



**AGRICULTURA
FAMILIAR EN ESPAÑA**

**ANUARIO
2017**


FUNDACIÓN DE ESTUDIOS RURALES



▼ **Redacción y administración**
Agustín de Betancourt, 17-3º.
28003 Madrid
Tel.: 915 541 870
upa@upa.es
www.upa.es

▼ **Redactores y colaboradores**
Elena Conesa
Diego Juste Conesa
Paula D. Álvarez Neira
José Manuel Delgado
Javier Alejandro
Mari Luz de Santos
David Erice
Ana Batanero
Nieves Alonso
Mariola Núñez
Lola Núñez
Javier Poza (*Bruselas*)
Óscar Hernández (*Castilla y León*)
Elvira Gómez (*Extremadura*)
Xosé Darriba (*Galicia*)
Miguel Ventayol (*Castilla-La Mancha*)
Juan Antonio Siles (*Jaén*)
María Bosque (*Aragón*)

▼ **Secretaría**
Pilar Montañel
Ernestina Rufo
Raquel Domingo
Nuria Sánchez

▼ **Coordinador de los artículos**
Eduardo Moyano

▼ **Fotografía**
Joaquín Terán

▼ **Documentación**
Dto. Técnico de UPA
Uniones Territoriales de UPA
Órganos Consultivos de UPA

▼ **Maquetación**
QAR Comunicación

▼ **Dpto. de publicidad**
Agustín de Betancourt, 17-6º.
28003 Madrid
Tel.: 915 350 827

▼ **Impresión**
Gráficas Jomagar
D.L. M-26114-2007
ISSN: 1887-9292

Fotografía de portada
Juana María López Rojo. *Mujer y azafrán* (Madridejos - Toledo)

Fotografías de las guardas
De portada: Patricia Santos Mosquera. *Pequeño agricultor* (O Pino - A Coruña)

De contraportada: Juan David Cortés Granado. *Jornaleros* (Écija - Sevilla)

Fundación de Estudios Rurales

AGRICULTURA FAMILIAR EN ESPAÑA

ANUARIO 2017

▼ Agricultura, desarrollo e innovación en los territorios rurales

Agricultura, desarrollo e innovación en los territorios rurales 6
Isabel García Tejerina

Hacia una PAC más moderna al servicio de los territorios rurales 12
Phil Hogan

Hay futuro para nuestra agricultura y ganadería 14
Pepe Álvarez

Solo la agricultura familiar puede frenar el despoblamiento 18
Lorenzo Ramos

La agricultura, el desarrollo rural y la innovación en las zonas rurales: los riesgos de despoblación 24
Martin Merrill

¿Está vacía la España rural? 27
Eduardo Moyano Estrada

La España profunda 34
Fernando Molinero Hernando

La resiliencia de los territorios rurales 44
Pedro Sánchez Zamora

Reflexiones sobre el despoblamiento rural en España 52
Felipe González de Canales

Opinión pública y agricultura 60
Cristóbal Gómez Benito y Carmen Lozano

Los nuevos residentes rurales en las áreas de economía agroindustrial 70
María Jesús Rivera, Beatriz Izquierdo y Jorge Ruiz

Agricultura y cambio climático 76
José Manuel Delgado Pérez



El debate sobre la PAC pos-2020, ¿o 2023? 84
Tomás García Azcárate

Hacia la PAC pos-2020 92
Albert Massot Martí

A propósito de Cork 2.0 102
Franco Sotte

El enfoque LEADER y los Grupos de Acción Local ante la nueva programación estratégica 110
José Luis Peralta Pascua

Smart LEADER 118
Martina Pertoldi, Joaquín M^a López Muñoz y M^a Ángeles Muriel González

Actividades creativas y desarrollo rural 130
Ana Isabel Escalona, Antonio Sáez Pérez y Belén Sánchez-Valverde García

Innovaciones jurídicas y de gestión en las explotaciones agrarias. Una aproximación al modelo de "agricultura de empresa" 138
Alicia Langreo, Eduardo Moyano, Luis Ruiz-Maya y José A. Pedraza

Tecnología e innovación en las actividades comerciales 155
Víctor J. Martín Cerdeño

Los mercados de agua y sus impactos sociales 164
Fernando E. Garrido Fernández

Más de medio siglo de extensión agraria en España	173	El campesinado en el Delta del Ebro y la Albufera de Valencia	230
Diego Juárez Vázquez		Marina Requena i Mora	
Mejora genética y biotecnología ante los retos de la agricultura	179	Estrategias de la horticultura familiar almeriense ante la crisis de rentabilidad	239
José Ignacio Cubero		Marta Soler Montiel, Manuel Delgado Cabeza, Alicia Reigada Olaizola y David Pérez Neira	
Prevenir el vuelco de tractores	188	Mundo rural y agricultura en la historia del cine	246
Fernando Chacón Giménez		Pedro Poyato Sánchez y Ana Melendo Cruz	
El secreto de una escuela de pueblo	196	Calidad agroalimentaria en México	254
Mónica Ceberio Belaza		Mario Fernández-Zarza	
El manejo de la tierra y la conservación del paisaje en Galicia	200	Experiencias comparadas de desarrollo rural en Brasil y España	261
Paul Swagemakers y M ^a Dolores Domínguez García		Clesio Marcelino de Jesus	
El desarrollo rural de la Sierra Morena Cordobesa	207	Una experiencia innovadora de cooperación al desarrollo rural en Paraguay	270
Ervigio Núñez		Marianna Guareschi y Mamen Cuéllar Padilla	
Espacios protegidos y desarrollo territorial	213		
Melchor Guzmán Guerrero y Manuel Pérez Yruela			
Procesos participativos y economía circular en la agricultura	222		
Almudena Gómez Ramos, Rocío Losada y María Elena Nogueira			



▼ Agricultura familiar y territorio | Andalucía

Retos de futuro del sector agrario en Andalucía	276
Susana Díaz Pacheco	
El impulso decisivo al sector agrario andaluz como motor de riqueza y empleo	280
Rodrigo Sánchez Haro	
Claves de futuro para la acción sindical de UPA Andalucía	285
Miguel Cobos García	
La cadena agroalimentaria de Andalucía	287
Víctor J. Martín Cerdeño	



▼ Informe socioeconómico

La agricultura española en 2016	298
Sectores	303
Fichas sectoriales	314
Comunidades autónomas	320



▼ Acción sindical de UPA

Balance 2016/2017	332
Órganos Consultivos	349
Uniones Territoriales	386



Actividades creativas y desarrollo rural*

Ana Isabel Escalona, Luis Antonio Sáez Pérez y Belén Sánchez-Valverde García
Universidad de Zaragoza

La compleja situación de muchas áreas rurales españolas y su lenta convergencia con el nivel de rentas y de bienestar de las áreas urbanas justifican que desde hace años se estén buscando nuevas fórmulas para impulsar su desarrollo territorial. En esta línea se enmarcan las investigaciones sobre la presencia y los efectos socioeconómicos de las llamadas “actividades creativas”.

En el año 2010, Naciones Unidas las definieron como actividades que generan productos tangibles o servicios intangibles (intelectuales o artísticos con contenido creativo, valor económico y objetivos de mercado) dirigidos a una demanda amplia, diversificada y creciente (UNCTAD, 2010). Se trata de un conjunto de actividades muy heterogéneo en el que se incluyen desde las arraigadas en la cultura tradicional (patrimonio, artes) hasta las que elaboran contenidos creativos para grandes audiencias (propias del ámbito de la comunicación), pasando por actividades vinculadas con la pro-

ductividad intelectual (elaboración de software, publicidad, ingeniería, consultoría, arquitectura...) con un elevado contenido creativo (UNCTAD, 2010; Méndez *et al.*, 2012) (ver cuadro 1).

Instituciones internacionales como la UE o la OCDE consideran que las actividades creativas pueden ser palancas para la especialización inteligente de los territorios, ya que les proporcionan ventajas competitivas en términos de conocimiento y de innovación, factores estos que, como se sabe, son determinantes de la productividad empresarial y del desarrollo local. Por ello se considera muy oportuno sacar partido de la presencia creciente de estas actividades en las áreas rurales, y del atractivo de estos espacios para los emprendedores creativos debido a la calidad de vida, riqueza monumental, belleza del entorno y buen ambiente social que en ellos encuentran.

Matizando lo expuesto, algunos autores han señalado que, si bien las áreas rurales son un buen lugar para que surja la creatividad, no lo son

(*) Este artículo se enmarca en el proyecto de investigación “Los clústeres de actividades creativas en las áreas semiurbanas y rurales españolas: Factores e impacto en el desarrollo territorial”, que resultó seleccionado en la convocatoria 2012 de Proyectos de Investigación no Orientada del Ministerio de Economía y Competitividad. Contiene algunos resultados ya presentados en las publicaciones de la autora y del equipo de investigación que se citan en la bibliografía final.

CUADRO 1
ACTIVIDADES CREATIVAS SEGÚN CATEGORÍA

Tipos	Código CNAE rev. 2 y denominación de la actividad
Patrimonio	91. Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales
Artes	90. Actividades de creación, artísticas y espectáculos
Comunicación	18. Artes gráficas y reproducción de soportes grabados
	58. Edición
	59. Actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión, grabación de sonido y edición musical
Actividades vinculadas a la propiedad intelectual	60. Actividades de programación y emisión de radio y televisión
	74. Otras actividades profesionales, científicas y técnicas (1)
	71. Servicios técnicos de arquitectura e ingeniería; ensayos y análisis técnicos
	73. Publicidad y estudios de mercado
	70. Actividades de las sedes centrales; actividades de consultoría de gestión empresarial
	62. Programación, consultoría y otras actividades relacionadas con la informática

Fuente: UNCTAD, 2010; elaboración propia. (1) En este grupo se incluyen diseño especializado, traducción e interpretación y actividades fotográficas.

tanto para hacer negocios. Ciertamente, la dispersión característica de la población y el poblamiento rural dificulta la formación de una *masa crítica* de actividad creativa, susceptible de estimular el desarrollo local.

Esta idea se refuerza en investigaciones recientes sobre la localización de actividades creativas que las asocian en alto grado, aunque no de manera concluyente, a la dimensión de la economía municipal y a la existencia de infraestructuras, equipamientos y servicios, así como a la accesibilidad a los mercados de los municipios y localidades. En todo caso, la presencia de actividades creativas en las áreas rurales españolas es ya una realidad como exponemos a continuación.

Las actividades creativas en las áreas rurales españolas

Las investigaciones que hemos llevado a cabo con un equipo interdisciplinar de la Universidad de Zaragoza (Escalona *et al.*, 2015, 2016 y 2017) muestran que en el año 2012 había 11.467 empresas de sectores creativos en municipios rurales de menos de 50.000 habitantes, lo que representaba el 15,8% de todas las empresas españolas pertenecientes a este sector de las actividades creativas (cuadro 2).

La localización de empresas creativas en las áreas rurales es bastante selectiva, ya que solo 1.965 municipios de los más de 7.000 estudiados contaban con una o más empresas de este tipo. Como se ha expuesto en el apartado precedente, es lógico que el mayor número de empresas creativas lo encontremos en los municipios de más de 10.000 habitantes, ya que se trata de pequeñas ciudades y, por ello, disponen de algunas ventajas, tales como un mercado laboral más amplio o la posibilidad de que las empresas creativas se relacionen con otras empresas. Además, en estos municipios este tipo de empresas encuentran mayor demanda para los bienes y los servicios que ofrecen. No obstante, la relación entre el número de empresas creativas y el tamaño municipal no es completamente lineal, ya que los municipios entre 1.000 y 5.000 habitantes tienen más empresas creativas que los del tamaño siguiente, seguramente porque se encuentran en áreas despobladas en las



▼
La formación de clústeres económicos, creativos en este caso, en las áreas rurales se enfrenta a las dificultades estructurales que le son propias. Por ese motivo puede solo hablarse de clústeres cuando la actividad en un determinado sector es especialmente significativa y supera las expectativas

CUADRO 2
DISTRIBUCIÓN Y PERFIL DE LAS ACTIVIDADES CREATIVAS EN LOS MUNICIPIOS RURALES ESPAÑOLES SEGÚN EL TAMAÑO DE LOS MISMOS

Población (pob.)	Empresas creativas (total)		Empresas creativas (número en cada categoría) (2)		
	Total	% (1)	P y A	C	VPI
pob. < 1.000	466	4,06	117	59	290
1.000 < pob. < 5.000	2.112	18,42	297	395	1.420
5.000 < pob. < 10.000	1.976	17,23	226	469	1.281
10.000 < pob. < 50.000	6.913	60,29	538	1.784	4.591

(1) Total / área de estudio * 100.

(2) P y A (Patrimonio y artes); C (Comunicación) y VPI (Actividades vinculadas a la propiedad intelectual).

Fuentes: Instituto Nacional de Estadística, Censo de la Población de 2011; Tesorería General de la Seguridad Social, 2012.

que desempeñan funciones propias de localidades de mayor tamaño.

El cuadro 2 también deja patente que en todos los tamaños municipales dominan las empresas de los sectores vinculados a la propiedad intelectual. Sin embargo, resulta interesante observar que en los municipios de menos de 1.000 habitantes una cuarta parte de las empresas creativas pertenece al subsector de “Arte y patrimonio”. Lo contrario ocurre en las localidades de más de 10.000 habitantes, en las que el número de empresas dedicadas a “Arte y patrimonio” no alcanza el 8%, pero las de “Comunicación” sí superan el 25%.

¿En qué municipios hay clústeres creativos?

En el análisis espacial de las actividades económicas es interesante detectar la existencia de *clústeres*, término acuñado en 1998 por el profesor de la Escuela de Negocios de Harvard Michael Porter para referirse a concentraciones geográficas de empresas e instituciones relacionadas con un sector económico determinado. Sus estudios demostraron que la competencia y las interrelaciones entre los componentes del clúster mejoraban su competitividad individual y también la general de todo el clúster, distinguiéndose y pudiendo ser reconocido por un éxito competitivo inusual en su campo.

La formación de clústeres económicos, creativos en este caso, en las áreas rurales se enfrenta a las dificultades estructurales que le son propias. Por ese motivo puede solo hablarse de clústeres cuando la actividad en un determinado sector es especialmente significativa y supera las expectativas. Tendríamos entonces una concentración relativa de actividad cuyos integrantes, empresas

y trabajadores, pueden compartir experiencias y conocimientos y, de este modo, propiciar innovaciones y dinamizar los territorios en conjunción con los demás actores económicos y sociales.

La aplicación de los criterios explicados en los municipios españoles con empresas creativas ha llevado a identificar “clústeres creativos” en 761 municipios (un 10,3% del total), proporción semejante a la obtenida en trabajos realizados en el Reino Unido a una escala y nivel de resolución comparables (De Propis *et al.*, 2009). Al albergar estos clústeres creativos, los municipios pueden actuar como polos de crecimiento en torno a estas actividades innovadoras, emulando los procesos que desencadenan las actividades creativas en áreas urbanas. Las características de los 761 clústeres creativos y, en concreto, el número de empresas que los forman y la variedad de las mismas, han permitido una clasificación de dichos clústeres en cinco niveles de madurez creciente, siendo I el nivel de aquellos clústeres con menos empresas y menos diversificadas y V el de los más avanzados como reflejo del mayor número y diversidad de sus empresas creativas (cuadro 3).

Los municipios con clústeres creativos de tipo I, con el menor nivel de diversificación y especialización, son los más numerosos y corresponden en su mayoría a municipios muy pequeños (de menos de 1.000 habitantes), por lo que su promedio demográfico es el más bajo. No obstante, es interesante señalar de nuevo que una población más numerosa no implica automáticamente mayores niveles de especialización o diversificación de las empresas creativas. De hecho, encontramos pequeños municipios con clústeres de tipo II, III e, incluso, IV, lo que indica que, en este tipo de actividades, esos pequeños municipios consiguen generar una cierta *masa crítica*

CUADRO 3
CARACTERÍSTICAS DE LOS 761 CLÚSTERES CREATIVOS EN LAS ÁREAS RURALES ESPAÑOLAS

Nivel	Número de clústeres	Población media municipal	Distribución por tamaños (1)				Perfil (2)			Prox. áreas urbanas (3)
			A	B	C	D	P y A	Com.	VPI	
I	271	999	190	75	5	1	28	11	61	20
II	108	2.958	21	70	12	5	16	17	67	31
III	107	4.367	23	54	23	7	9	20	71	32
IV	132	11.174	7	41	34	50	6	22	72	37
V	143	15.596		24	33	96	12	27	61	43

(1) Número de municipios en cada una de las siguientes categorías: A (población < 1.000); B (1.000 < población < 5.000); C (5.000 < población < 10.000); D (población > 10.000).

(2) Proporción de empresas en cada una de las siguientes categorías: P y A = Artes y patrimonio; Com. = Comunicación; VPI = Actividades vinculadas con la propiedad intelectual.

(3) Proporción de municipios con clústeres en las provincias de La Coruña, Vizcaya, Guipúzcoa, Madrid, Barcelona, Valencia, Alicante y Sevilla.

Fuentes: Instituto Nacional de Estadística, Censo de la Población de 2011; Tesorería General de la Seguridad Social, 2012. Elaboración propia.

ca y que sus empresas creativas tienen niveles de especialización medio-alto. Cabe recordar, además, que en los sectores creativos priman las pequeñas empresas muy especializadas y, por tanto, se admite que una *aglomeración* puede estar formada por un número menor de empresas que el que se exigiría en otros sectores económicos.

El mapa 1 localiza los municipios rurales con clústeres creativos e identifica la madurez (I a V) de su *clusterización* según el número y la variedad de sus empresas creativas. La distribución geográfica de los 761 municipios con clústeres creativos muestra un notable contraste entre las regiones periféricas y meridionales, por una parte, y las del interior y la mitad norte de España, por otra.

Sin duda, esta distribución acusa el hecho de que en la periferia y en el sur de España hay más municipios de los tamaños en los que estas empresas son más numerosas. Asimismo, también es notorio que las poblaciones rurales con clústeres forman *cinturones creativos* en torno a las áreas metropolitanas cercanas (por ejemplo, Bilbao-San Sebastián, Barcelona, Valencia-Alicante, Sevilla, Madrid) con las que se complementan.

Se observa, además, que entre los clústeres de tales cinturones dominan los más maduros (tipos IV y V), es decir, aquellos con mayor número y variedad de empresas creativas, aunque también se ha observado la presencia de *free-lancers* y pequeñas empresas creativas que ponderan positivamente la proximidad a un gran mercado urbano. Estos resultados confirman el impacto de las grandes áreas urbanas sobre los espacios semiurbanos y rurales del entorno, que se benefi-

cian (por su proximidad y excelente accesibilidad) de un mayor mercado, así como de una mayor y completa oferta de servicios.

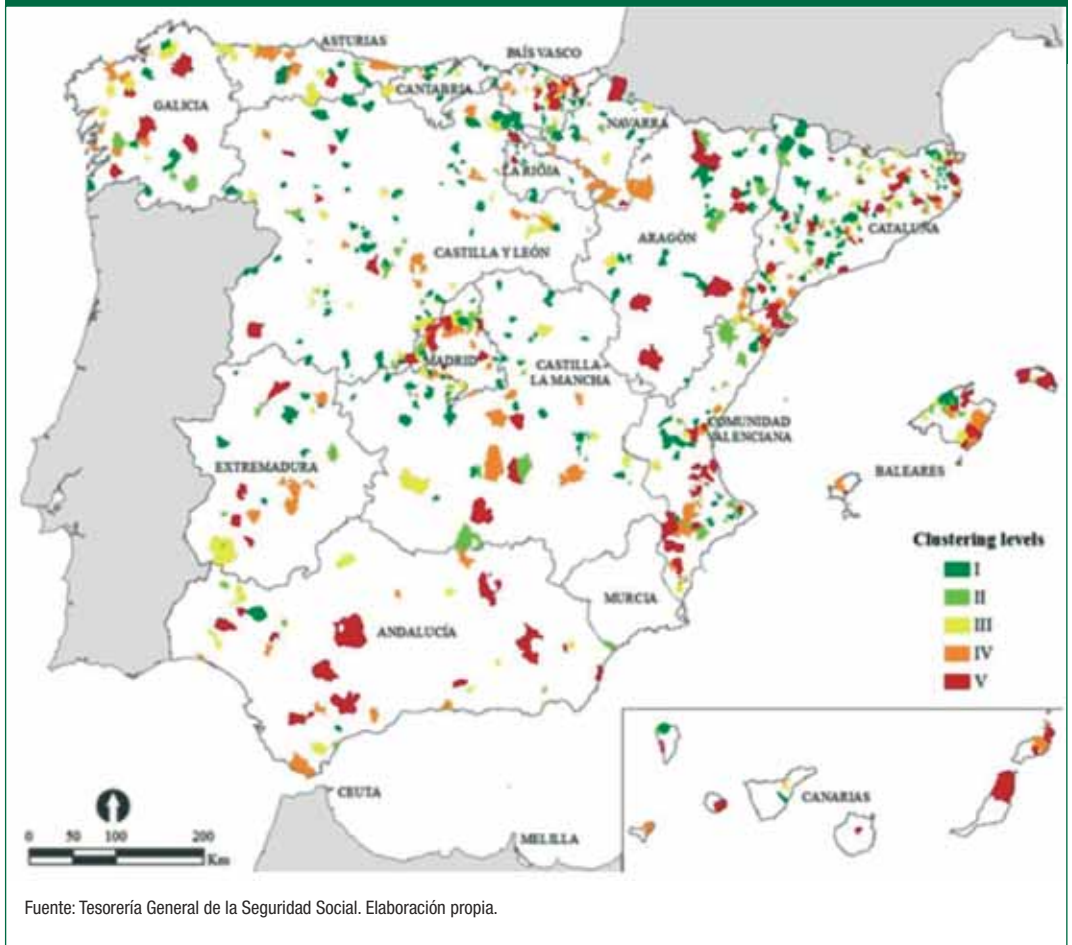
Las mejoras en las tecnologías de la información y la comunicación han favorecido que también se den actividades creativas en localidades más remotas que, de este modo, han podido sacar partido de otros atractivos como, por ejemplo, la calidad de vida que ofrecen. De hecho, ya hace algún tiempo que en estudios realizados en los Estados Unidos y en Europa se demostró cómo, en casos de localidades remotas pero con buena conectividad, las llamadas *amenidades* (recursos naturales y culturales para el disfrute de los residentes y visitantes) atraen a las clases creativas, es decir, a trabajadores muy cualificados, especializados en estas actividades y, por tanto, impulsores de las mismas en las poblaciones en las que se asientan (Florida, 2002). Por todo ello también encontramos municipios con clústeres creativos en las áreas rurales del interior de España, aunque sin la continuidad espacial reconocible en los de las regiones periféricas.

Lo distintivo de estos clústeres de la España interior es que la mayoría corresponde a los niveles I, II y III. Se encuentran frecuentemente en municipios pequeños que, sin embargo, han conseguido explotar recursos y *amenidades* locales o bien desarrollar vínculos especializados con las áreas urbanas en las que existen demandas de estas actividades o tejidos empresariales especializados en las mismas. En los clústeres creativos del interior de España encontramos, como ya se ha indicado, una mayor presencia relativa de actividades relacionadas con el patrimonio y las artes. Podemos poner el ejem-

Las mejoras en las tecnologías de la información y la comunicación han favorecido que también se den actividades creativas en localidades más remotas que, de este modo, han podido sacar partido de otros atractivos como, por ejemplo, la calidad de vida que ofrecen

MAPA 1

LOCALIZACIÓN DE LOS MUNICIPIOS CON CLÚSTERES CREATIVOS E IMPORTANCIA DE LOS MISMOS



plo de los municipios turolenses de Calaceite, Valderrobres o Peñarroya de Tastavins, situados en la comarca del Matarraña (por algunos llamada la Toscana aragonesa). A pesar de su pequeño tamaño (1.097, 2.319 y 495 habitantes, respectivamente) constituyen clústeres de niveles III (Peñarroya) y IV (los dos restantes), presentando un perfil artístico o patrimonial, ya que las empresas y los empleos creativos que encontramos en estos municipios pertenecen a tales sectores y convierten a la comarca en un espacio claramente especializado en actividades creativas.

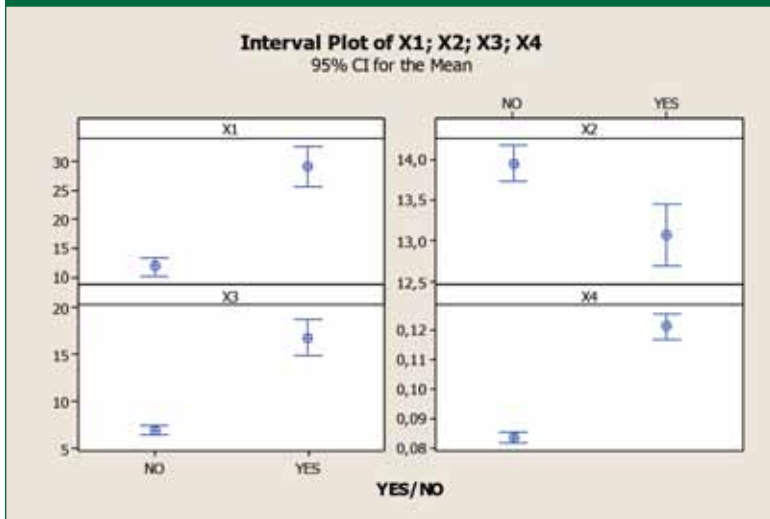
Sin salir de Aragón, los clústeres creativos más evolucionados y maduros (niveles IV y V) que encontramos en los municipios más grandes, como Barbastro o Monzón (17.215 y 17.144 habitantes, respectivamente), están formados mayoritariamente por empresas del mundo de la comunicación, publicidad, ingeniería, consultoría, arquitectura y la informática, actividades todas ellas vinculadas con la propiedad intelectual. Ese

tipo de empresas y de empleos son significativos también en otros municipios del entorno (comarcas del Somontano, Bajo Cinca, Litera), lo que confiere a estas áreas una clara especialización en tales actividades.

Impacto de las actividades creativas en el desarrollo rural en España

Las investigaciones realizadas revelan, asimismo, que los municipios con clústeres creativos presentan mejores características que los que no los tienen, en términos de dinamismo demográfico, capital humano, mercado laboral y actividad económica. A esta conclusión se ha llegado mediante un análisis enfocado a detectar posibles rasgos diferenciadores entre los municipios con y sin clústeres creativos. Para ello hemos comparado el comportamiento de los municipios en relación con algunas variables clave y hemos evaluado los

FIGURA 1
CONTRASTES SOCIOECONÓMICOS ENTRE LOS MUNICIPIOS CON Y SIN CLÚSTERES CREATIVOS



(1) Variables comparadas. X1 (Variación de población entre 2001-2011); X2 (Tasa de desempleo); X3 (Índice de actividad económica), y X4 (% de población con estudios universitarios).
 (2) Grupos de municipios: NO = municipios sin clústeres creativos; SÍ = municipios con clústeres creativos.
 Fuentes: Instituto Nacional de Estadística, Censo de la Población de 2011; Tesorería General de la Seguridad Social, 2012; La Caixa, *Anuario Económico de España*, 2012. Elaboración propia.

contrastes resultantes dependiendo del nivel de *clusterización*: I, II, III, IV, V o ninguno.

Los datos que se han podido utilizar en esta fase del análisis se refieren a una muestra de nuestra base de datos formada por 2.498 municipios de más de 1.000 habitantes.

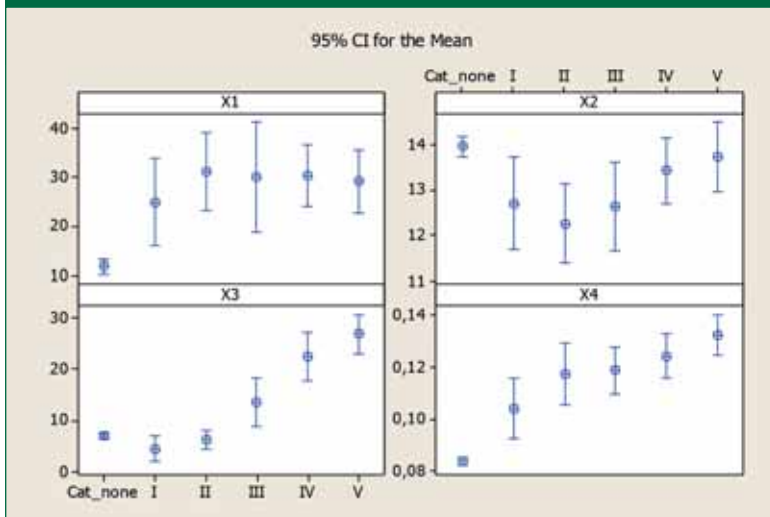
La comparación se ha referido, en primer lugar, a la evolución de la población entre 2001 y 2011, un indicador este de gran interés, ya que, dada la crítica situación demográfica de muchos municipios rurales, una diferencia significativa en el comportamiento de los municipios contrastados sugeriría una posible asociación de los clústeres creativos con diversos aspectos del desarrollo local. En segundo lugar, a un índice de actividad económica, que es un indicador sintético del tamaño de la economía local. Junto con la tasa de paro, el uso de este indicador en nuestro análisis viene respaldado por numerosas evidencias en las que se asocia la presencia de actividades creativas con una buena situación económica. En tercer lugar, el último de los indicadores utilizados en el contraste es el porcentaje de población municipal con estudios universitarios, un rasgo expresivo de la calidad del *capital humano* del municipio y que también dispone de evidencias que lo asocian positivamente a la existencia de clústeres creativos.

El contraste se ha llevado a cabo en dos etapas. En la primera se han agrupado los municipios en dos categorías, dependiendo de si tienen o no un clúster creativo. La figura 1 muestra de forma expresiva, mediante las posiciones de los puntos correspondientes a cada grupo, que la variación demográfica, el índice de actividad económica y la proporción de población universitaria presentan valores claramente superiores en los municipios con clústeres creativos.

Si nos centramos en lo demográfico, aunque todos los municipios crecen entre 2001 y 2011, el ritmo al que lo hacen los municipios con clústeres es muy superior al de los que no los tienen, estando también bastante por encima del promedio nacional (14,6%). El contraste entre las dos categorías de municipios rurales, con y sin clústeres creativos, en cuanto al capital humano, medido mediante la proporción de población con estudios universitarios, lleva a conclusiones similares: es mayor en los municipios con clústeres creativos, 12,3%, que en aquellos que no los tienen, 8,3%.

El índice sintético de la actividad económica en los municipios con clústeres toma un valor de 17, casi diez puntos más que en los municipios sin clústeres. La tasa de paro, por último, aparece como ligeramente más baja cuando los

FIGURA 2
CONTRASTES SOCIOECONÓMICOS ENTRE MUNICIPIOS CON Y SIN CLÚSTERES CREATIVOS SEGÚN EL NIVEL DE LOS ÚLTIMOS



(1) Variables comparadas. X1 (Variación de población entre 2001-2011); X2 (Tasa de desempleo); X3 (Índice de actividad económica); X4 (% de población con estudios universitarios).
 (2) Grupos de municipios: Cat_none (municipios sin clústeres); I (municipios con clústeres de tipo I); II (municipios con clústeres de tipo II); III (municipios con clústeres de tipo III); IV (municipios con clústeres de tipo IV), y V (municipios con clústeres de tipo V).
 Fuentes: Instituto Nacional de Estadística, Censo de la Población de 2011; Tesorería General de la Seguridad Social, 2012; La Caixa, *Anuario Económico de España*, 2012. Elaboración propia.

▼
En un país como España, en el que gran parte de su espacio rural presenta unos indicadores económicos y poblacionales poco vigorosos, encontrar que la creatividad se encuentra presente cuando tales indicadores mejoran, permite justificar su apoyo como un elemento clave de las estrategias de desarrollo futuras

municipios tienen clústeres creativos (13%) que en el caso contrario (14%).

Si detallamos los resultados según el nivel de *clusterización* de los municipios podemos ampliar el contraste y añadir elementos complementarios. En primer lugar observamos que la dinámica demográfica mejora conforme se acentúa el nivel de *clusterización*, siendo a su vez mejor en los municipios con clústeres de niveles avanzados. No obstante, es interesante señalar que las diferencias entre niveles de clúster son menos marcadas y acercan el comportamiento demográfico de los municipios de los tipos I y II (los más pequeños) al de los niveles superiores. Nos parece un resultado interesante porque, si bien en la evolución demográfica de una localidad influyen muchas variables, el contraste obtenido apunta a que la mayor especialización en actividades creativas redunde en un mejor ritmo de dinamismo demográfico de las localidades.

Por lo que respecta al capital humano, también la proporción de población universitaria aumenta claramente con el nivel de *clusterización*. Este es un resultado muy interesante si se tiene en cuenta que en las actividades creativas el factor productivo más decisivo es el talento, tanto por facilitar el surgimiento de iniciativas emprendedoras, como por poner a su disposición los empleos cualificados que necesitan. Es lógico, por tanto, que en los municipios con clústeres más avanzados, por su especialización y la diversidad de sus actividades, la proporción de población con estudios universitarios sea mayor.

El índice de actividad económica, que, como hemos señalado, es un indicador descriptivo del tamaño económico de los municipios, también muestra una relación directa y positiva con el grado de *clusterización*, si bien solo a partir del nivel III los valores superan al promedio de los muni-

cipios sin clúster. Este hecho aporta una evidencia interesante de algo ya señalado, y es que los clústeres creativos pueden existir no solo en municipios grandes, sino también en municipios con economías relativamente pequeñas. No hay, por tanto, un determinismo económico que pudiera condicionar *a priori* el desarrollo de actividades creativas en estas pequeñas localidades.

El desempleo, por último, muestra una progresión con la *clusterización* algo más matizada, ya que, por lo que respecta a los municipios con clúster, es mayor en los de niveles más avanzados. No puede olvidarse que la gran recesión que se inicia en el año 2007 afecta especialmente a España, hasta el punto de presentar unas tasas de desempleo entre las más altas de la OCDE, generalizadas en todos los sectores, territorios y grupos sociales. Ante una coyuntura tan depresiva, la existencia de clústeres creativos de cierta entidad, como ocurre en los municipios con clústeres de niveles IV y V, no habría sido suficiente para eludir los efectos de la crisis.

Conclusiones

La implicación del contraste realizado es que el mejor comportamiento económico, demográfico, laboral y de disponibilidad de capital humano de los municipios con clústeres creativos les hace más competitivos y ser un punto de referencia para inspirar políticas de desarrollo rural y de cohesión territorial. En un país como España, en el que gran parte de su espacio rural presenta unos indicadores económicos y poblacionales poco vigorosos, encontrar que la creatividad se encuentra presente cuando tales indicadores mejoran, permite justificar su apoyo como un elemento clave de las estrategias de desarrollo futuras. ■

▼ Referencias bibliográficas

- DE PROPRIIS, L.; C. CHAPAIN; P. COOKE; S. MACNEIL, y M. MATEOS (2009), *The Geography of Creativity*, Nesta, London.
- ESCALONA-ORCAO, A.I.; L.A. SÁEZ-PÉREZ; B. SÁNCHEZ-VALVERDE GARCÍA; S. ESCOLANO-UTRILLA, S.; B. LOSCERTALES-PALOMAR, y L.M. FRUTOS-MEJÍA (2015), "A pathway for local development. The clusters of creative industries in small cities and rural areas of Spain", *Semestrals de Estudi e Ricerche di Geografia*, nº 1, pp. 51-62.
- ESCALONA-ORCAO, A.I.; S. ESCOLANO-UTRILLA; L.A. SÁEZ-PÉREZ, y B. SÁNCHEZ-VALVERDE GARCÍA (2015), *Clusters of creative industries in rural areas. Identification and Policy proposals. Seminario internacional*. "Cultural & Creative Quarters & Clusters: Developing a global perspective", Angers (Francia) (comunicación inédita).
- ESCALONA-ORCAO, A.I.; S. ESCOLANO-UTRILLA; L.A. SÁEZ-PÉREZ, y B. SÁNCHEZ-VALVERDE GARCÍA (2016), "The location of creative clusters in non-metropolitan areas: A methodological proposition", *Journal of Rural Studies*, nº 45, pp. 112-122.
- ESCALONA-ORCAO, A.I. y S. ESCOLANO-UTRILLA (2016), "El potencial para el desarrollo inteligente de las áreas rurales. Los clústeres espaciales de actividades creativas en España", *Revista de Geografía Norte Grande*, nº 65, pp. 91-107.
- FLORIDA, R. (2002), *The rise of the creative class*, Londres, Basic Books.
- MÉNDEZ, R.; J.J. MICHELINI; J. PRADA y J. TÉBAR (2012), "Economía creativa y desarrollo urbano en España. Una aproximación a sus lógicas espaciales", *EURE-Revista Latinoamericana de Estudios Urbano Regionales*, nº 38, pp. 5-32.
- UNCTAD, 2010. *Creative Economy Report 2010*. United Nations Conference on Trade and Development, Geneva.