el AM de

Barcelona; a Las Rozas, S. Sebastián de los Reyes y Majadahonda en el AM de Madrid, p Getxo, en el AM de Bilbao. Por último, la alta correlación entre los sectores 60 y 74 en el conjunto de las ciudades extrametropolitanas se debe a ciudades como Santiago de Compostela, Toledo, Mérida o Elda.

*Figura 8. Diagramas de dispersión de los sectores creativos con tendencia a la co-localización en los tres grupos de ciudades –todas, intrametropolitanas y extrametropolitanas)*



## CONCLUSIONES

En la actual fase en la que se encuentra el trabajo mostrado creemos haber podido verificar las hipótesis apuntadas al inicio. En efecto, existen claras diferencias en la distribución espacial de los sectores estudiados y en los niveles de especialización de las ciudades que dependen de los requerimientos geográficos de los diferentes sectores creativos. Además, estos patrones de localización muestran diferencias según el carácter extra o intrametropolitano de las ciudades. De hecho, tal y como se ha visto, la mayoría de los sectores muestran preferencias de localización intrametropolitanas; y de los ejemplos analizados se puede extraer, al menos indiciariamente, que estas tendencias son en parte debidas a la pertenencia de la ciudad a una aglomeración mayor. De igual manera, también los patrones de co-localización varían según el carácter intra o extrametropolitano de las ciudades analizadas. Todos estos contrastes se sintetizan en la tabla de la figura 9 que muestra que existen sectores que tienen tendencia a co-localizarse con otros, mientras que otros no. Y entre los primeros, estas co-



localizaciones se producen entre aquellos que tenían una clara especialización intrametropolitana.

Figura 9. Especificidades en la localización espacial y los patrones de co-localización de los diferentes sectores creativos en las ciudades entre 50 y 100.000 habitantes.

| Ámbito de especialización                                                | Co-localización significativa con otros sectores                                                                                 |                                                                                                                                          |
|--------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                          | SI                                                                                                                               | NO                                                                                                                                       |
| <b>A</b><br>(Especialización semejante en todas las ciudades)            | (60) Actividades de programación y radiodifusión<br>(90) Actividades creativas, artísticas y de entretenimiento.                 | ----                                                                                                                                     |
| <b>B</b><br>(Mayor especialización en las ciudades INTRA-METROPOLITANAS) | (58) Publicaciones<br>(62) Programación de computadoras, <i>consulting</i> y actividades relacionadas                            | (18) Impresión y reproducción de medios grabados<br>(59) Producción de cine, vídeo y televisión, grabación de sonido y marketing musical |
|                                                                          | (73) Publicidad e investigación de mercados<br>(74) Otras actividades profesionales, científicas y técnicas (incluye fotografía) |                                                                                                                                          |
| <b>C</b><br>(Mayor especialización en las ciudades EXTRA-METROPOLITANAS) | ---                                                                                                                              | (91) Bibliotecas, archivos, museos y otras actividades económicas                                                                        |

Es importante resaltar que las altas especializaciones y los casos de co-localización sectorial se encuentra siempre en un muy reducido número de ciudades medias y pequeñas, en las que los sectores creativos son una importante parte de la economía local. Entre las ciudades intrametropolitanas destacan claramente algunos de los núcleos de mayor renta de las áreas metropolitanas de Madrid y Barcelona; y entre las extrametropolitanas, pequeñas ciudades con funciones administrativas (generalmente capitales autonómicas) y con un importante legado patrimonial que se concreta en declaraciones como las de Patrimonio Mundial, caso de Santiago de Compostela.

En todo caso los hallazgos expuestos y sus implicaciones en materia de desarrollo urbano y regional deberán ser analizados con más detalle en futuras investigaciones.

## REFERENCIAS

- Coll Martínez, E. y Arauzo Carod, J.M. (2017). Localización de industrias creativas en Cataluña. En Valdivia-López, M. y Cuadrado-Roura, J.R. *La Economía de las actividades creativas, Una perspectiva desde España y México*, CRIM-UNAM y Universidad de Alcalá de Henares, 5-84.
- Gong, H. y Hassink, R. (2017) Exploring the clustering of creative industries, *European Planning Studies*, 25 (4): 583-600.



- Lazzeretti, L.; Capone, F. y Boix, R. (2012): Reasons for Clustering of Creative Industries in Italy and Spain. *European Planning Studies*, 20 (8): 1.243-1.262.
- NESTA – National Endowment for Science, Technology and the Arts – (2017): The Geography of creativity in the UK, <https://www.nesta.org.uk/report/the-geography-of-creativity-in-the-uk/> (acceso 1 de septiembre).
- Valdivia-López, M. y Ramón Cuadrado-Roura, J.R. (2017). Introducción. En Valdivia-López, M. y Cuadrado-Roura, J.R. *La Economía de las actividades creativas, Una perspectiva desde España y México*, CRIM-UNAM y Universidad de Alcalá de Henares, 11-25.

**Palabras Clave:** (máximo 6 palabras) Industrias culturales, clusters creativos, áreas metropolitanas, áreas extrametropolitanas

**Clasificación JEL:** 15, 18