



## COMUNICACIÓN

### **Título:**

***Describiendo las pautas de residencia de los trabajadores creativos en Cataluña***

### **Autores y e-mails de todos:**

Jon Xavier Olano Pozo (jonxavier.olano@urv.cat)\*  
Francesc González Reverté (fgonzalezre@uoc.cat)\*\*  
Salvador Anton Clavé (salvador.anton@urv.cat)\*

### **Departamento:**

\* Departament de Geografia  
\*\*Departament d'Economia i Empresa

### **Universidad:**

\*Universitat Rovira i Virgili, URV  
\*\*Universitat Oberta de Catalunya, UOC

### **Área Temática:**

9.- Ciudades, áreas metropolitanas, mega-regiones y redes

### **Resumen:** (máximo 300 palabras)

Los trabajadores creativos trabajan en industrias creativas, pero también son residentes que tienden a vivir en espacios urbanos metropolitanos y no metropolitanos. Cataluña, forma parte de Barce-Lyon, una de las megaregiones que definió en su momento Florida (2008). En base a los datos censales del 2001 y 2011 (INE) y la categorización de los trabajadores creativos basada en Florida (2002) y otras aproximaciones europeas (Clifton 2008; Boschma & Fritsch 2009; González Reverté et al. 2016) hemos realizado un estudio evolutivo de las pautas de localización residencial de los trabajadores creativos en el conjunto de municipios de más de 1.000 habitantes de Catalunya y al

mismo tiempo hemos analizado la influencia de los factores de tolerancia, talento, tecnología y territorio (las 4 T's). Los primeros resultados apuntan a un crecimiento global de los trabajadores creativos en Cataluña, pero, también a un comportamiento diferenciado de los subgrupos, tanto a nivel evolutivo, como a su implantación residencial a lo largo, tanto, del área metropolitana de Barcelona, como del conjunto de Cataluña. En este sentido se evidencia: por un lado, que la presencia de los subgrupos no se asocia igual a los factores de creatividad definidos en el territorio; por otro lado, hay evidencias en la diferencia en el crecimiento según el tipo de ciudad entre cada grupo de trabajadores creativos, generando un protagonismo creciente a las ciudades consideradas pequeñas así como a determinadas áreas turísticas. En última instancia, como conclusión, creemos que se puede hacer una revisión del sistema urbano catalán en base a la continuidad de los municipios que ganan algún subgrupo de trabajadores creativos.

**Palabras Clave:**

*Residencia Trabajadores Creativos, Catalunya-Ciudad, Evolución demográfica, Desconcentración residencial,*

**Clasificación JEL:**

*J: Economía Laboral y Demográfica*

J1: Economía Geográfica

J11: Tendencias y previsiones demográficas

J6: Movilidad, desempleo y vacantes:

J60: Generalidades

J61: Movilidad Geográfica de la Mano de Obra



## **Describiendo las pautas de residencia de los trabajadores creativos en Cataluña<sup>1</sup>**

Jon Xavier Olano Pozo<sup>2</sup>

Universitat Rovira i Virgili

Francesc González Reverté

Universitat Oberta de Catalunya

Salvador Anton Clavé

Universitat Rovira i Virgili

### **1.- Introducción**

En el año 2008, Richard Florida definía Barce-Lyon como una de las mega-regiones europeas, integrando en ella el arco mediterráneo español y francés y extendiéndola por el Valle del Ródano (Florida 2008). El libro de Florida aportaba además su categorización de los trabajadores, divididos en tres grandes grupos, segmentados por la naturaleza de su ocupación: los que usan el conocimiento para generar ideas con el objetivo de solucionar problemas (*creative class*); los que desarrollan tareas para el desarrollo de la vida diaria de los creativos (*service class*); y, los que producen, ya sea en la industria o en la agricultura (*working class*). La teoría de Florida se incardinaba en el debate sobre si los trabajadores siguen a los lugares de trabajo o viceversa e introducía unas supuestas preferencias residenciales de los trabajadores creativos así como los efectos que su aglomeración pueden tener sobre el desarrollo de los lugares donde se concentran. Teniendo en cuenta tales precedentes, en este trabajo nos proponemos estudiar si se pueden observar patrones de localización residencial de tales trabajadores en el caso de Cataluña.

### **2.- Marco teórico**

Markusen y otros (2008) definen tres grandes ámbitos de investigación sobre la creatividad: el productivo, centrado en los clústeres creativos; el social, el objetivo del cual es el análisis de las comunidades creativas; y, el geográfico, ámbito que pone

---

<sup>1</sup> Este artículo forma parte del proyecto financiado por el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad (POLITUR project. CSO2017-82156-R) y del proyecto AEI/FEDER,UE por el Departament de Recerca i Universitats de la Generalitat de Catalunya (2017SGR22, GRATET)

<sup>2</sup> Este artículo ha sido financiado por la beca de investigación pre doctoral Martí Franquès de la URV

énfasis en la fuerza laboral creativa siendo, el mayor exponente de éste, el geógrafo americano Richard Florida y sus múltiples libros (Florida 2002; 2005; 2008; 2017) y artículos (Mellander & Florida 2007; Mellander et al. 2012; Gabe et al. 2012) así como su grupo de investigación *Creative Class Group*. En todos los casos, el elemento definitorio del hecho creativo es la ocupación que desarrollan los individuos.

Aun habiendo replanteado recientemente su análisis de los efectos de la localización residencial de los creativos sobre las estructuras urbanas y metropolitanas en un contexto de crisis de la ciudad (Florida 2017), Florida ha propuesto un importante e intenso corpus teórico acerca de la localización de trabajadores creativos en el que sostiene que gracias a unas condiciones de tolerancia, talento, tecnología y territorio (4 T's) determinadas ciudades-metrópolis-territorios consiguen atraer a este tipo de trabajadores y, por ende, tal atracción provoca dinámicas de desarrollo específicas.

Florida (2002) sostiene que el grupo de trabajadores creativos – que él denomina clase-que utiliza el conocimiento en su vida laboral para solucionar imaginativamente problemas se puede dividir a su vez en tres subgrupos que utilizan, cada uno de ellos, un tipo de conocimiento distinto (Tiruneh 2014; Markusen et al. 2008)): los súper creativos son los que tienen una relación más intensa con el conocimiento, de una manera analítica, pudiendo encontrar en este grupo ingenieros, científicos, arquitectos, programadores y similares; los bohemios, versados en tratar, básicamente, con el conocimiento simbólico, ejerciendo sus labores en puestos artísticos, de diseño o en los espectáculos; y, los creativos profesionales, que usan un conocimiento sintético, actuando como técnicos de los primeros (ayudantes de científicos, ingenieros, arquitectos técnicos etc.) u otras categorías laborales con necesidades de conocimiento (médicos, trabajadores legales, economistas, técnicos de la seguridad etc.).

Es conocido que las críticas al modelo de Florida han variadas y con diferentes objetivos. De hecho, él mismo se ha sumado a sus críticos (Florida 2017); en lo referente a que su marco teórico es borroso y/o poco robusto (Malanga 2004; PECK 2005; Markusen 2006; Tomić 2013). Otros han evidenciado que sus estudios son “americano-céntricos” de manera que no pueden aplicarse a otros contextos como el europeo, con una sociedad menos móvil y con constructores sociales como los estados nación y del bienestar (Andersen et al 2010; Hansen & Niedomysl 2009). Más curioso resulta el hecho de que ha sido acusado tanto de izquierdas como de derechas o elitista

(Bishop & Cushing 2009; Malanga 2004; Wilson & Keil 2008) o que su teoría haya sido catalogada abiertamente de marxista (Clifton 2008) en tanto que segmenta entre los que tienen la capacidad de aplicar conocimiento y los que no, cuestión integrable en nuevas categorizaciones neo marxistas (Olin Wright 1994) cuando simultáneamente se ha criticado la supuesta condición de clase de los creativos en la medida que sus componentes son altamente heterogéneos (Krätke 2010).

Sea como fuere, a pesar de las críticas y de las reconsideraciones del propio Florida, el concepto y el corpus teórico desarrollado a partir de 2002 ha sido utilizado ampliamente con el objetivo de aportar evidencias empíricas acerca de la localización, el impacto y el valor de los trabajadores creativos y de las aglomeraciones que generan. Así, hay estudios que han encontrado evidencias de la aglomeración de trabajadores creativos allí donde se dan condiciones de tolerancia (Bereitschaft & Cammack 2015; Haisch & Klöpper 2015; González Reverté et al. 2016) o de talento (Hansen & Niedomysl 2009) y hay asimismo evidencias de pautas de consumo cultural diferenciadas entre los creativos como apuntaba Florida (Van Holm 2014). En sentido contrario, diversos estudios evidencian que los creativos no difieren en gran medida de la población general a la hora de escoger su residencia (Lawton et al. 2013; Frenkel et al. 2013).

Así las cosas, los tres objetivos principales de esta investigación son 1) describir la localización residencial de los trabajadores creativos en Cataluña en 2011; 2) describir la evolución del proceso de residencialización de los trabajadores creativos en Cataluña en el periodo intercensal 2001-2011; y 3) comprobar si existe alguna relación entre las aglomeraciones de creativos y las condiciones del lugar;

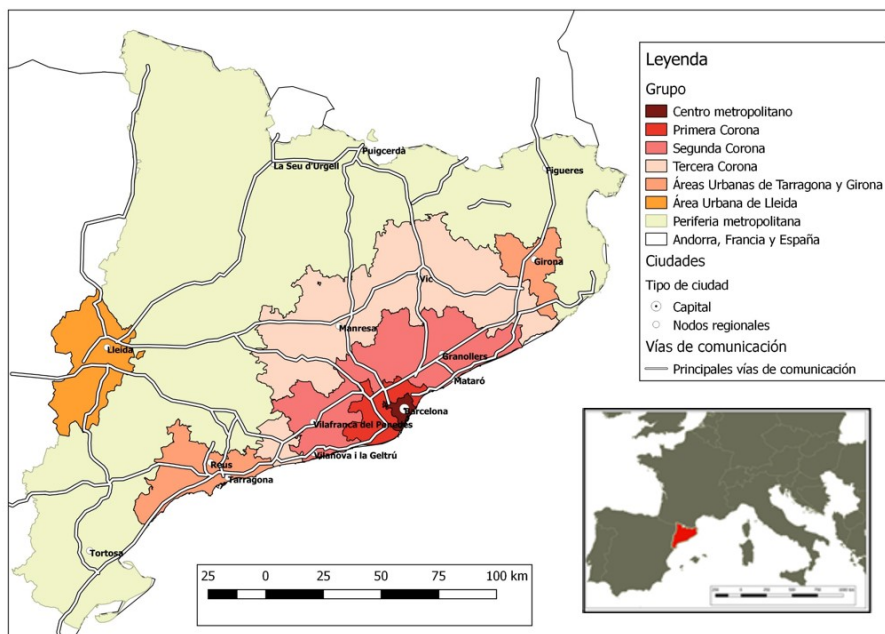
## **2.- Área de estudio**

Barcelona es una ciudad global, capital de Cataluña y uno de los principales centros competitivos y creativos del sur de Europa (Boix & Lazzeretti 2012; Kerimoglu & Karahasan 2014; Musterd & Gritsai 2013). Es, a su vez, una de las co-capitales de la mega región Barce-Lyon, junto con Lyon (Francia) (Florida 2008). Barcelona cuenta con aproximadamente un millón y medio de habitantes en sus fronteras municipales, unos tres millones en su primera corona metropolitana y unos cinco millones y medio en el área metropolitana en sentido amplio. El conjunto de Cataluña cuenta con unos siete millones de habitantes, situados la mayor parte de ellos (salvo alguna excepción pirenaica) a menos de tres horas en automóvil de la capital.

Ya en el siglo XIX se empieza a concebir Cataluña como una macro ciudad, conocida en aquél momento como la Cataluña-Ciudad. La idea se moderniza y racionaliza durante el periodo republicano y los trabajos del GATCPAC (*Grup d'Arquitectes i Tècnics Catalans per al Progrés de l'Arquitectura Contemporània*), bajo la influencia del *regional planning* americano, se plantean Cataluña como una ciudad en la que Barcelona es (sólo) un gran barrio (Masip Tresserra & Roca Cladera 2012). Ahora bien, no es hasta finales del siglo XX cuando la expansión metropolitana, llevada a cabo a partir de un juego dialéctico territorial y socioeconómico entre el centro y la periferia catalanas (Borja et al. 2004) que se genera un proceso de desconcentración -con la movilidad residencial como principal eje (López et al. 2013)- que se metropolitanizan espacios cada vez más alejados. Es a partir de este momento que se empieza a considerar, para el caso de Cataluña, que cada grupo social escoge para residir espacios con las condiciones que considera más favorables (Nel-lo 2010) y que tiene sentido preguntarse acerca de las pautas de comportamiento residencial de grupos sociales específicos.

De hecho, la Cataluña actual es una metrópolis policéntrica descentralizada con Barcelona como centro urbano primario (Boix & Trullén 2012) una combinación de ciudades compactas, difusas y mixtas (García Coll et al. 2012) que completan su estructura urbana, y una serie de espacios turísticos y de segunda residencia asimilados para la residencia permanente (González Reverté 2008; Rovira Soto & Anton Clavé 2017; Anton Clavé & Wilson 2017; Rovira Soto & Anton Clavé 2018) de manera que puede decirse, de hecho, que actualmente el modelo pensado hace más de cien años de la Cataluña-Ciudad no sólo está bien establecido sino que es, incluso, de hecho, la estrategia territorial vigente en la visión de los diversos planes territoriales desarrollados por la administración catalana.

**Mapa 1. Coronas metropolitanas y otras áreas urbanas en Cataluña**  
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Generalitat de Cataluña



### 3.- Datos y métodos.

Los datos que se han utilizado para estudiar la localización residencial de los trabajadores creativos en la actual Cataluña-Ciudad han sido obtenidos de los censos de 2001 y 2011. La clasificación de los trabajadores entre creativos y no creativos se llevado a cabo a partir de la clasificación nacional de ocupaciones a tres dígitos (consultar tablas 4 y 5 en el anexo) con la excepción de una veintena de municipios en los cuales los datos eran inconsistentes, habiendo utilizado para estos casos la clasificación a dos dígitos. Hay que mencionar, por otro lado, que las características del censo 2011 ha imposibilitado tener una explotación precisa de los trabajadores creativos de todos los municipios catalanes en tanto que por cuestiones tanto metodológicas del censo como por las diferentes leyes que amparan la confidencialidad de los datos la información o bien no estaba disponible para algunos casos o bien tenía gran cantidad de celdas vacías estando, además, todas las casillas redondeadas a 0 y 5. Por este motivo, lo que se propone es un estudio centrado, básicamente, en zonas urbanas (municipios de más de 1.000 habitantes) utilizando los datos para poder dibujar las principales tendencias y patrones residenciales de los trabajadores creativos catalanes.

Para el análisis se han construido primero los subgrupos (súper creativos, profesionales y bohemios) para después construir la categoría agregada de *creativos* (ver tablas 4 y 5

en el anexo). La decisión acerca de qué trabajadores son creativos o no se ha llevado a cabo a partir de la clasificación planteada por Florida (2002) y de las diversas aproximaciones existentes a la cuestión desde la perspectiva europea (Clifton 2008; Boschma & Fritsch 2009) y española (González Reverté et al. 2016).

Los indicadores de tolerancia, talento, tecnología y territorio, necesarios para el análisis de las preferencias territoriales de los creativos, así como su índice sintético (4 T's) se han construido también a partir de los datos de los censos 2001 y 2011 así como de datos obtenidos a partir del Instituto de Estadística de Cataluña (IDESCAT) (consultar tabla 6 en el anexo). La excepciones son: el índice gastronómico, obtenido a partir del Anuario Estadístico Oficial de la Caixa (Caixabank en la actualidad); el inventario de museos (obtenido a partir del buscador del *Departament de Museus de la Generalitat de Catalunya*) y el índice de eventos, contemplados en el índice de vitalidad cultural de los municipios, construido a partir de la información proporcionada por el trabajo de campo de González Reverté. Los datos relativos al indicador de tecnología (patentes, marcas y modelos) han sido obtenidos a partir de la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM). La estandarización de las variables ha sido llevada a cabo en tantos por mil mientras que los índices sintéticos se han construido a partir de la metodología de desarrollo sostenible de las Naciones Unidas habiéndose calculado los índices en base a la siguiente formula (Schuschny & Soto 2009):

$$y_t^i = \text{Ranking} (x_t^i \in X)$$

Una vez contruidos y estandarizado los ránquings así como los porcentajes de trabajadores creativos en cada municipio se ha procedido al análisis espacial y estadístico de los datos obtenidos. El análisis espacial descriptivo se ha realizado a partir del software QGIS y únicamente se han representado municipalmente los porcentajes de trabajadores creativos. Una vez representados territorialmente los primeros resultados se ha procedido al análisis estadístico exploratorio de los datos. Para tal fin, se ha usado en primer lugar la técnica de la correlación, a partir del coeficiente tau-b de Kendall (ordinal por cuantitativo); para posteriormente aplicar los modelos de regresión, tanto simples como múltiples, para conocer los efectos de cada uno de los índices y variables en la variable dependiente de aglomeración porcentual de trabajadores creativos. La regresión lineal simple ha sido utilizada para el índice



combinado 4 T; mientras que en la múltiple se han tratado de manera individual los cuatro índices que conforman este índice combinado.

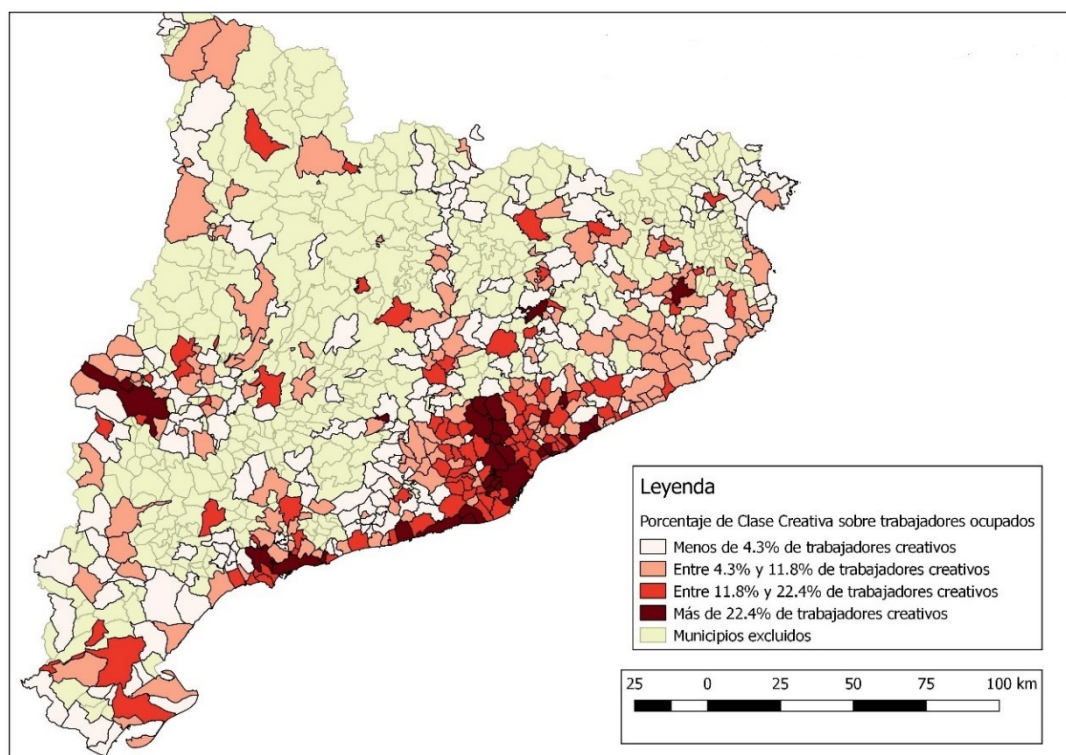
#### **4.- Resultados**

##### **4.1.- Localización residencial de los creativos catalanes en 2011**

El mapa 2 muestra la distribución de la residencia del conjunto de trabajadores catalanes en el año 2011. Como se observa, la principal aglomeración de trabajadores se da en el corazón metropolitano de Barcelona. La proporción de trabajadores creativos residentes en estos municipios es superior al 22%, con el máximo en Sant Cugat del Vallés (49.3%) un porcentaje muy superior al segundo municipio con más creativos residentes (Sant Just Desvern, 42.01%) y del tercero, la capital, Barcelona con un 37.6%. Fuera del corazón metropolitano encontramos como espacios de aglomeración de creativos los principales nodos urbanos catalanes como Girona (33.6 %); Tarragona-Reus (33.0% y 24,5 %); Lleida- Alpicat (ambos 28%) y Vic (23,6%).

Asimismo, se observan otras zonas con gran presencia de creativos (más del 22%) en el litoral de la segunda corona metropolitana, tanto al norte (zona del Maresme) como en el sur (zona del Penedés Marítimo) así como en otras ciudades medias como Igualada o Granollers que actúan como centros jerárquicos de sus respectivos subsistemas. A nivel general, el porcentaje de trabajadores creativos se reduce a medida que los municipios se alejan de los principales centros urbanos, con la excepción de la Seu d'Urgell, que parece actuar bajo la influencia de su vecino más importante, el Principado de Andorra; y, de los centros urbanos del Pirineo, en cierta medida aislados, y que actúan como nodos jerárquicos en sus zonas (sobre todo en el Pirineo leridano)

Mapa 2.- Localización residencial de los trabajadores creativos en Cataluña. Año 2011  
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Censo 2011



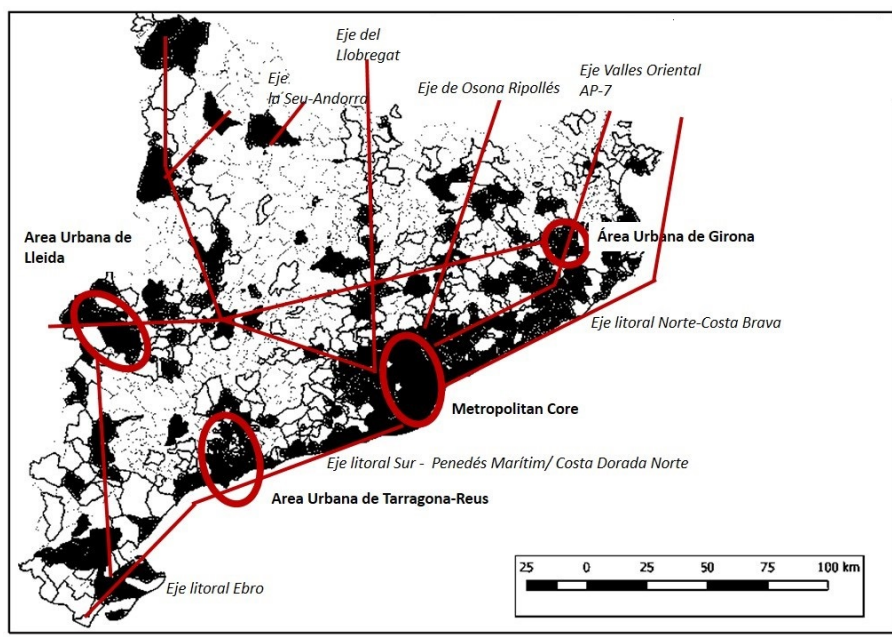
El mapa 3 muestra de manera sintética las principales aglomeraciones de trabajadores creativos mencionadas. Desde el corazón metropolitano emergen hasta seis grandes ejes de residencia de trabajadores creativos. Dos de ellos son litorales uno eje hacia el norte que emerge con fuerza en los municipios del Maresme (Mataró- Tiana- Alella) para diluirse poco a poco en los municipios de la costa Brava y otro eje hacia el sur con las grandes aglomeraciones de Sitges y Vilanova i la Geltrú que conectan con el área urbana de Tarragona y Reus y continúan hasta el delta del Ebro.

Por el interior se dibujan hasta cuatro ejes que salen del corazón metropolitano: un primero siguiendo el recorrido de la AP7 que conecta el ámbito metropolitano de Barcelona con Girona, y des de allí, por Figueres hasta la frontera francesa el del Llobregat, que se adentra en el valle de este río hasta Puigcerdà, el de Osona-Ripollés, que a través de la carretera C-17 llega hasta el nodo de Vic, y más al norte, hasta Ripoll y, finalmente, hacia el interior emerge el corredor de la A2 que a través de Igualada y otros nodos menores (Cervera, Borges Blanques) conecta la metrópolis barcelonesa con el área urbana de Lleida. De Lleida, además surgen tres ejes periféricos: el primero,

hacia el norte conecta con las zonas urbanas aisladas de los valles pirenaicos; hacia el sur, a través del recorrido del Ebro, conecta con los municipios litorales del Delta y finalmente, el diagonal, que a través del Eje Transversal (carretera C-25) une Lleida y Girona sin necesidad de pasar por Barcelona, por Manresa i Vic.

Mapa 3.- Patrones de localización residencial de los trabajadores creativos catalanes.  
Año 2011

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del censo 2011



#### 4.2.- Evolución de la localización de creativos residentes entre 2001 y 2011

Más allá de esta descripción estática, interesa ver si pueden detectarse patrones dinámicos que permitan abordar y discutir las cuestiones planteadas acerca de la localización de los trabajadores creativos para el caso catalán.

En la tabla 1 se observan los valores referentes a los trabajadores creativos en los municipios de más de 1.000 habitantes de Cataluña en 2001 y 2011. El crecimiento de este tipo de trabajadores a nivel global es fácilmente observable en tanto que en los diez años que separan ambos censos crecen un 18% (más de 100.000 trabajadores creativos más, desde 570.000 hasta 674.000). De manera desagregada, este crecimiento afecta más a los subgrupos que se consideran más creativos. Así, los súper creativos crecen un 132%, pasando de apenas 62.000 en 2001 a más de 145.000 en 2011 y los bohemios crecen en más del 50% pasando de poco más de 32.000 hasta casi 50.000. Los creativos profesionales, en cambio sufren de una manera más clara las consecuencias de la crisis en tanto que aun creciendo en poco más de 4.000 integrantes (el 0.92%), pierden peso

relativo en tanto que el crecimiento de la población ocupada es porcentualmente mayor. En este sentido, podemos aventurarnos a definir el proceso de evolución de los trabajadores creativos catalanes entre 2001 y 2011 como un proceso de supercreativización por el importante crecimiento que experimentan este subgrupo de trabajadores al representar éstos el 80% del crecimiento.

Tabla 1.- Evolución de los trabajadores por subgrupo creativo. Cataluña 2001-2011

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos censales de 2001 y 2011

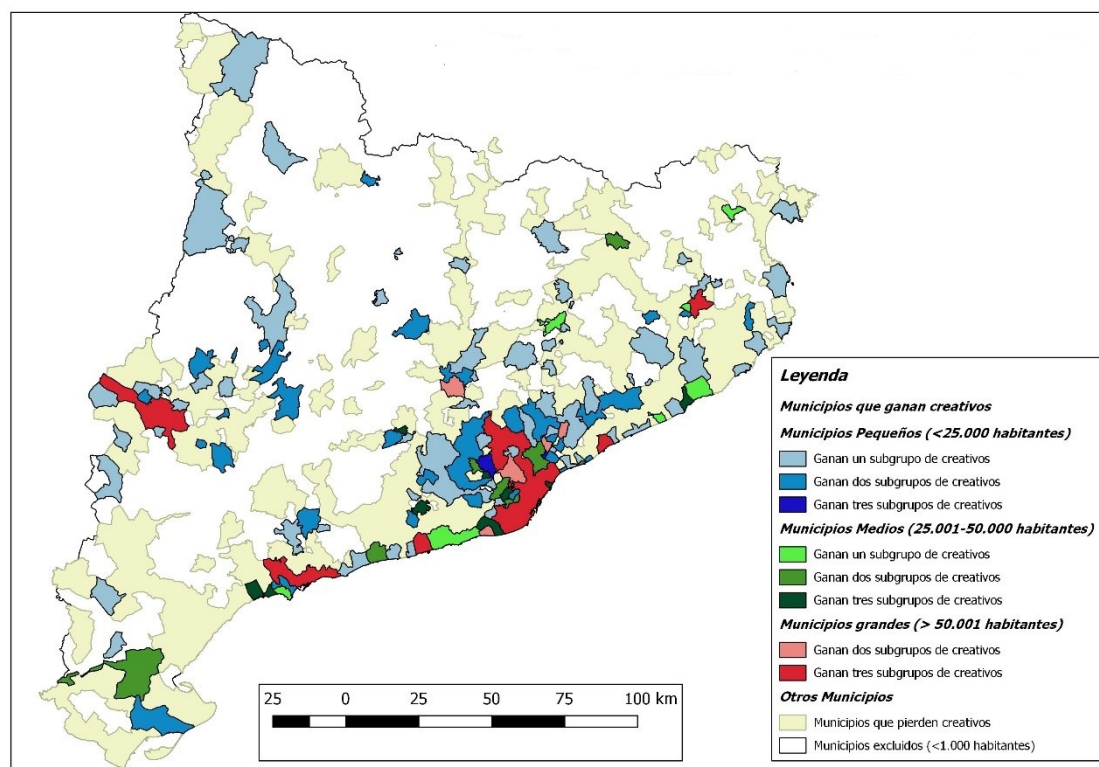
Año	Población	Población Ocupada		Clase Creativa		Súper Creativos		Bohemios		Creativos Profesionales	
	N	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
<b>2001</b>	6.166.175	2.742.811	44.4	570.026	20.7	62.589	2.28	32.390	1.18	475.047	17.3
<b>2011</b>	7.285.451	2.954.542	40.5	674.630	22.8	145.455	4.92	49.755	1.68	479.420	16.2
<b>DIF</b>	1.119.276	211.731	.07	104.604	18.3	82.866	132	17.365	53.6	4.373	.92

El casi no crecimiento o estabilidad de los creativos profesionales genera problemas a la hora de analizar el conjunto de los creativos, ya que al ser estos los más numerosos lo condicionan el análisis. Por este motivo, se ha optado por hacer el análisis a partir de los subgrupos. En este sentido, en el mapa 4 se muestran los municipios que, segmentados por su dimensión demográfica, atraen alguno de los subgrupos creativos. Como se observa, y esta es una primera consideración a resaltar, la atracción de trabajadores creativos no se relaciona con un criterio de dimensión poblacional en tanto que atraen alguno de los subgrupos creativos tanto municipios pequeños como medianos y grandes.

Se dibujan ciertamente, aunque con matices y de manera más difuminada, los principales ejes comentados en el punto anterior. Así, el corazón metropolitano (Barcelona) y las otras áreas principales (Lleida, Tarragona-Reus, Girona) ganan trabajadores de alguno de los subgrupos así como algunos de los municipios colindantes a ellas. Se observa también de manera clara el eje litoral sur (más o menos continuo hasta Tarragona) así como también el eje del Vallés Oriental que discurre, con bastante continuidad, hasta Girona. Con menos claridad se entrevén tanto el eje del Llobregat-Cardener como el de Osona-Ripollés. Por otro lado, es necesario hacer mención aparte del eje litoral norte en tanto que no crece (ya presentaba grandes aglomeraciones de trabajadores creativos en el año 2001). Finalmente, desaparecen completamente los dos ejes entorno al Ebro (tanto el interior como el litoral) con la excepción del principal

nodo urbano (Tortosa); mientras que las zonas urbanas aisladas de la provincia de Lleida i de la Seu-Andorra se observan menos dinámicas.

Mapa 4.- Evolución residencial de los subgrupos creativos por tipología municipal.  
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de los Censos 2001 y 2011



En el mapa 5, también se observa la cantidad de subgrupos que atraen cada uno de los municipios catalanes. Las principales zonas urbanas son las que atraen a los tres tipos de trabajadores creativos con alguna excepción como los nodos urbanos del Penedés (Vilafranca del Penedés e Igualada), del Maresme (Mataró) así como Blanes, puerta de entrada a la Costa Brava mientras que municipios que ganan dos subgrupos (generalmente súper creativos y bohemios) son otros nodos secundarios, como el caso del Vendrell, Manresa, Valls o Olot y los municipios colindantes al corazón metropolitano (en el área de los dos Vallés y la parte interior del Baix Llobregat) así como los dos principales núcleos urbanos del Ebro (Amposta y Tortosa) y algunos de los municipios del eje diagonal (Cervera, les Borges Blanques).

#### 4.3.- Relación entre creativos y condiciones del lugar

En la tabla 2 se muestran los coeficientes de correlación entre las condiciones territoriales de los municipios (tolerancia, talento, tecnología y territorio y el índice

sintético) y la localización de creativos. La principal conclusión extraíble de la aplicación del método de correlación es que allí donde se dan mayores aglomeraciones de trabajadores creativos también hay mayor atractivo en estas variables. De forma aislada, observamos como a medida que el municipio es más tolerante, talentoso con más innovación científica y con menos atractivos territoriales, la aglomeración de trabajadores creativos es superior. Los patrones son similares en los diferentes subgrupos con el matiz que en el caso de los bohemios los valores del coeficiente de correlación son algo menores (pero superior en el caso de la variable territorial).

Tabla 2.- Correlaciones entre la aglomeración de trabajadores creativos (total y subgrupos) y condiciones de creatividad. Cataluña 2011

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Censo 2011

Todos los municipios	4 T's	Tolerancia	Talento	Tecnología	Territorio
	2011	2011	2011	2011	2011
<b>Clase Creativa</b>	.212***	.132***	.196***	.225***	-.113***
<b>Súper Creativos</b>	.203***	.187***	.166***	.223***	-.125***
<b>Bohemios</b>	.087**	.129***	.110***	.164***	-.204***
<b>Creativos Pro</b>	.214**	.119***	.208***	.216***	-.106***

\*\*\*Significación al 99,99% ( $p=.000$ )  
\*\*Significación al 99.00 % ( $p<.01$ )  
\*Significación al 95% ( $p<.05$ )

En la tabla 3 se observan los ocho modelos de regresión lineal realizados para profundizar en el análisis: cuatro simples para el índice sintético con cada uno de los subgrupos y el conjunto de los trabajadores creativos; y, cuatro múltiples, para cada una de las variables territoriales con cada uno de los subgrupos y el conjunto de los trabajadores creativos. Antes de la realización de los modelos se ha comprobado que no existan problemas de auto correlación con las pruebas de tolerancia y FIV. El estadístico Durbin-Watson en todos los casos es cercano a dos.

Todos los modelos simples, excepto el de los bohemios, son significativos si bien el coeficiente de determinación ( $R^2$ ) no es muy alto. En la tabla se muestran los coeficientes beta estandarizados de manera que se observa como el efecto del índice 4 T's es moderado tanto para el conjunto de todos los creativos (M1) como para los súper creativos (M2) y los profesionales (M4) mientras que no es significativo para el

subgrupo de los bohemios siendo además, para estos, el coeficiente de determinación muy bajo (M3).

Los modelos múltiples funcionan de manera similar, siendo todos significativos. Para el conjunto de trabajadores creativos (M5) el coeficiente de determinación es superior al del modelo simple ( $r^2=.213$ ;  $p<.01$ ) siendo el capital humano la variable que más efecto ejerce sobre la aglomeración de creativos seguida de la tecnología ( $r^2=.214$ ;  $p<.01$ ), la tolerancia (.147;  $p<.01$ ) y, en último lugar, los equipamientos ( $r^2= -.146$ ). En los súper creativos y profesionales los coeficientes estandarizados siguen patrones similares, matizables en el momento en que para los súper creativos son la tolerancia y la tecnología las variables que más inciden. El modelo de los bohemios (M7) es el que más difiere en tanto que únicamente las variables de tecnología y territorio tienen unos efectos estadísticamente significativos (.104 y -.167;  $p<.01$ ) mientras que con la tolerancia y el talento no podemos asegurar la existencia del efecto.

Tabla 3.- Modelos de Regresión Simple y Múltiple

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Censo 2011

	Regresión Simple				Regresión Múltiple			
	M1. Clase Creativa	M2. Súper Creativos	M3. Bohemios	M4. Creativos Profesionales	M5. Clase Creativa	M6. Súper Creativos	M7. Bohemios	M8. Creativos Profesionales
<b>N</b>	465	465	465	465	465	465	465	465
<b>R</b>	.322	.260	.048	.330	.461	.403	.233	.447
<b>R<sup>2</sup></b>	.104***	.068***	.002	.109***	.213***	.162***	.054***	.200***
<b>DW</b>	1.824	1.780	1.848	1.919	1.948	1.895	1.922	2.018
<b>Constante</b>	.035***	.004**	.004***	.026***	.021*	.000	.005***	.016*
<b>4 T's</b>	.322***	.260***	.048	.330***				
<b>Tolerancia</b>					.147***	.206***	.069	.114***
<b>Talento</b>					.261***	.153***	.030	.286***
<b>Tecnología</b>					.214***	.207***	.104**	.195***
<b>Territorio</b>					-.146***	-.118***	-.167***	-.123***

\*\*\*Significación al 99,99% ( $p<.01$ )  
\*\*Significación al 95% ( $p<.05$ )  
\*Significación al 90% ( $p<.10$ )

## 5.- Discusión

### 5.1.- Trabajadores creativos y reconfiguración metropolitana de Cataluña.



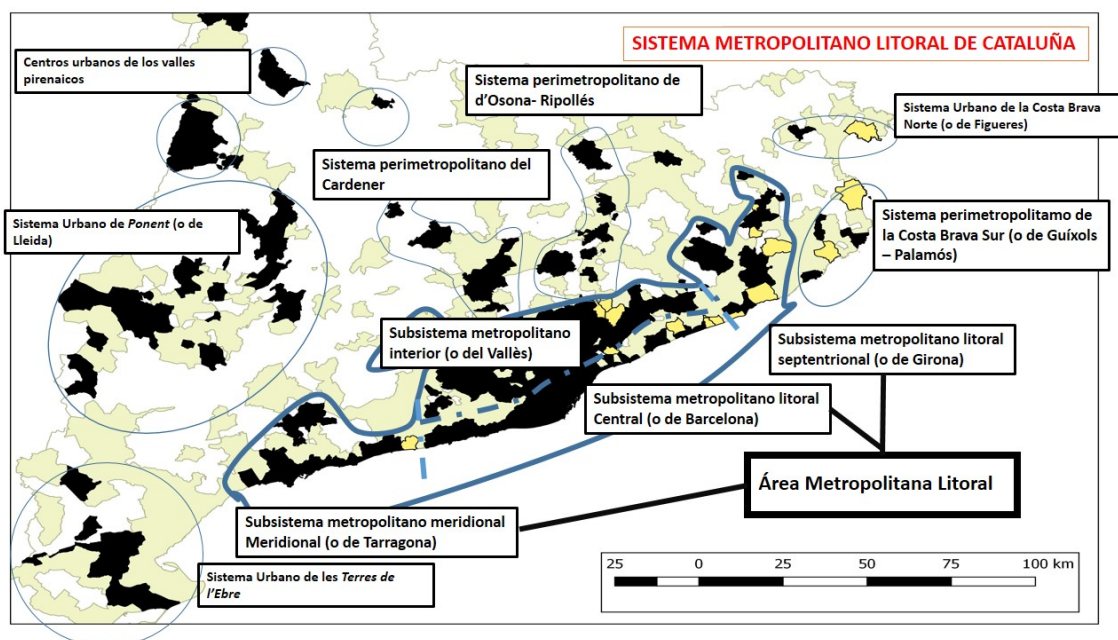
Las evidencias aportadas en este estudio nos llevan a generar un primer punto de debate en torno a la reconfiguración metropolitana de Cataluña en base a los patrones de residencia de los trabajadores creativos. El proceso de residencialización de los trabajadores creativos se desarrolla en una doble dimensión: por un lado, los residentes creativos en el corazón metropolitano crecen de manera incontestable, por otro lado, existe cierta deslocalización o desconcentración de éstos tanto hacia las periferias metropolitanas como hacia ciudades media y pequeñas y hacia los municipios turísticos (Olano et al. 2017) .

En consecuencia a partir de localización de la residencia de los trabajadores creativos se dibuja una representación de la Cataluña-ciudad como gran región metropolitana, basada esta vez en un criterio de residencia y continuidad de unos trabajadores que como hemos visto, también, se comportan de manera homogénea en cuanto a factores residenciales. Además, parece que, con pequeños matices, cada grupo de trabajadores continua escogiendo las condiciones que le parecen más favorables metropolitanizando espacios cada vez más lejanos del centro (Nel·lo 2010) ocupando lo que parecen espacios turísticos y de segunda residencia (González Reverté 2008) pensados inicialmente para el turismo (Rovira Soto & Anton Clavé, 2017, 2018)). Por otro lado, a tenor del crecimiento de los residentes creativos en municipios de todo tipo, parece también, que los creativos optan tanto por ciudades compactas, como por ciudades difusas y mixtas (García Coll et al. 2012).

En este sentido, creemos que podemos redibujar el sistema metropolitano y urbano catalán en base a esta localización y a los principales ejes residenciales antes descritos. Esta nueva concepción en base a la residencia de los trabajadores creativos cuenta como foco principal el sistema metropolitano urbano litoral de Cataluña, formado por cuatro subsistemas metropolitanos (Barcelona o central, del Vallés o interior, de Girona o septentrional y de Tarragona o meridional) a los cuales haría falta sumar tres sistemas metropolitanos periféricos (el del Cardener, el de Osona-Ripollés y el de la Costa Brava Sur) así como tres sistemas urbanos interrelacionados pero más lejanos (Lleida o Ponent; Tortosa o Terres de l'Ebre; y Figueres o Costa Brava Norte). En último término existirían los centros urbanos del Pirineo y el Arán.



Mapa 5.- Sistema Metropolitano Litoral de Cataluña



El análisis realizado sobre la localización de trabajadores creativos en Cataluña permite poner sobre la mesa algunos elementos de discusión acerca de la estructura metropolitana de Cataluña y de qué manera afecta a su reconfiguración. En primer lugar se detecta una desigual distribución de espacios en relación a la atracción de trabajadores creativos. Aparecen nuevos nodos y centralidades, como los ejes costeros y algunos puntos del interior, que, en relación a la atracción de trabajadores creativos, actúan como ciudades medias. La presencia de trabajadores creativos será sin duda un elemento a tener en cuenta para el establecimiento de políticas urbanas y de desarrollo económico en estos lugares. En sentido inverso, los lugares que no capten el interés de los trabajadores creativos pueden verse privados de organizar estrategias de desarrollo que aprovechen su presencia. De todos modos, la manera como los creativos se relacionen con su espacio de residencia y como organicen su espacio de vida metropolitano (en términos de movilidad, producción y consumo) será un condicionante a tener en cuenta para la efectividad de dichas estrategias.

En segundo lugar se detecta un proceso de desconcentración metropolitana en la localización de trabajadores creativos entre 2001 y 2011. De forma similar a lo acontecido con otros ámbitos de desconcentración (población, migraciones residenciales, lugares de trabajo, etc.) los trabajadores creativos empiezan a tener

presencia significativa en otros ámbitos alejados del centro de la metrópolis. A pesar de que la concentración de trabajadores creativos en el centro metropolitano continúa siendo la más notable, se han detectado ejes y nodos de localización de creativos en diversas áreas. Interpretamos este fenómeno relativamente novedoso y, en cualquier caso posterior a otros patrones de desconcentración demográfica y productiva acontecidos en Cataluña, como un síntoma de madurez urbana, fruto de la movilidad creciente de la población, pero también de la mejora de las condiciones de atracción urbana de diferentes lugares como, por ejemplo, las ciudades turísticas litorales.

En tercer lugar, las diferencias observadas entre los subgrupos de trabajadores creativos apuntan a la complejidad del fenómeno. La estructura urbana actual parece dar cabida a diferentes estrategias y preferencias de selección residencial por parte de los diversos trabajadores creativos. Nuestra interpretación apunta a que la existencia de condiciones de atracción del lugar varía en el conjunto de la estructura urbana. Es decir, factores como la tolerancia o los atractivos territoriales pueden construir a explicar la presencia de determinados trabajadores creativos en algunos lugares mientras que en otros no. Ello sugiere que seguramente, a tener en cuenta como hipótesis de trabajo futuro, que los factores suaves no son los únicos responsables de la atracción residencial de los municipios y que se combinan con otros factores del entorno y la naturaleza urbana de las ciudades.

### *5.2.- Trabajadores creativos y comportamiento como grupo homogéneo*

A partir de los resultados tanto de las correlaciones como las betas estandarizadas de las regresiones lineales se puede afirmar que la residencia de los creativos, desde una perspectiva de conjunto, está relacionada con factores blandos de residencia como son los incluidos en este modelo sintético elaborado si bien el comportamiento de los bohemios parece no responder a ellos en tanto que se observa la no significatividad del modelo además de un coeficiente estandarizado muy bajo.

Observando los resultados del modelo múltiple, en el que las variables actúan de manera aislada, se observan diferencias explicativas para cada uno de los subgrupos. En primer lugar, siguiendo lo propuesto por Florida, los efectos en el conjunto de trabajadores creativos de los factores explicativos propuestos siguen la primigenia teoría de las 3 T's. Tanto la tolerancia, el talento como la tecnología tienen un efecto positivo sobre la aglomeración de los trabajadores creativos aumentando la presencia de los factores a

medida que aumentan las aglomeraciones de estos. El punto discordante es la correlación negativa existente entre las condiciones territoriales y las aglomeraciones de trabajadores creativos. La generalización del tipo de infraestructuras incluidas en este indicador a lo largo del territorio podría ser una de las explicaciones (infraestructuras deportivas, culturales, museos etc.) dado que existe una gran oferta de este tipo de elementos en municipios pequeños.

En cuanto a los efectos en los grupos de creativos aislados se observan múltiples matices: la tolerancia tiene un efecto superior en los súper creativos cosa que nos hace pensar que estos buscan municipios más abiertos y abiertos que sus colegas profesionales que sufren un superior efecto del indicador de talento. Por su parte, la tecnología y las condiciones territoriales tienen efectos similares en ambos subgrupos. Esto nos lleva a seguir lo propuesto por otros autores en el sentido que la tolerancia ejerce de elemento diferenciador (Haisch & Klöpper 2015) y que los súper creativos, a priori los más creativos, tienen especial predilección por los municipios más diversos, en la línea de lo evidenciado por (Bereitschaft & Cammack 2015) en Chicago, donde el conjunto de los creativos vivía en barrios con amplia presencia de parejas homosexuales.

La principal diferencia la encontramos en el subgrupo de los bohemios en tanto que ni la tolerancia ni el talento tiene un efecto alto ni significativo en su aglomeración. Por el contrario la tecnología y las condiciones siguen las mismas tendencias que en los otros subgrupos, con un efecto inferior en el indicador de condiciones tecnológicas y superior en el caso del territorio. En síntesis, las condiciones de creatividad del territorio resultan clave para entender la evolución de los trabajadores creativos en Cataluña. Los factores suaves, tal como apunta Florida, correlacionan con la presencia de trabajadores creativos en términos generales. No obstante, el análisis pormenorizado por subgrupos presenta diferentes pautas de localización. Este aspecto sugiere que los trabajadores creativos, al menos desde el punto de vista de sus preferencias residenciales, no constituyen un grupo social homogéneo. Por este motivo parece conveniente profundizar en el estudio de la clase creativa como categoría social en trabajos futuros.

## **6.- Conclusiones**

Considerando Cataluña como una región-ciudad, podemos concluir que sí existe una clara relación entre la estructura urbana catalana y la localización residencial de los

trabajadores creativos vistas las evidencias presentadas en este artículo. Ahora bien, esta relación no está únicamente basada en la dimensión poblacional de los municipios, que como hemos visto, importa de manera relativa, sino en la posible continuidad de la mancha urbana emergente desde el corazón metropolitano distribuida por corredores naturales, convertidos posteriormente, en corredores de infraestructuras de movilidad.

Los municipios situados en estos corredores disponen de unas características que atraen a los trabajadores creativos más allá de las infraestructuras de movilidad. Súper creativos y creativos profesionales tienen una relación directa con características de tolerancia y talento, y directamente negativa con la existencia de condiciones territoriales hecho atribuible por un lado a la generalización de infraestructuras y equipamientos en los últimos años; pero, también, a la propia consideración de la región-ciudad, donde la capital, capta muchas de las actividades culturales de la población.

No podemos dejar de ver este artículo como un punto inicial para futuras investigaciones donde poner énfasis en diversos asuntos. Por un lado, en las asociaciones y correlaciones de los diferentes grupos de creativos con las características territoriales planteadas, en tanto que ya en este estudio, se observan diferentes. En segundo lugar, en relación a las diferencias según la tipología municipal y las características de los municipios. Se observa, por ejemplo, como hay zonas turísticas que atraen más a los creativos que otras (véase al respecto Olano et al, 2017); o como hay municipios pequeños que atraen subgrupos de creativos mientras que otros, a veces contiguos, no. En este sentido, sería necesario iniciar un estudio similar, segmentando los municipios por su dimensión poblacional o por su tipología turística.

Con todo, tampoco podemos olvidar, los que, probablemente, sean los principales puntos a profundizar teniendo en cuenta el debate en el que se inscriben: por un lado, la existencia o no de la clase creativa como tal; por otro, el análisis de si son las características blandas o duras de los lugares las que condicionan escoger una u otra residencia y si estas apreciaciones pueden considerarse constituyentes de los patrones de residencia de una clase social homogénea y diferenciada de otros grupos. A partir de las evidencias aquí presentadas, parece ser que los creativos, al menos en el tema residencial, se comportan de manera similar desde una perspectiva regional, con los matices presentados sobretodo en el caso de los bohemios; pero no tenemos datos

suficientes para analizar el papel de los no creativos y sus preferencias. En el mismo sentido, sería necesario iniciar investigaciones para conocer de manera más clara las preferencias residenciales de los trabajadores creativos que han establecido su residencia en algún territorio concreto.

## 7.- Referencias.

- Andersen, K.V. et al., 2010. One Size Fits All? Applying the Creative Class Thesis onto a Nordic Context. *European Planning Studies*, 18(10), pp.1591–1609.
- Anton Clavé, S. & Wilson, J., 2017. The evolution of coastal tourism destinations: a path plasticity perspective on tourism urbanisation. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(1), pp.96–112.
- Bereitschaft, B. & Cammack, R., 2015. Neighborhood diversity and the creative class in Chicago. *Applied Geography*, 63, pp.166–183.
- Bishop, B. & Cushing, R.G., 2009. *The big sort : why the clustering of like-minded America is tearing us apart*, Mariner Books.
- Boix, R. & Lazzeretti, L., 2012. Las industrias creativas en España: Una panorámica. *Investigaciones Regionales*, (22), pp.181–205.
- Boix, R. & Trullén, J., 2012. Policentrismo y estructuración del espacio: una revisión crítica desde la perspectiva de los programas de investigación. *ACE: Architecture, City and Environment*, 6(18), pp.27–54.
- Borja, J. et al., 2004. *Local y global : la gestión de las ciudades en la era de la información*, Taurus.
- Boschma, R.A. & Fritsch, M., 2009. Creative Class and Regional Growth: Empirical Evidence from Seven European Countries. *Economic Geography*, 85(4), pp.391–423.
- Clifton, N., 2008. The “creative class” in the UK: An initial analysis. *Geografiska Annaler, Series B: Human Geography*, 90, pp.63–82.
- Florida, R., 2005. *Cities and Creative Class*, London: Routledge.
- Florida, R., 2002. *The Rise of Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, New York: Basic Books.

- Florida, R.L., 2017. *The new urban crisis : how our cities are increasing inequality, deepening segregation, and failing the middle class-- and what we can do about it*, Basic Books.
- Florida, R.L., 2008. *Who's your city? : how the creative economy is making where to live the most important decision of your life*, Basic Books.
- Frenkel, A., Bendit, E. & Kaplan, S., 2013. The linkage between the lifestyle of knowledge-workers and their intra-metropolitan residential choice: A clustering approach based on self-organizing maps. *Computers, Environment and Urban Systems*, 39, pp.151–161. Available at:
- Gabe, T., Florida, R. & Mellander, C., 2012. The Creative Class and the crisis 1.50 1.5. , (2011), pp.1–17.
- García Coll, A., López Villanueva, C. & Pujades Rúbies, I., 2012. El Impacto de la crisis económica en el proceso de metropolitanización. El nuevo rol del urbanismo. In *XII Congreso de Población Española*. Santander.
- González Reverté, F., 2008. El papel de los destinos turísticos en la transformación sociodemográfica del litoral mediterráneo español. *The role of tourist destinations in the social and demographic transformation of the Spanish Mediterranean coast*, pp.79–107.
- González Reverté, F. et al., 2016. La localización de la clase creativa en ciudades turísticas. Un análisis a escala local del sistema urbano Mediterráneo español. *Investigaciones Turísticas*, 11(11), pp.1–29.
- Haisch, T. & Klöpper, C., 2015. Location choices of the creative class: Does tolerance make a difference? *Journal of Urban Affairs*, 37(3), pp.233–254.
- Hansen, H.K. & Niedomysl, T., 2009. Migration of the creative class: evidence from Sweden. *Journal of Economic Geography*, 9, pp.191–206.
- Van Holm, E.J., 2014. Leisure choices of the creative class. *Cities*, 41, pp.38–43.
- Kerimoglu, E. & Karahasan, B.C., 2014. Location patterns of creative capital and regional disparities in Spain. *Regional and Sectoral Economic Studies*, 14(1), pp.115–132.
- Krätke, S., 2010. “Creative cities” and the rise of the dealer class: A critique of Richard

- Florida's approach to urban theory. *International Journal of Urban and Regional Research*, 34(4), pp.835–853.
- Lawton, P., Murphy, E. & Redmond, D., 2013. Residential preferences of the 'creative class'? *Cities*, 31, pp.47–56.
- López, C., Pujadas, I. & Bayona, J., 2013. Transformaciones territoriales y segregación demográfica en las regiones metropolitanas de Madrid y Barcelona: La creciente dicotomía entre centros y periferias. *XI Congreso Español de Sociología*.
- Malanga, S., 2004. The Curse of the Creative Class | City Journal. *City Journal*.
- Markusen, A. et al., 2008. Defining the creative economy: Industry and occupational approaches. *Economic Development Quarterly*, 22(1), pp.24–45.
- Markusen, A., 2006. Urban Development and the Politics of a Creative Class: Evidence from a Study of Artists. *Environment and Planning A*, 38(10), pp.1921–1940. Available at: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1068/a38179>
- Masip Tresserra, J. & Roca Cladera, J., 2012. Anàlisi retrospectiu del sistema Metropolita de Barcelona i la seva influència en l'estructura urbana. *Architecture, City and Environment*, (18), pp.100–138.
- Mellander, C. & Florida, R., 2007. CESIS The Creative Class or Human Capital?-explaining regional development in Sweden. Available at:
- Mellander, C., Florida, R. & Rentfrow, J., 2012. The creative class, post-industrialism and the happiness of nations. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 5(1), pp.31–43.
- Musterd, S. & Gritsai, O., 2013. The creative knowledge city in Europe: Structural conditions and urban policy strategies for competitive cities. *European Urban and Regional Studies*, 20(3), pp.343–359.
- Nel-lo, O., 2010. Les dinàmiques territorials a la Regió Metropolitana de Barcelona (1985-2006). Hipòtesis interpretatives. *Papers: Regió Metropolitana de Barcelona: Territori, estratègies, planejament*, (51), pp.16–27.
- Olano, J.-X., González Reverté, F. & Anton-Clavé, S., 2017. Consideracions sobre l'atracció de residents a les destinacions turístiques catalanes: El cas dels

- treballadors creatius. *Revista Econòmica de Catalunya*, 76, pp.74–85.
- Olin Wright, E., 1994. *Clases*, Madrid: Siglo XXI.
- PECK, J., 2005. Struggling with the Creative Class. *International Journal of Urban and Regional Research*, 29(4), pp.740–770.
- Rovira Soto, M.T. & Anton Clavé, S., 2017. Second homes and urban landscape patterns in Mediterranean coastal tourism destinations. *Land Use Policy*, 68(July), pp.117–132.
- Rovira Soto, M.T. & Anton Clavé, S., 2018. The Role Of Second Homes In A Mediterranean Coastal Mass Tourism Destination. In C. M. Hall & D. Müller, eds. *The Routledge Handbook of Second Home Tourism and Mobilities*. Abingdon: Routledge.
- Schuschny, A. & Soto, H., 2009. Guía metodológica Diseño de indicadores compuestos de desarrollo sostenible Andrés Schuschny. *Cepal*, p.109.
- Tiruneh, E.A., 2014. Regional Economic Development in Italy: Applying the Creative Class Thesis to a Test. *Journal of the Knowledge Economy*, 5(1), pp.19–36.
- Tomić, V., 2013. The creative class: Truth or urban myth. *universitatis-series: Architecture and Civil Engineering*.
- Wilson, D. & Keil, R., 2008. The real creative class. *Social & Cultural Geography*, 9(8), pp.841–847.

## Anexo

Tabla 4.- Clasificación de ocupaciones creativas (2011).  
Fuente: Censo 2011, Instituto Nacional de Estadística.

Tipo de trabajadores	Código INE-CNO11.
<b><i>Súper Creativos</i></b>	101, 213, 221, 241, 242, 243, 244, 245, 271, 272, 282, 382, 421
<b><i>Bohemios</i></b>	292, 372, 373, 383, 293, 762
<b><i>Creativos Profesionales</i></b>	111, 112, 121, 122, 211, 212, 214, 215, 222, 223, 224, 225, 231, 232, 246, 247, 248, 251, 259, 261, 264, 265, 281, 314, 331, 332, 340, 561, 562, 571, 572, 591, 593



Tabla 5.- Clasificación de ocupaciones creativas (2001)

Fuente: Censo 2001, Instituto Nacional de Estadística

Tipo de trabajadores	Código INE-CNO11.
<i>Súper Creativos</i>	102, 201, 202, 204, 205, 211, 213, 214, 221, 252, 292, 243,
<i>Bohemios</i>	251, 354, 772, 354, 531
<i>Creativos Profesionales</i>	111, 112, 113, 212, 219, 222, 223, 224, 225, 231, 232, 241, 242, 231, 232, 239, 311, 312, 313, 272, 261, 264, 265, 341, 342, 521, 522, 523, 291, 293, 312, 313

Tabla 6.- Composición de los índices sintéticos.

Índice Sintético	Variable	Definición	Fuente
<b>Tolerancia</b>	<i>To.1. Gay Index</i>	% Parejas Homosexuales	Censo 2011
	<i>To.2. Melting Pot Index</i>	% Nacidos en el extranjero	
	<i>To.3. Monoparental Index</i>	% Familias monoparentales	
	<i>To.4. Cohabiting Index</i>	% Parejas de hecho	
	<i>To.5. Young Index</i>	% Población 18-35 años	
	<i>To.6. Gender Equality Index</i>	Ratio Hombres-Mujeres en puestos de dirección	
<b>Talento</b>	<i>Ta.1. Bachelors Index</i>	% Población con estudios superiores	
	<i>Ta.2. Ph.d's Index</i>	% Población con estudios de doctorado	
	<i>Ta.3. Human Attraction Index</i>	% Población extranjera llegada en los últimos 5 años con estudios superiores	
<b>Tecnología</b>	<i>Te.1. Patentes</i>	% Patentes habitante	Oficina Española de Patentes y Marcas
	<i>Te.2. Marcas</i>	% Marcas por habitante	
	<i>Te.3. Modelos de Utilidad</i>	% Modelos de Utilidad por habita	
<b>Amenities Territoriales</b>	<i>AT.1. Gastronomic Opportunity</i>	% Bares y Restaurantes por habitante	Anuario Económico de la Caixa (Caixabank)
	<i>AT.2. Cultural Opportunity</i>	% Bibliotecas, museos, archivos, cines y teatros por habitante	IDESCAT. Departament de Cultura, Generalitat de Catalunya
	<i>AT.3. Sport Opportunity</i>	% de instalaciones deportivas por habitante	IDESCAT
	<i>AT.4. Cultural Vitality</i>	% de eventos culturales por habitante	Trabajo de campo

