

DOC. 131/97

VICTOR FERNÁNDEZ BLANCO
JUAN PRIETO RODRÍGUEZ

DECISIONES INDIVIDUALES Y CONSUMO DE BIENES
CULTURALES EN ESPAÑA

DECISIONES INDIVIDUALES Y CONSUMO DE BIENES CULTURALES EN ESPAÑA

Víctor Fernández Blanco¹

Juan Prieto Rodríguez

(Departamento de Economía - Universidad de Oviedo)

RESUMEN

En este trabajo se estudia el consumo de bienes culturales en España a partir de las decisiones individuales. En concreto, se intenta dar respuesta a diversas cuestiones: qué tipo de bienes culturales se consumen en España, quiénes son sus consumidores, cuál es la frecuencia en el consumo y cómo afectan las características personales, sociales y económicas. Para ello se aplica un modelo probit multinomial ordenado que permite analizar la asistencia al cine y a los museos, la lectura de libros y la audición de música clásica y moderna, empleando datos de la Encuesta de Estructura Conciencia y Biografía de Clase, y se dibuja el perfil de consumidor medio de estos bienes

¹ Víctor Fernández-Blanco y Juan Prieto-Rodríguez
Departamento de Economía
Universidad de Oviedo
Avenida del Cristo s/n

Tfno: 985103770
Fax: 985230789
e-mail: vfernand@hp845.econo.uniovi.es
jprieto@hp845.econo.uniovi.es

I. INTRODUCCIÓN

En este trabajo se estudia el consumo de algunos de los principales bienes culturales en España y se analiza y cuantifica la influencia ejercida por diversos rasgos socioeconómicos. De este modo, se podrá caracterizar la demanda de estos bienes y describir el perfil medio de sus consumidores.

Para realizar esta tarea se ha utilizado la información contenida en la *Encuesta de Estructura, Conciencia y Biografía de Clase* (ECBC-91). Esta encuesta ofrece datos individuales sobre la asistencia al cine y a los museos, la lectura de libros y la audición de música clásica y moderna, que serán las actividades objeto de investigación.²

El instrumento de análisis empleado son los modelos de elección discreta múltiple, que identifican qué variables exógenas influyen en la probabilidad de consumir un bien determinado. En concreto, se usan modelos probit multinomiales ordenados que caracterizan la demanda de cada bien, detectan la presencia estadísticamente significativa de distintos grados de identidad en dicha demanda y miden el efecto de cada una de las variables sobre la probabilidad de consumo del bien.

La estructura del trabajo es la siguiente. En la sección II se repasa la importancia de los estudios sobre audiencias en el ámbito de la economía de la cultura y se revisan algunas de las principales investigaciones precedentes. En la sección III se ofrecen las principales cifras de consumo cultural en España. En la sección IV se desarrolla un modelo de consumo de bienes culturales cuya especificación econométrica se expone en la sección V. Los resultados de la estimación del modelo se presentan en la sección VI. Para finalizar se ofrece un resumen y conclusiones del trabajo. Se añaden también dos Anexos: en el primero se definen las variables incorporadas al modelo y en el segundo se ofrecen los resultados de las estimaciones.

² Lamentablemente la ECBC-91 no ofrece información sobre la asistencia al teatro ni a ninguna otra arte escénica que, por este motivo, quedan al margen del presente estudio.

II. ESTUDIOS SOBRE AUDIENCIA DE BIENES CULTURALES: INTERÉS Y ANTECEDENTES.

Los estudios sobre audiencia son un elemento esencial para conocer el mercado de los bienes culturales por el lado de la demanda. Baumol y Bowen (1966) advirtieron que las empresas productoras de bienes culturales "deben saber algo sobre aquéllos que demandan su producto, igual que el productor de automóviles precisa saber quién compra sus coches" (pp. 71-72). Esta información es vital para definir la composición o el estilo del producto, una política de precios que incentive la asistencia del público o una campaña de promoción que acerque el producto a nuevos sectores sociales.³

Con este antecedente, no es de extrañar que los estudios de audiencia, especialmente entre las artes escénicas, hayan sido habituales en la economía de la cultura. La serie puede iniciarse con la ya mencionada obra de Baumol y Bowen, que establecieron que la audiencia de las artes escénicas en Estados Unidos estaba integrada básicamente por individuos jóvenes, de raza blanca, con niveles de estudios y de renta altos y con empleos cualificados. En esta misma línea genérica, Throsby y Withers (1979, cap. 7) compararon las características de la audiencia de las artes escénicas en Estados Unidos y Australia y encontraron bastante similitud entre ambas; DiMaggio, Useem y Brown (1978) comprobaron que la influencia de las variables socioeconómicas perdura en el tiempo y la Universidad de Maryland (1985) ha corroborado las conclusiones de Baumol y Bowen empleando datos de 1982.⁴ En un ámbito más concreto, la Fundación Ford (1974) analizó la influencia de la educación y la renta en la audiencia del ballet.⁵ La Liga de Teatro y Productores de Nueva York (1980) estudió los principales rasgos socioeconómicos del

³ Baumol y Bowen, centrándose en el caso de las artes escénicas, señalan al menos otras dos razones para justificar los estudios de audiencia. La primera conocer qué individuos no tienen acceso a estos bienes -que se consideran de mérito-, como paso previo al diseño de políticas que favorezcan su participación. La segunda utilizarlos como datos relevantes a la hora de definir la participación pública en la financiación de esas artes.

⁴ Citado en Heilbrun y Gray (1993, pp. 42-44)

⁵ *Ibidem*(pp. 37-39)

público de Broadway,⁶ Kurabayashi y Matsuda (1987) y Kurabayashi e Ito (1992) hicieron lo propio para la música clásica occidental en Japón y Dickenson (1992) ha comprobado que las características primordiales de los asistentes a los teatros en Estados Unidos han permanecido esencialmente inalteradas en los últimos sesenta años.

Dentro de la industria del ocio en general, las propias asociaciones de productores han promovido los análisis de audiencias. Como recoge Vogel (1994), la Asociación de la Industria del Disco de América ha diferenciado los porcentajes de ventas por sexo y edad y la Asociación de Productores de Películas ha estudiado la distribución de espectadores por edades comprobando que el cine es un espectáculo frecuentado mayoritariamente por los adolescentes.

Más recientemente han aparecido algunos trabajos que investigan la composición de las audiencias dentro de un marco más analítico. Éste es el enfoque seguido por Lévy-Garboua y Montmarquette (1996), para la demanda de teatro en Francia, y de Asworth y Johnson (1996) para los visitantes a un museo en el Reino Unido. Nuestro estudio sobre el consumo de bienes culturales en España se ha basado especialmente en estos dos trabajos.

En el caso español el análisis económico de las actividades culturales es, en general, bastante escaso. Cabe citar los trabajos del Centre D'Estudis y Planificació (1992) y del Ministerio de Cultura (1996), que analizan las cifras de los principales sectores culturales pero casi exclusivamente desde el lado de la oferta (equipamientos, producción, ayudas públicas). Los estudios sobre la demanda son aún menos frecuentes. Fernández Blanco y Baños Pino (1996) han estimado la función de demanda individual de cine en España, pero sin tener en cuenta variables socioeconómicas que describan al consumidor de cine. Esta laguna es la que ahora se trata de cubrir.

⁶ *Ibidem*(pp. 48-49)

III. CONSUMO DE BIENES CULTURALES EN ESPAÑA: CIFRAS GENERALES

En esta sección se presentan los datos globales de consumo de bienes culturales en España y de su intensidad. Para ello se acude a la información que aporta la *Encuesta de Estructura, Conciencia y Biografía de Clase* (ECBC-91). Esta encuesta, elaborada entre diciembre de 1990 y marzo de 1991 sobre una muestra de 6632 individuos mayores de dieciocho años, tiene dos partes claramente diferenciadas. La primera ofrece información sobre las características socioeconómicas del individuo (edad, estado civil, nivel de estudios, ingresos familiares,...) y sobre su historia laboral, fundamentalmente. La segunda es una encuesta de opinión sobre diversos temas en la que se incluye una pregunta sobre los hábitos de consumo de bienes de ocio, en general, y culturales, en particular. Combinando esas dos partes se pueden identificar los rasgos socioeconómicos relevantes en la demanda de cada bien cultural.⁷

En la ECBC-91 se pregunta al individuo con qué frecuencia va al cine, a los museos, lee libros y escucha música clásica y moderna.⁸ Al entrevistado se le ofrecen cinco respuestas alternativas: nunca, anual, mensual, semanal, diaria. En el Cuadro nº 1 se ofrecen las cifras generales de los hábitos de consumo de bienes culturales en España.

Escuchar música moderna y leer libros son las actividades culturales más habituales en España: el 27 y el 21%, respectivamente, de los encuestados afirman hacerlo a diario, mientras una quinta parte dice no hacerlo nunca. La conducta frente a la música clásica es claramente diferente respecto a la correspondiente a la música moderna. El porcentaje de los que no escuchan nunca música clásica es casi el doble (40%) y el de los que lo hacen

⁷ Es justo reconocer que esta encuesta no ofrece datos muy actuales. Sin embargo, es la única fuente de información disponible en España que combina hábitos de consumo cultural y variables socioeconómicas. Por este motivo queda justificado su uso.

⁸ En estos dos últimos casos no se pregunta por la asistencia a conciertos u otros espectáculos musicales, sino exclusivamente por la audición de música por cualquier medio.

Cuadro nº 1
CONSUMO DE BIENES CULTURALES EN ESPAÑA
 (porcentajes por columnas)

	Asistencia al Cine	Asistencia a Museos	Lectura de Libros	Escuchar Música Clásica	Escuchar Música Moderna
Nunca	36.9	40.3	21.5	38.2	20.9
Anual	33.2	41.9	23.0	21.1	13.4
Mensual	19.1	12.3	19.1	15.9	15.6
Semanal	8.7	3.0	14.6	14.1	20.8
Diario	0.6	0.9	21.0	8.8	27.7
NS/NC	1.5	1.6	0.9	1.8	1.6
TOTAL	100	100	100	100	100

Fuente: ECBC-91

a diario una tercera parte (9%). El cine tampoco parece una actividad que atraiga especialmente a los españoles.⁹ Apenas uno de cada diez encuestados va al cine semanalmente y un 30% lo hace con periodicidad mensual; en el otro extremo el 37% afirma no ir nunca. Finalmente, como cabía esperar, la asistencia a los museos es la actividad menos frecuentada entre las que son objeto de análisis: el 40% no va nunca y el 42% sólo alguna vez al año.

⁹ Otras informaciones corroboran esta opinión. Por ejemplo, en los años noventa la asistencia media al cine en España se ha estabilizado en torno a las dos veces por persona y año (véase Fernández Blanco, 1996).

Una vez ofrecidos estos datos generales, se intentará averiguar qué rasgos definen a los consumidores de cada uno de estos bienes.

IV. UN MODELO TEÓRICO PARA EL CONSUMO DE BIENES CULTURALES

En esta sección se presenta un modelo teórico que liga el consumo de bienes culturales con rasgos socioeconómicos propios del individuo, siguiendo el planteamiento básico expuesto por Lévy-Garboua y Montmarquette (1996). Estos autores presentan un modelo en el que el consumo de un bien cultural -el teatro en su caso- se produce dentro de un proceso dinámico de aprendizaje a través del consumo ("learning by consuming"), aunque también tiene cabida el caso estático, sin proceso de aprendizaje. Esta última situación es la que mejor se adapta a los objetivos y disponibilidades de datos del presente trabajo.

El modelo citado considera un individuo que puede consumir "n" bienes distintos. Su función de utilidad dependerá de las cantidades consumidas de cada uno de ellos (q_i) y de la valoración subjetiva previa que el individuo hace del bien (s_i), para $i = 1, \dots, n$ bienes

$$u = u(s_1 q_1, s_2 q_2, \dots, s_n q_n)$$

En principio la valoración subjetiva de un bien "i" (s_i) se forma a través de un proceso de aprendizaje, de modo que dicha valoración depende de las experiencias previas de consumo. Pero tiene cabida un caso estático, sin proceso de aprendizaje, en el que la experiencia acumulada permanece constante (S_i). Esta experiencia será distinta para cada persona y cabe suponer que puede ser aproximada por características personales propias como, por ejemplo, el sexo, la edad o el nivel de estudios.

A continuación se plantea la condición necesaria para consumir un bien "i" suponiendo que todos los demás se consumen en sus cantidades óptimas (q_j^* , $\forall j \neq i$).

La cantidad y el precio del bien "i" (q_i y Π_i , respectivamente) se sustituyen por sus valores personalizados -tras corregirlos aplicando la valoración subjetiva del individuo- que son, respectivamente " $s_i q_i$ " y " Π_i/s_i ".

Un individuo consumirá una unidad adicional del bien "i" si, y sólo si, la utilidad que le reporta su consumo es mayor que la utilidad que pierde con su adquisición:

$$M_i[s_i q_i, s_j q_j^* (j \neq i)] > \frac{\lambda \Pi_i}{s_i}$$

donde λ es el valor de la utilidad marginal de la renta.

Reordenando términos

$$\frac{s_i UM_i}{\lambda \Pi_i} > 1$$

luego la probabilidad de consumir un determinado bien aumenta con la valoración subjetiva del mismo (s_i) y con la utilidad marginal (UM_i) de su consumo,¹⁰ y disminuye con el precio (Π_i) y con la utilidad marginal de la renta (λ). Además de estos factores, el consumo del bien "i" también tiene un componente aleatorio que puede reflejar condiciones psicológicas u otros componentes no controlables. Teniendo todo esto en cuenta, la condición para consumir el bien, expresada en términos logarítmicos, se puede escribir como

$$T_i + v > 0$$

donde

$$T_i = \log s_i + \log UM_i - \log \lambda - \log \Pi_i = \log S_i + \log UM_i - \log \lambda - \log \Pi_i$$

y "v" es un término de error de media cero.

En el caso general en el que el individuo elige entre consumir ($q_i = 1$) y no consumir ($q_i = 0$), la probabilidad de consumo del bien puede estimarse mediante un modelo probit de la forma

¹⁰ A su vez, la utilidad marginal también variará con la cantidad consumida otros bienes, según sean complementarios o sustitutivos

$$\Pr(q_i = 1) = \text{Prob}(v > -\beta X)$$

donde β es el vector de parámetros a estimar y X es el vector de variables explicativas.

V. EL MODELO ECONOMETRICO

Como ya se ha indicado, para el estudio del consumo de bienes culturales en España se van a utilizar cinco variables dependientes: la asistencia al cine y a los museos, la audición de música clásica y moderna y la lectura de libros, para las que la ECBC-91 otorga al encuestado cinco posibles respuestas ordenadas. El vector X de variables independientes estará integrado por variables socioeconómicas referidas al sexo, edad, estudios, estado civil, número de hijos menores de catorce años, tiempo de trabajo en el hogar, tamaño del municipio, región de residencia, equipamiento del hogar, relación con la actividad económica y clase social. Todas estas variables, cuya fuente es la ECBC-91, se definen explícitamente en el Anexo I.

En estas condiciones, en las que se establece una escala de respuestas, los modelos probit o logit multinomiales no permiten captar la naturaleza ordinal de la variable dependiente. Como demuestran Greene (1993) -a nivel teórico- y Asworth y Johnson (1996)-en una aplicación empírica ya comentada- el método de estimación apropiado es el uso de modelos de elección múltiple ordenados. En este trabajo se aplicará un modelo probit multinomial ordenado cuya forma genérica es

$$y^* = \beta X + \varepsilon$$

donde “ y^* ” no es observable y “ ε ” se distribuye normalmente.

Cuando se pregunta por la frecuencia con que se consume un bien cultural, el individuo desearía dar una respuesta (y^*) acorde con sus preferencias; sin embargo el rasgo de respuestas le queda limitado a las cinco opciones planteadas en la encuesta y

optará por aquella más próxima a sus deseos. Así la estructura de respuestas que se puede observar (y) es

$y = \text{Nunca} = 0$	si $y^* \leq 0$
$y = \text{Anualmente} = 1$	si $0 < y^* \leq \mu_1$
$y = \text{Mensualmente} = 2$	si $\mu_1 < y^* \leq \mu_2$
$y = \text{Semanalmente} = 3$	si $\mu_2 < y^* \leq \mu_3$
$y = \text{Diario} = 4$	si $\mu_3 < y^*$

Los " μ_i " son parámetros desconocidos y deben ser estimados junto con los betas.¹¹

Una vez definido el proceso de estimación, en la próxima sección se presentan los resultados obtenidos.

VI. RESULTADOS EMPÍRICOS

En este estudio se analiza el consumo de cinco actividades culturales: asistencia al cine, asistencia a museos, lectura de libros, audición de música clásica y de música moderna. A continuación se presentan los resultados diferenciados para cada una de ellas. Los Cuadros correspondientes pueden consultarse en el Anexo II.

VI.1. Asistencia al cine

¹¹ Si los " μ_i " estimados son estadísticamente significativos entonces tiene sentido dividir la distribución en esos segmentos e identificar grupos con distinta intensidad en el consumo de bienes culturales.

El Cuadro nº 2 recoge los resultados de la estimación del modelo probit multinomial ordenado correspondiente a esta actividad. En términos generales, el valor del ratio de verosimilitud avala la bondad de la estimación y la significatividad de los parámetros “ μ ” estimados confirma la existencia de grupos de distinta intensidad en el consumo de cine.

Considerando aspectos más concretos, se observa una conducta diferenciada según el sexo: ser mujer favorece la asistencia al cine. La edad ejerce una influencia negativa y, por tanto, son los más jóvenes quienes más cine consumen. Como cabía esperar, los estudios influyen de manera positiva y creciente, según se refleja en el valor de los coeficientes de las variables implicadas (el correspondiente a los estudios universitarios prácticamente dobla al de los estudios primarios). Ser soltero y divorciado o separado aumenta también la probabilidad de acudir al cine. Este resultado parece anunciar un efecto negativo de las cargas familiares, sospecha que se confirma al analizar el comportamiento de las variables número de hijos menores de catorce años y tiempo de trabajo en el hogar: ambas tienen signo negativo y son altamente significativas.

En lo que respecta a la relación con la actividad económica, únicamente la variable ocupado es significativa y su signo es positivo. Puede resultar sorprendente la no significatividad de la variable estudiante. Este hecho puede deberse a que buena parte de su poder explicativo está siendo captado por otras variables, especialmente la edad, el nivel de estudios y también la característica de soltero. Por último, la relevancia de todas las variables relativas a la actividad económica se ha verificado aplicando un test de significatividad conjunta.¹²

La influencia de la clase social es también positiva y creciente, como se aprecia en los coeficientes de las variables correspondientes. Se puede intuir entonces la presencia de un efecto renta positivo respecto al cine en España.¹³ Esta idea se refuerza con el

¹² El valor del test de la razón de verosimilitud para las variables relacionadas con la actividad económica es 16.20 y el valor crítico de χ^2 , con cuatro grados de libertad, es 9.4874.

¹³ Fernández Blanco (1996) y Fernández Blanco y Baños Pino (1997) confirman, por otros medios, este mismo resultado.

coeficiente positivo y estadísticamente significativo de algunas variables que recogen en el equipamiento de las familias (apartamento en la playa, tenencia de aparatos de vídeo y alta fidelidad). En este ámbito cabe mencionar la influencia negativa de vivir en un chalet que, por estar ubicados normalmente en las afueras de las ciudades, refleja cómo la distancia geográfica -que aproxima los costes de transacción- desanima la asistencia al cine.

El tamaño del municipio de residencia también influye de manera directa en el consumo de cine. Este resultado esconde algunas condiciones propias de la oferta cinematográfica que, en los últimos años, se ha concentrado en las grandes ciudades.¹⁴

Por último, la estimación se ha realizado incorporando 16 variables “dummies” representativas de las regiones de España y tomando Madrid como región de referencia. Se ha comprobado la presencia de diferencias regionales apreciables, corroboradas al aplicar un test de significatividad conjunta para estas variables.¹⁵

En un modelo probit ordenado los coeficientes estimados no indican el efecto marginal de un cambio de uno de los regresores, manteniendo el resto constantes, sobre las probabilidades del modelo. Dichos efectos deben ser calculados por un procedimiento adicional, como el descrito en Greene (1993). El Cuadro nº 3 recoge estos efectos marginales para el caso del cine.¹⁶

Una característica común es que estos efectos crecen hasta que se alcanza la frecuencia mensual en la asistencia y, a continuación, disminuyen. Por su cuantía merecen ser destacados especialmente los efectos de las variables de estudios, que reducen la

¹⁴ Según las cifras ofrecidas por el Ministerio de Cultura en 1980 el 85% de las salas de exhibición estaban localizadas en municipios de menos de 50000 habitantes; en 1991 ese porcentaje había caído al 62%. Además, en ese periodo desaparecieron 3142 salas en las ciudades con menos de 50000 habitantes, mientras que se abrían 64 más en las ciudades que superan dicha población.

¹⁵ El valor del test de la razón de verosimilitud para las variables regionales es 72.434 y el valor crítico de χ^2 , con cuatro grados de libertad, es 26.2962.

¹⁶ Se ha incorporado ya la corrección necesaria para calcular el efecto marginal correspondiente a una variable “dummy” (véase Greene, 1993, pp 675-676).

probabilidad de no acudir al cine entre un 16 y un 32% según los niveles y, por ejemplo, la presencia de estudios superiores, que aumenta en un 17% la probabilidad de acudir al cine mensualmente. También es apreciable el impacto de algunas variables de estado civil (por ejemplo, ser soltero reduce un 18% la probabilidad de no ir nunca al cine) y de clase social.

VL2. Asistencia a los museos

La estimación del modelo correspondiente presenta un ratio de verosimilitud altamente significativo como sucede también con los parámetros “ μ ” correspondientes (Cuadro nº 4).

La asistencia a los museos se explica fundamentalmente por la edad, el nivel de estudios, la clase social y, en cierta medida, por el estadio civil. Mientras que no se aprecia un comportamiento distinto según el sexo, la edad sí influye: la asistencia a los museo crece con ella. El nivel de estudios ejerce un efecto positivo y creciente: el coeficiente correspondiente a los estudios universitarios casi duplica al correspondiente a los primarios. Ser de clase alta favorece particularmente el interés por los museos, pudiendo sospecharse la presencia de un cierto efecto renta positivo, aunque no se ve claramente refrendado por las variables de equipamiento del hogar. Los solteros tienen una probabilidad de asistencia mayor que el resto de categorías de estado civil. Esta última característica parece apuntar que la presencia de cargas familiares perjudica las visitas a los museos. Esta impresión sólo se ve refrendada, en parte, por el efecto de la variable número de hijos que tiene signo negativo y resulta estadísticamente significativa al 92%. Sin embargo el tiempo de trabajo en el hogar no ha resultado significativo, aunque sí se respeta el signo esperado.

Las variables relativas a la actividad económica han resultado significativas conjuntamente. En particular, ser ama de casa reduce la probabilidad de ir a los museos. Igual que sucedía en el caso del cine, la estimación del modelo incluye 16 variables

regionales que, como grupo, han resultado significativas y anuncian diferencias de comportamiento entre las regiones.¹⁷

Los efectos marginales (véase Cuadro nº 5) ejercen su mayor influencia sobre las probabilidades de no acudir nunca a los museos o hacerlo sólo alguna vez al año; a partir de aquí, la incidencia de las variables independientes es menor y decreciente. Las variables de estudio son las que provocan un impacto más notable y disponer de estudios universitarios permite reducir la probabilidad de no acudir nunca a un museo en un 58% y eleva la de hacerlo anualmente en un 28%. Otros efectos cuantitativamente importantes son los provocados por la pertenencia a la clase social alta y el estar encuadrado en la categoría de ama de casa; la primera reduce la probabilidad de no ir nunca en un 12% y la segunda la aumenta en un 9%, aproximadamente.

VL3. Lectura de libros

En el Cuadro nº 6 se recogen los resultados de la estimación del modelo correspondiente a la lectura de libros. De nuevo el ratio de verosimilitud y los parámetros “ μ ” estimados son altamente significativos. La impresión general que se extrae de estos resultados es que la lectura de libros es más frecuente entre las mujeres y que aumenta con la edad y el nivel de estudios (ahora el coeficiente de la variable de estudios superiores casi triplica al correspondiente a los estudios primarios). Los solteros y muy especialmente los separados o divorciados son los consumidores más habituales de libros, cuya lectura aumenta con el tamaño del municipio de residencia, lo que parece apuntar que la lectura es una actividad más bien urbana.

Las variables relativas a las cargas familiares (número de hijos mayores de catorce años y tiempo de trabajo en el hogar) no han resultado significativas. Este resultado, que no

¹⁷ Los ratios de verosimilitud correspondientes fueron 12.488 para las variables de actividad y 85.296 para las regionales, siendo los valores críticos al 95% (con 4 y 16 grados de libertad, respectivamente) 9.4874 y 26.2962

corroborar el obtenido en los casos del cine y los museos, puede interpretarse como que las cargas familiares disuaden especialmente aquellas actividades culturales o de ocio que se desarrollan fuera del hogar.

Ser ama de casa reduce la probabilidad de dedicarse a la lectura, mientras que ser ocupado o parado la aumenta. Si se observan los coeficientes correspondientes, incluso parece el hábito de lectura se encuentra más arraigado en esa última categoría. La variable estudiantes no ejerce una influencia significativa. Este resultado, en principio no esperado, puede explicarse a la luz de la elevada correlación de esta variable con otras (estudios y estado civil) que sí son significativas. El test de significatividad conjunta para todas estas variables relacionadas con la actividad ha dado resultados positivos: el ratio de verosimilitud correspondiente se sitúa en 66.424, frente a un valor crítico, al 95% y con 4 grados de libertad, de 9.4874.

La lectura de libros también está relacionada positivamente con la clase social y es la clase alta la que más lee, con lo que nuevamente cabe hablar de un efecto renta positivo. Finalmente, y como es habitual, se han incluido también las dieciséis variables “dummies” regionales,¹⁸ que nuevamente hablan de comportamientos diferenciados

En cuanto a los efectos marginales (Cuadro nº 7), el primer aspecto digno de mención es que muestran una tendencia creciente sobre los hábitos de lectura. Por su cuantía cabe destacar el efecto de la variable de estudios universitarios, que reducen en un 42% la probabilidad de no leer nunca un libro y aumenta en un 41% la de hacerlo a diario. También son cuantitativamente importantes los efectos de las variables DIVSEP, ALTA y PARADO, que aumentan la probabilidad de leer a diario en torno a un 10%, mientras que ser ama de casa la reduce en un 8%.

¹⁸ Su ratio de verosimilitud es 37.716 frente a un valor crítico, al 95% y con 16 grados de libertad, 26.2962.

VI. 4. Audición de música.

Los resultados de las estimaciones de audiencia de música clásica y moderna (Cuadros nº 8 y 9, respectivamente) se presentan simultáneamente para facilitar su comparación. Las dos estimaciones son satisfactorias, según se desprende de sus ratios de verosimilitud correspondientes.

El sexo no provoca diferencias de comportamiento en el caso de la música moderna pero sí en la clásica, pues ser mujer aumenta la probabilidad de escuchar este tipo de música. La edad ejerce una influencia distinta según el tipo de música: afecta de modo positivo en la clásica y negativo en la moderna. Este dato, junto con otros que se ofrecerán a continuación, avala la opinión de que la música moderna es un asunto de jóvenes. El nivel de estudios favorece el consumo de cualquier tipo de música, aunque también se pueden identificar algunos rasgos particulares. En este sentido, la mayor influencia sobre la música clásica le corresponde a los estudios universitarios y, en el caso de la moderna, a los estudios medios, lo que es coherente con el mayor peso de los jóvenes en este tipo de música.

Ninguna de las variables de estado civil resulta significativa, luego no se aprecia ninguna diferencia de comportamiento en función de esta característica. En cuanto al número de hijos menores de catorce años y el tiempo de trabajo dedicado al hogar ambas son significativas para la música moderna, pero con distinto signo. La primera reduce la probabilidad de escuchar esta música mientras que la segunda lo aumenta, sin duda porque es fácil y habitual compatibilizar ambas cosas. En el caso de la música clásica los signos siguen la misma pauta, pero ninguna de las dos variables ha resultado significativa.

Como cabía imaginar, disponer de equipo de alta fidelidad influye positivamente sobre la posibilidad de oír cualquier tipo de música y poseer televisión en color también favorece a la música moderna, probablemente porque la televisión es un medio que transmite más habitualmente este tipo de música.

El efecto de la clase social también es claramente distinto en ambos casos. La clase social no parece ser un argumento que favorezca la audición de música moderna mientras que sí deja notar su presencia sobre la música clásica pues, de acuerdo con los resultados obtenidos, ser de clase alta aumenta la probabilidad de consumir esta música. Parece identificarse entonces un efecto renta positivo en este caso que, sin embargo, no se aprecia para la música moderna.

La relación con la actividad económica también ejerce distinta influencia. Las amas de casa escuchan menos música tanto clásica como moderna. Sin embargo, el estar ocupado favorece a la primera mientras perjudica a la segunda. Estas variables de actividad, así como las variables regionales, han sido sometidas a un test de significatividad conjunta, con resultados satisfactorios.¹⁹ En consecuencia, puede hablarse de distintas actitudes frente a la música según la región considerada.

Por lo que respecta a los efectos marginales, en el consumo de música moderna son mayores, en valor absoluto, cuanto más frecuente es dicho consumo. Disponer de estudios de grado medio aumenta la probabilidad de escuchar esta música a diario en un 17%, aproximadamente, y el ser ama de casa la reduce en algo más del 7%. En el caso de la música clásica estos efectos son más acentuados en el consumo semanal y, a partir de aquí, la cuantía del impacto disminuye. Poseer estudios universitarios reduce un 45% la probabilidad de no escuchar nunca esta música y aumenta en un 18% la de hacerlo semanalmente. Si se pertenece a la clase alta la probabilidad de no oírla nunca cae en un 8% mientras aumenta en un 3% la de hacerlo con frecuencia semanal.

¹⁹ Para el modelo correspondiente a la música clásica los ratios de verosimilitud correspondientes fueron 20.51 para las variables de actividad y 97.162 para las regionales; en el caso de la música moderna los ratios fueron 14.554 y 54.668, respectivamente. En ambos casos los valores críticos, al 95% y con 4 y 16 grados de libertad, se sitúan en 9.4874 y 26.2962

VII. RESUMEN Y CONCLUSIONES

En este trabajo se analizan las características del consumo de diversos bienes culturales en España. Para ello se utiliza un modelo en el que la cantidad consumida de un bien por parte de un individuo depende fundamentalmente de su valoración subjetiva del mismo, que puede ser aproximada por variables socioeconómicas. Para llevar a cabo la estimación empírica se emplea un modelo logit multinomial ordenado, empleando los datos sobre asistencia al cine y a los museos, lectura de libros y audición de música clásica y moderna ofrecidos por la *Encuesta de Estructura, Conciencia y Biografía de Clase* (ECBC-91). A continuación se resumen los principales resultados de dicha estimación.

Las mujeres parecen más interesadas en la cultura que los hombres, pues consumen más cine, más libros y más música clásica. El atractivo del cine y la música moderna es mayor entre los jóvenes, mientras que la asistencia a los museos, la lectura de libros y la audición de música clásica aumenta con la edad. El interés por todos los bienes culturales analizados crece con el nivel de estudios y se ha comprobado cómo la probabilidad de consumir este tipo de bienes aumenta más cuando se poseen estudios universitarios, salvo en el caso de la música moderna. Las cargas familiares operan justamente al contrario. Los casados, los que tienen hijos menores de catorce años y los que dedican más tiempo a las tareas domésticas prestan una menor dedicación a las actividades culturales, sobre todo a aquellas que se realizan fuera del domicilio.

El tamaño del municipio también ha permitido descubrir algunas conclusiones interesantes. En principio incide de manera positiva en la asistencia al cine, pues sin duda esta variable está recogiendo las condiciones de oferta del cine en España que, de manera continua, se ha venido concentrando en las grandes poblaciones. Sin embargo, no influye significativamente en la asistencia a los museos, probablemente porque, en la mayoría de las ocasiones, las visitas a los museos -que son muy esporádicas- forman parte de las actividades turísticas generales y no viene muy condicionada por la oferta de museos del lugar de residencia, que sí dependerá positivamente del tamaño de la población. En cuanto a

las actividades culturales que se realizan en el domicilio, cabe pensar que el tamaño del municipio no es un factor influyente. Así sucede cuando se escucha música, moderna o clásica, pero no con la lectura sobre la que el tamaño de la ciudad sí tiene un efecto positivo que la revela como una actividad más urbana.

Ser ama de casa desincentiva el consumo de bienes culturales en general, mientras que pertenecer a las clases media o alta lo anima, hecho que puede interpretarse como un indicador de la existencia de un efecto renta positivo para los bienes culturales . La música moderna es la excepción, pues su consumo no presenta diferencia según las clases sociales. Finalmente se ha podido comprobar que existen diferencias regionales significativas en el interés por todas las actividades culturales analizadas.

ANEXO L DEFINICIÓN DE LAS VARIABLES

En este Anexo se definen las variables utilizadas en este estudio.

Variables dependientes

CINE: Frecuencia con la que el entrevistado asiste al cine

MUSEOS: Frecuencia con la que el entrevistado visita los museos

LIBROS: Frecuencia con la que el entrevistado lee libros

MUSIMO: Frecuencia con la que el entrevistado escucha música moderna

MUSICLA: Frecuencia con la que el entrevistado escucha música clásica

Todas estas variables toman valor cero cuando la frecuencia es nunca, uno si es anual, dos si es mensual, tres si es semanal y cuatro si es diaria.

Variables independientes

MUJER: Variable “dummy”; toma el valor uno cuando el entrevistado es mujer.

EDAD: Edad del entrevistado

ESTPRIMA: Variable “dummy”; toma el valor uno cuando el entrevistado tiene estudios primarios y valor cero en otro caso.

ESTMEDIO: Variable “dummy”; toma el valor uno cuando el entrevistado tiene estudios medios y valor cero en otro caso.

ESTUNIV: Variable “dummy”; toma el valor uno cuando el entrevistado tiene estudios universitarios y valor cero en otro caso.

SOLTERO: Variable “dummy”; toma el valor uno cuando el entrevistado está soltero y valor cero en otro caso.

CASADO: Variable “dummy”; toma el valor uno cuando el entrevistado está casado y valor cero en otro caso.

DIVSEP: Variable “dummy”; toma el valor uno cuando el entrevistado está divorciado o separado y valor cero en otro caso.

N14: Número de hijos menores de catorce años.

TMPHOG: Número de horas semanales dedicadas a las labores domésticas.

TAMA: Número de habitantes del municipio de residencia, en miles de personas.

APPLAYAD: Variable “dummy”; toma el valor uno cuando el entrevistado dispone de un apartamento en la playa.

CHALETD: Variable “dummy”; toma el valor uno cuando el entrevistado tiene un chalé o casa de campo.

COCHED: Variable “dummy”; toma el valor uno cuando el entrevistado tiene coche.

MOTOD: Variable “dummy”; toma el valor uno cuando el entrevistado tiene moto.

HIFID: Variable “dummy”; toma el valor uno cuando el entrevistado tiene equipo de alta fidelidad.

TVCD: Variable “dummy”; toma el valor uno cuando el entrevistado tiene televisión en color.

VIDEOD: Variable “dummy”; toma el valor uno cuando el entrevistado tiene vídeo

VIDEOCAD: Variable “dummy”; toma el valor uno cuando el entrevistado tiene videocámara.

OCUPADO: Variable “dummy”; toma el valor uno cuando el entrevistado está empleado y valor cero en otro caso.

ESTUDIAN: Variable “dummy”; toma el valor uno cuando el entrevistado es estudiante y valor cero en otro caso.

AMACASA: Variable “dummy”; toma el valor uno cuando el entrevistado es ama de casa y valor cero en otro caso.

PARADO: Variable “dummy”; toma el valor uno cuando el entrevistado está desempleado y valor cero en otro caso.

ALTA: Variable “dummy”; toma el valor uno cuando el entrevistado pertenece a la clase alta y valor cero en otro caso.

MEDIA: Variable “dummy”; toma el valor uno cuando el entrevistado pertenece a la clase media y valor cero en otro caso.

Además de éstas, en las estimaciones realizadas se han incluido dieciséis variables “dummy” más , una por cada una de las regiones de España, quedándose Madrid como categoría de referencia.

De acuerdo con estas definiciones, la categoría de referencia en los modelos probit estimados queda constituida por un individuo hombre, analfabeto o sin estudios, viudo, pensionista, de clase baja y residente en Madrid.

ANEXO II
RESULTADOS DE LAS ESTIMACIONES

Cuadro n° 2
ASISTENCIA AL CINE

Variables independientes	Variable dependiente: CINE			Des. Tipica
	Coefficiente	t-ratio	Media	
CONSTANTE	0.19625	1.001	0.4793	0.4996
MUJER	9.48E-02	2.436	39.79	14.2265
EDAD	-2.46E-02	-14.24	0.3546	0.4784
ESTPRIMA	0.4376	5.754	0.2583	0.4377
ESTMEDIO	0.70321	8.339	0.3124	0.4635
ESTUNIV	0.86524	9.42	0.3211	0.467
SOLTERO	0.49847	4.237	0.6358	0.4813
CASADO	0.14015	1.274	1.39E-02	0.1172
DIVSEP	0.3563	1.994	0.588	0.9016
N14	-0.15609	-6.735	22.07	24.7164
TMPHOG	-3.43E-03	-3.645	566.6	1044.5444
TAMA	5.32E-05	2.359	0.1524	0.3594
ANDALUZ	-0.23209	-3.369	3.20E-02	0.1759
ARAGON	-0.11596	-1.13	2.47E-02	0.1553
ASTUR	5.77E-02	0.496	1.73E-02	0.1303
BALEAR	0.3025	2.59	3.25E-02	0.1774
CANAR	0.11746	1.153	1.10E-02	0.1041
CANTA	-0.10987	-0.665	4.01E-02	0.1963
CASTMA	-0.17853	-1.842	5.76E-02	0.233
CASTLE	-0.18333	-2.096	0.1479	0.3551
CATALAN	8.86E-02	1.328	9.59E-02	0.2945
VALEN	-7.15E-02	-0.961	2.43E-02	0.1541
EXTRE	7.73E-02	0.739	6.28E-02	0.2426
GALICIA	-0.45779	-4.908	2.16E-02	0.1452
MURCIA	-5.65E-02	-0.448	9.29E-03	0.096
NAVARRA	0.19391	1.162	5.22E-02	0.2225
EUSKADI	-1.75E-02	-0.19	7.25E-03	0.0848
RIOJA	2.99E-02	0.137	6.82E-02	0.2521
APPLAYAD	0.1349	2.119	0.1511	0.3582
CHALETD	-9.62E-02	-2.109	0.7971	0.4022
COCHED	8.89E-03	0.2	0.4858	0.4998
MOTOD	6.66E-02	1.655	0.2029	0.4072
HIFID	0.12765	3.582	0.9705	0.1694
TVCD	0.15037	1.407	0.6201	0.4854
VIDEO	6.69E-02	1.841	0.1111	0.3143
VIDEOCAD	6.21E-02	1.167	0.6088	0.4881
OCUPADO	0.11625	1.96	4.33E-02	0.2036
ESTUDIAN	-7.16E-02	-0.642	8.44E-02	0.2780
AMACASA	-0.12189	-1.356	0.1414	0.3485
PARADO	2.36E-02	0.344	0.3914	0.4881
ALTA	0.24635	4.043	0.3382	0.4732
MEDIA	9.37E-02	2.174	0.3382	0.4732
MU(1)	1.1402	49.222		
MU(2)	2.0562	67.389		
MU(3)	3.3678	53.292		
χ^2	2055.460			
$\chi^2_{0.05, 4-1, 99\%}$	64.95008			
Nº de obs	5381			

Cuadro n° 3
EFECTOS MARGINALES SOBRE LA ASISTENCIA AL CINE

Variables	CINE = 0	CINE = 1	CINE = 2	CINE = 3	CINE = 4
ONE	-0.0729	0.0143	0.0394	0.0183	0.0009
MUJER	-0.0352	0.0069	0.019	0.0088	0.0004
EDAD	0.0091	-0.0018	-0.0049	-0.0023	-0.0001
ESTPRIMA	-0.1625	0.0318	0.0879	0.0408	0.002
ESTMEDIO	-0.2611	0.0511	0.1413	0.0655	0.0032
ESTUNIV	-0.3212	0.0628	0.1738	0.0806	0.004
SOLTERO	-0.1851	0.0362	0.1001	0.0465	0.0023
CASADO	-0.052	0.0102	0.0282	0.0131	0.0006
DIVSEP	-0.1323	0.0259	0.0716	0.0332	0.0016
N14	0.0579	-0.0113	-0.0314	-0.0145	-0.0007
TMPHOG	0.0013	-0.0002	-0.0007	-0.0003	0
TAMA	0	0	0	0	0
ANDALUZ	0.0862	-0.0169	-0.0466	-0.0216	-0.0011
ARAGON	0.0431	-0.0084	-0.0233	-0.0108	-0.0005
ASTUR	-0.0214	0.0042	0.0116	0.0054	0.0003
BALEAR	-0.1123	0.022	0.0608	0.0282	0.0014
CANAR	-0.0436	0.0085	0.0236	0.0109	0.0005
CANTA	0.0408	-0.008	-0.0221	-0.0102	-0.0005
CASTMA	0.0663	-0.013	-0.0359	-0.0166	-0.0008
CASTLE	0.0681	-0.0133	-0.0368	-0.0171	-0.0008
CATALAN	-0.0329	0.0064	0.0178	0.0083	0.0004
VALEN	0.0265	-0.0052	-0.0144	-0.0067	-0.0003
EXTRE	-0.0287	0.0056	0.0155	0.0072	0.0004
GALICIA	0.17	-0.0332	-0.092	-0.0427	-0.0021
MURCIA	0.021	-0.0041	-0.0114	-0.0053	-0.0003
NAVARRA	-0.072	0.0141	0.039	0.0181	0.0009
EUSKADI	0.0065	-0.0013	-0.0035	-0.0016	-0.0001
RIOJA	-0.0111	0.0022	0.006	0.0028	0.0001
APPLAYAD	-0.0501	0.0098	0.0271	0.0126	0.0006
CHALETD	0.0357	-0.007	-0.0193	-0.009	-0.0004
COCHED	-0.0033	0.0006	0.0018	0.0008	0
MOTOD	-0.0247	0.0048	0.0134	0.0062	0.0003
HIFID	-0.0474	0.0093	0.0256	0.0119	0.0006
TVCD	-0.0558	0.0109	0.0302	0.014	0.0007
VIDEO	-0.0248	0.0049	0.0134	0.0062	0.0003
VIDEOCAD	-0.0231	0.0045	0.0125	0.0058	0.0003
OCUPADO	-0.0432	0.0084	0.0234	0.0108	0.0005
ESTUDIAN	0.0266	-0.0052	-0.0144	-0.0067	-0.0003
AMACASA	0.0453	-0.0089	-0.0245	-0.0114	-0.0006
PARADO	-0.0088	0.0017	0.0047	0.0022	0.0001
ALTA	-0.0915	0.0179	0.0495	0.023	0.0011
MEDIA	-0.0348	0.0068	0.0188	0.0087	0.0004

Cuadro n° 4
ASISTENCIA A LOS MUSEOS

Variables independientes	Variable dependiente : MUSEOS		
	Coefficiente	t-ratio	Media
CONSTANTE	-1.2408	-6.07	
MUJER	3.89E-02	0.957	0.4798
EDAD	3.97E-03	2.182	39.79
ESTPRIMA	0.74602	9.424	0.3545
ESTMEDIO	1.1992	13.824	0.2578
ESTUNIV	1.5128	16.081	0.3129
SOLTERO	0.21571	1.923	0.3206
CASADO	0.10858	1.066	0.6359
DIVSEP	0.26263	1.548	1.41E-02
N14	-4.19E-02	-1.764	0.5876
TMPHOG	-1.20E-03	-1.304	22.06
TAMA	3.51E-05	1.494	568.8
ANDALUZ	-0.25272	-3.607	0.1526
ARAGON	3.99E-02	0.394	3.23E-02
ASTUR	-0.16012	-1.309	0.1542
BALEAR	-0.13872	-1.128	1.74E-02
CANAR	-0.18541	-1.772	3.19E-02
CANTA	-0.24129	-1.525	1.11E-02
CASTMA	-1.04E-02	-0.107	3.99E-02
CASTLE	-0.20709	-2.376	5.81E-02
CATALAN	2.05E-02	0.311	0.1485
VALEN	6.24E-02	0.866	9.41E-02
EXTRE	-0.38065	-3.025	2.44E-02
GALICIA	-0.44366	-4.929	6.28E-02
MURCIA	-0.43394	-3.037	2.16E-02
NAVARRA	-0.19995	-1.075	9.19E-03
EUSKADI	-0.1572	-1.632	5.25E-02
RIOJA	0.24654	1.263	7.31E-03
APLAYAD	-7.69E-02	-1.226	6.82E-02
CHALETD	2.11E-02	0.468	0.1511
COCHED	3.21E-02	0.712	0.7973
MOTOD	-7.14E-02	-1.763	0.2025
HIFID	0.12441	3.465	0.4865
TVCD	1.03E-02	0.101	0.9706
VIDEO	4.52E-02	1.208	0.6198
VIDEOCAD	2.49E-02	0.455	0.1112
OCUPADO	3.33E-02	0.568	0.6087
ESTUDIAN	-2.53E-02	-0.227	4.31E-02
AMACASA	-0.228	-2.581	8.42E-02
PARADO	6.32E-02	0.94	0.1414
ALTA	0.30022	4.851	0.3911
MEDIA	8.29E-02	1.938	0.3388
MU(1)	1.4126	56.955	
MU(2)	2.2354	63.744	
MU(3)	2.8203	53.13	
χ^2			1265.313
χ^2_{412} a 1.0%			64.95008
N° de obs			5334

Cuadro n° 5
EFECTOS SOBRE LA ASISTENCIA A LOS MUSEOS

Variables	MUSEOS = 0	MUSEOS = 1	MUSEOS = 2	MUSEOS = 3	MUSEOS = 4
ONE	0.48	-0.2288	-0.1825	-0.0506	-0.0181
MUJER	-0.015	0.0072	0.0057	0.0016	0.0006
EDAD	-0.0015	0.0007	0.0006	0.0002	0.0001
ESTPRIMA	-0.2886	0.1376	0.1097	0.0304	0.0109
ESTMEDIO	-0.464	0.2212	0.1764	0.0489	0.0175
ESTUNIV	-0.5853	0.279	0.2225	0.0617	0.0221
SOLTERO	-0.0835	0.0398	0.0317	0.0088	0.0031
CASADO	-0.042	0.02	0.016	0.0044	0.0016
DIVSEP	-0.1016	0.0484	0.0386	0.0107	0.0038
N14	0.0162	-0.0077	-0.0062	-0.0017	-0.0006
TMPHOG	0.0005	-0.0002	-0.0002	0	0
TAMA	0	0	0	0	0
ANDALUZ	0.0978	-0.0466	-0.0372	-0.0103	-0.0017
ARAGON	-0.0154	0.0074	0.0059	0.0016	0.0006
ASTUR	0.0619	-0.0295	-0.0236	-0.0065	-0.0023
BALEAR	0.0537	-0.0256	-0.0204	-0.0057	-0.002
CANAR	0.0717	-0.0342	-0.0273	-0.0076	-0.0027
CANTA	0.0933	-0.0445	-0.0355	-0.0098	-0.0035
CASTMA	0.004	-0.0019	-0.0015	-0.0004	-0.0002
CASTLE	0.0801	-0.0382	-0.0305	-0.0084	-0.001
CATALAN	-0.0079	0.0038	0.003	0.0008	0.0003
VALEN	-0.0241	0.0115	0.0092	0.0025	0.0009
EXTRE	0.1473	-0.0702	-0.056	-0.0155	-0.0056
GALICIA	0.1716	-0.0818	-0.0638	-0.0181	-0.0063
MURCIA	0.1679	-0.08	-0.0638	-0.0177	-0.0063
NAVARRA	0.0774	-0.0369	-0.0294	-0.0082	-0.0029
EUSKADI	0.0608	-0.029	-0.0231	-0.0064	-0.0023
RIOJA	-0.0954	0.0455	0.0363	0.0101	0.0036
APLAYAD	0.0297	-0.0142	-0.0113	-0.0031	-0.0011
CHALETD	-0.0082	0.0039	0.0031	0.0009	0.0001
COCHED	-0.0124	0.0059	0.0047	0.0013	0.0005
MOTOD	0.0276	-0.0132	-0.0105	-0.0029	-0.001
HIFID	-0.0481	0.0229	0.0183	0.0051	0.0018
TVCD	-0.004	0.0019	0.0015	0.0004	0.0001
VIDEO	-0.0175	0.0083	0.0066	0.0018	0.0007
VIDEOCAD	-0.0096	0.0046	0.0037	0.0004	0.0004
OCUPADO	-0.0129	0.0061	0.0049	0.0014	0.0005
ESTUDIAN	0.0098	-0.0047	-0.0037	-0.001	-0.0004
AMACASA	0.0882	-0.042	-0.0335	-0.0093	-0.0033
PARADO	-0.0244	0.0117	0.0093	0.0026	0.0009
ALTA	-0.1161	0.0554	0.0442	0.0122	0.0044
MEDIA	-0.0321	0.0153	0.0122	0.0034	0.0012

Cuadro n° 6
LECTURA DE LIBROS

Variables independientes	Variable dependiente: LIBROS			Desv. Típica
	Coefficiente	t-ratio	Media	
CONSTANTE	-0.85757	-4.531		
MUJER	0.17345	4.683	0.4794	0.4996
EDAD	0.35983E-02	2.160	39.76	14.2208
ESTPRIMA	0.67127	10.364	0.3547	0.4785
ESTMEDIO	12.676	17.325	0.2584	0.4636
ESTUNIV	17.168	21.299	0.3125	0.4636
SOLTERO	0.18261	1.722	0.3215	0.4671
CASADO	0.18656E-01	0.195	0.6353	0.4814
DIVSEP	0.48579	3.154	0.1398E-01	0.1174
N14	-0.32009E-01	-1.448	0.5881	0.9014
TMPHOG	-0.72604E-03	-0.860	22.07	247.153
TAMA	0.65636E-04	3.086	566.9	1044.7158
ANDALUZ	-0.10613	-1.655	0.1525	0.3596
ARAGON	-0.65240E-01	-0.679	0.3207E-01	0.1762
ASTUR	0.12407E-01	0.116	0.2461E-01	0.1550
BALEAR	-0.36778	-2.794	0.1734E-01	0.1306
CANAR	-0.15260	-1.560	0.3244E-01	0.1772
CANTA	-0.76684E-01	-0.483	0.1081E-01	0.1034
CASTMA	-0.16174E-01	-0.175	0.4028E-01	0.1966
CASTLE	-0.11629E-01	-0.143	0.5743E-01	0.2327
CATALAN	-0.74933E-02	-0.124	0.1479	0.3550
VALEN	0.11814	1.692	0.9584E-01	0.2944
EXTRE	0.20378E-01	0.172	0.2424E-01	0.1538
GALICIA	-0.23097	-2.881	0.6284E-01	0.2427
MURCIA	0.19961E-01	0.169	0.2163E-01	0.1455
NAVARRA	0.89225E-01	0.491	0.9323E-02	0.0961
EUSKADI	0.18695E-01	0.225	0.5202E-01	0.2221
RIOJA	-0.26771E-01	-0.143	0.7272E-02	0.0850
APPLAYAD	-0.55649E-01	-0.890	0.6843E-01	0.2525
CHALETD	-0.18338E-01	-0.429	0.1516	0.3587
COCHED	0.60042E-01	1.441	0.7971	0.4022
MOTOD	-0.34574E-01	-0.884	0.2032	0.4025
HIFID	0.15260	4.486	0.4863	0.4999
TVCD	0.17932E-01	0.206	0.9704	0.1696
VIDEO	0.83880E-01	2.371	0.6207	0.4852
VIDEOCAD	-0.17123E-01	-0.338	0.1115	0.3148
OCUPADO	0.14500	2.663	0.6088	0.4881
ESTUDIAN	0.10908	1.060	0.4345E-01	0.2039
AMACASA	-0.35903	-4.338	0.8447E-01	0.2781
PARADO	0.28520	4.534	0.1415	0.3486
ALTA	0.38778	6.752	0.3918	0.4882
MEDIA	0.13097	3.199	0.3384	0.4732
MU(1)	0.85217	39.625		
MU(2)	14.699	56.947		
MU(3)	20.154	69.227		
χ^2	2118.358			
$\chi^2_{1-\alpha}$	64.95008			
N° de obs.	5363			

Cuadro n° 7
EFECTOS MARGINALES SOBRE LA LECTURA DE LIBROS

Variables	LIBROS = 0	LIBROS = 1	LIBROS = 2	LIBROS = 3	LIBROS = 4
ONE	0.209	0.1297	-0.0335	-0.1025	-0.2028
MUJER	-0.0423	-0.0262	0.0068	0.0207	0.041
EDAD	-0.0009	-0.0005	0.0001	0.0004	0.0009
ESTPRIMA	-0.1636	-0.1015	0.0262	0.0802	0.1587
ESTMEDIO	-0.309	-0.1918	0.0495	0.1515	0.2998
ESTUNIV	-0.4185	-0.2597	0.067	0.2052	0.406
SOLTERO	-0.0445	-0.0276	0.0071	0.0218	0.0432
CASADO	-0.0045	-0.0028	0.0007	0.0044	0.0044
DIVSEP	-0.1184	-0.0735	0.019	0.0581	0.1149
N14	0.0078	0.0048	-0.0012	-0.0038	-0.0076
TMPHOG	0.0002	0.0001	0	-0.0001	-0.0002
TAMA	0	0	0	0	0
ANDALUZ	0.0259	0.0161	-0.0041	-0.0127	-0.0251
ARAGON	0.0159	0.0099	-0.0025	-0.0078	-0.0154
ASTUR	-0.003	-0.0019	0.0005	0.0015	0.0029
BALEAR	0.0896	0.0556	-0.0144	-0.044	-0.087
CANAR	0.0372	0.0231	-0.006	-0.0182	-0.0361
CANTA	0.0187	0.0116	-0.003	-0.0092	-0.0181
CASTMA	0.0039	0.0024	-0.0006	-0.0019	-0.0038
CASTLE	0.0028	0.0018	-0.0005	-0.0014	-0.0028
CATALAN	0.0018	0.0011	-0.0003	-0.0009	-0.0018
VALEN	-0.0288	-0.0179	0.0046	0.0141	0.0279
EXTRE	-0.005	-0.0031	0.0008	0.0024	0.0048
GALICIA	0.0563	0.0349	-0.009	-0.0276	-0.0546
MURCIA	-0.0049	-0.003	0.0008	0.0024	0.0047
NAVARRA	-0.0217	-0.0135	0.0035	0.0107	0.0211
EUSKADI	-0.0046	-0.0028	0.0007	0.0022	0.0044
RIOJA	0.0065	0.004	-0.001	-0.0032	-0.0063
APPLAYAD	0.0136	0.0084	-0.0022	-0.0067	-0.0132
CHALETD	0.0045	0.0028	-0.0007	-0.0022	-0.0043
COCHED	-0.0146	-0.0091	0.0023	0.0072	0.0142
MOTOD	0.0084	0.0052	-0.0013	-0.0041	-0.0082
HIFID	-0.0372	-0.0231	0.006	0.0182	0.0361
TVCD	-0.0044	-0.0027	0.0007	0.0021	0.0042
VIDEO	-0.0204	-0.0127	0.0033	0.01	0.0198
VIDEOCAD	0.0042	0.0026	-0.0007	-0.002	-0.004
OCUPADO	-0.0353	-0.0219	0.0057	0.0173	0.0343
ESTUDIAN	-0.0266	-0.0165	0.0043	0.013	0.0258
AMACASA	0.0875	0.0543	-0.014	-0.0429	-0.0849
PARADO	-0.0695	-0.0431	0.0111	0.0341	0.0674
ALTA	-0.0945	-0.0587	0.0151	0.0463	0.0917
MEDIA	-0.0319	-0.0198	0.0051	0.0157	0.031

Cuadro nº 8
AUDICIÓN DE MÚSICA CLÁSICA

Variables independientes	Variable dependiente: MUSICLA			Desv. Típica
	Coefficiente	t-ratio	Media	
CONSTANT	-0.97482	-5.111	0.4784	1.3495
MUJER	8.19E-02	2.144	39.78	0.4996
EDAD	6.76E-03	3.881	14.2238	0.4783
ESTPRIMA	0.5486	7.899	0.354	0.4668
ESTMEDIO	0.90815	11.728	0.2584	0.4688
ESTUNIV	1.1689	13.658	0.3126	0.4812
SOLTERO	4.49E-02	0.41	0.3207	0.1180
CASADO	3.02E-03	0.031	0.636	0.9011
DIVSEP	0.13926	0.882	1.41E-02	0.9011
N14	-2.76E-02	-1.226	0.5878	24.6901
TMPHOG	1.26E-03	1.459	22.05	1043.9693
TAMA	2.90E-05	1.372	566.2	0.3608
ANDALUZ	-0.1565	-2.449	0.1538	0.1770
ARAGON	-9.09E-02	-0.922	3.24E-02	0.1539
ASTUR	-0.20638	-1.815	2.43E-02	0.1312
BALEAR	-0.22794	-1.699	1.75E-02	0.1775
CANAR	-0.3103	-2.967	3.26E-02	0.1021
CANTA	-0.11852	-0.693	1.05E-02	0.1971
CASTMA	3.71E-02	0.413	4.05E-02	0.2330
CASTLE	-0.32134	-3.83	5.76E-02	0.3547
CATALAN	-1.56E-02	-0.261	0.1476	0.2936
VALEN	0.13037	1.91	9.52E-02	0.1539
EXTRE	-0.46868	-3.966	2.43E-02	0.4021
GALICIA	-0.41443	-5.001	6.29E-02	0.1462
MURCIA	0.13148	1.085	2.18E-02	0.0966
NAVARRA	-6.37E-02	-0.398	9.41E-03	0.2227
EUSKADI	1.92E-02	0.23	5.23E-02	0.0854
RIOJA	-6.33E-02	-0.318	7.34E-03	0.2523
APLAYAD	6.14E-03	0.101	6.83E-02	0.3584
CHALETD	-5.25E-02	-1.196	0.1513	0.4019
COCHED	3.79E-03	0.088	0.7973	0.4998
MOTOD	-9.35E-02	-2.327	0.2025	0.1699
HIFID	0.27356	7.917	0.4858	0.4856
TVCD	-9.31E-02	-0.979	0.9703	0.3140
VIDEO	3.24E-03	0.09	0.6194	0.6091
VIDEOCAD	0.1544	2.895	0.1109	0.4880
OCUPADO	0.10154	1.821	0.6091	0.2027
ESTUDIAN	2.58E-02	0.242	4.29E-02	0.3480
AMACASA	-0.16949	-1.971	8.43E-02	0.141
PARADO	0.18298	2.921	0.141	0.4881
ALTA	0.20777	3.517	0.3913	0.4735
MEDIA	6.49E-02	1.588	0.3394	0.4735
MU(1)	0.61897	37.072		
MU(2)	1.133	52.567		
MU(3)	1.8037	64.944		
χ^2	1023.269			
χ^2 de 1.º %	64.95008			
Nº de obs.	5313			

Cuadro nº 9
AUDICIÓN DE MÚSICA MODERNA

Variables independientes	Variable dependiente: MUSIMO			Desv. Típica
	Coefficiente	t-ratio	Media	
Constant	2.0435	11.116	0.4796	0.4996
MUJER	4.42E-02	1.142	39.71	14.2126
EDAD	-3.95E-02	-22.745	0.3537	0.4782
ESTPRIMA	0.36551	5.927	0.2594	0.4384
ESTMEDIO	0.56486	7.799	0.312	0.4634
ESTUNIV	0.46817	5.819	0.3226	0.4675
SOLTERO	0.12776	1.252	0.634	0.4817
CASADO	-7.85E-02	-0.866	1.41E-02	0.1181
DIVSEP	-0.11195	-0.778	0.5875	0.9025
N14	-6.45E-02	-3.047	22.03	24.6716
TMPHOG	1.77E-03	2.087	562.7	1040.6436
TAMA	-3.05E-05	-1.432	0.1531	0.3601
ANDALUZ	-0.25543	-3.962	3.22E-02	0.1767
ARAGON	-0.28971	-2.775	2.45E-02	0.1546
ASTUR	-6.54E-02	-0.588	1.75E-02	0.1313
BALEAR	0.19737	1.531	3.24E-02	0.1772
CANAR	-0.25576	-2.677	1.06E-02	0.1022
CANTA	-0.23019	-1.472	4.04E-02	0.1968
CASTMA	6.89E-02	0.761	5.77E-02	0.2332
CASTLE	-0.22648	-2.815	0.1482	0.3553
CATALAN	-0.16773	-2.76	9.62E-02	0.2948
VALEN	-0.24514	-3.481	2.47E-02	0.1552
EXTRE	-0.25026	-2.272	6.32E-02	0.2433
GALICIA	-0.31828	-4.282	2.19E-02	0.1463
MURCIA	-7.82E-02	-0.641	8.67E-03	0.0927
NAVARRA	-8.19E-02	-0.487	5.24E-02	0.2229
EUSKADI	-0.17277	-1.959	6.98E-03	0.0832
RIOJA	-0.45153	-2.097	6.83E-02	0.2522
APLAYAD	-2.15E-03	-0.033	0.1523	0.3594
CHALETD	-1.20E-02	-0.274	0.2032	0.4024
COCHED	-2.28E-02	-0.538	0.7966	0.4026
MOTOD	3.85E-02	0.984	0.2032	0.4024
HIFID	0.24142	6.949	0.4864	0.4999
TVCD	0.22669	2.416	0.9708	0.1684
VIDEO	5.59E-02	1.584	0.6203	0.4854
VIDEOCAD	2.14E-02	0.412	0.1112	0.3145
OCUPADO	-0.12479	-2.303	0.6086	0.4881
ESTUDIAN	-4.99E-02	-0.457	4.34E-02	0.2037
AMACASA	-0.25063	-2.956	8.35E-02	0.2767
PARADO	-2.08E-02	-0.334	0.1416	0.3487
ALTA	-2.49E-02	-0.411	0.3897	0.4877
MEDIA	-1.37E-02	-0.331	0.3394	0.4735
MU(1)	0.53508	29.289		
MU(2)	1.0604	46.023		
MU(3)	1.749	65.422		
χ^2	2003.550			
χ^2 de 1.º %	64.95008			
Nº de obs.	5304			

Cuadro nº 10
EFECTOS MARGINALES SOBRE LA AUDICIÓN DE MÚSICA CLÁSICA

Variables	MUCICLA = 0	MUCICLA = 1	MUCICLA = 2	MUCICLA = 3	MUCICLA = 4
ONE	0.3716	-0.0019	-0.0946	-0.1494	-0.1258
MUJER	-0.0312	0.0002	0.0008	0.0126	0.0106
EDAD	-0.0026	0	0.0007	0.001	0.0009
ESTPRIMA	-0.2092	0.0011	0.0532	0.0841	0.0708
ESTMEDIO	-0.3462	0.0018	0.0881	0.1392	0.1172
ESTUNIV	-0.4456	0.0023	0.1134	0.1791	0.1508
SOLTERO	-0.0171	0.0001	0.0044	0.0069	0.0058
CASADO	-0.0012	0	0.0003	0.0005	0.0004
DIVSEP	-0.0531	0.0003	0.0135	0.0213	0.018
N14	0.0105	-0.0001	-0.0027	-0.0042	-0.0036
TMPHOG	-0.0005	0	0.0001	0.0002	0.0002
TAMA	0	0	0	0	0
ANDALUZ	0.0597	-0.0003	-0.0152	-0.024	-0.0202
ARAGON	0.0347	-0.0002	-0.0088	-0.0139	-0.0117
ASTUR	0.0787	-0.0004	-0.02	-0.0316	-0.0266
BALEAR	0.0869	-0.0004	-0.0221	-0.0349	-0.0294
CANAR	0.1183	-0.0006	-0.0301	-0.0475	-0.04
CANTA	0.0452	-0.0002	-0.0115	-0.0182	-0.0153
CASTMA	-0.0141	0.0001	0.0036	0.0057	0.0048
CASTLE	0.1225	-0.0006	-0.0312	-0.0492	-0.0415
CATALAN	0.0059	0	-0.0015	-0.0024	-0.002
VALEN	-0.0497	0.0003	0.0127	0.02	0.0168
EXTRE	0.1787	-0.0009	-0.0455	-0.0718	-0.0605
GALICIA	0.158	-0.0008	-0.0402	-0.0635	-0.0535
MURCIA	-0.0501	0.0003	0.0128	0.0201	0.017
NAVARRA	0.0243	-0.0001	-0.0062	-0.0098	-0.0082
EUSKADI	-0.0073	0	0.0019	0.0029	0.0025
RIOJA	0.0241	-0.0001	-0.0061	-0.0097	-0.0082
APLAYAD	-0.0023	0	0.0006	0.0009	0.0008
CHALETD	0.02	-0.0001	-0.0051	-0.0081	-0.0068
COCHED	-0.0014	0	0.0004	0.0006	0.0005
MOTOD	0.0357	-0.0002	-0.0091	-0.0143	-0.0121
HIFID	-0.1043	0.0005	0.0265	0.0419	0.0353
TVCD	0.0355	-0.0002	-0.009	-0.0143	-0.012
VIDEOD	-0.0012	0	0.0003	0.0005	0.0004
VIDEOCAD	-0.0589	0.0003	0.015	0.0237	0.0199
OCUPADO	-0.0387	0.0002	0.0099	0.0156	0.0131
ESTUDIAN	-0.0098	0.0001	0.0025	0.0039	0.0033
AMACASA	0.0646	-0.0003	-0.0164	-0.026	-0.0219
PARADO	-0.0698	0.0004	0.0178	0.028	0.0236
ALTA	-0.0792	0.0004	0.0202	0.0318	0.0268
MEDIA	-0.0248	0.0001	0.0063	0.0099	0.0084

Cuadro nº 11
EFECTOS MARGINALES SOBRE LA AUDICIÓN DE MÚSICA MODERNA

Variables	MUSIMO = 0	MUSIMO = 1	MUSIMO = 2	MUSIMO = 3	MUSIMO = 4
CONSTANTE	-0.5048	-0.2339	-0.0739	0.2064	0.6062
MUJER	-0.0109	-0.0051	-0.0016	0.0045	0.0131
EDAD	0.0098	0.0045	0.0014	-0.004	-0.0117
ESTPRIMA	-0.0903	-0.0418	-0.0132	0.0369	0.1084
ESTMEDIO	-0.1395	-0.0647	-0.0204	0.0571	0.1676
ESTUNIV	-0.1156	-0.0536	-0.0169	0.0473	0.1389
SOLTERO	-0.0316	-0.0146	-0.0046	0.0129	0.0379
CASADO	0.0194	0.009	0.0028	-0.0079	-0.0233
DIVSEP	0.0295	0.0137	0.0043	-0.0121	-0.0354
N14	0.0159	0.0074	0.0023	-0.0065	-0.0191
TMPHOG	-0.0004	-0.0002	-0.0001	0.0002	0.0005
TAMA	0	0	0	0	0
ANDALUZ	0.0631	0.0292	0.0092	-0.0258	-0.0758
ARAGON	0.0716	0.0332	0.0105	-0.0293	-0.0859
ASTUR	0.0161	0.0075	0.0024	-0.0066	-0.0194
BALEAR	-0.0488	-0.0226	-0.0071	0.0199	0.0585
CANAR	0.0632	0.0293	0.0092	-0.0258	-0.0759
CANTA	0.0569	0.0263	0.0083	-0.0232	-0.0681
CASTMA	-0.017	-0.0079	-0.0025	0.007	0.0204
CASTLE	0.0559	0.0259	0.0082	-0.0229	-0.0672
CATALAN	0.0414	0.0192	0.0061	-0.0169	-0.0498
VALEN	0.0606	0.0281	0.0089	-0.0248	-0.0727
EXTRE	0.0618	0.0286	0.009	-0.0253	-0.0742
GALICIA	0.0836	0.0387	0.0122	-0.0342	-0.1003
MURCIA	0.0193	0.009	0.0028	-0.0079	-0.0232
NAVARRA	0.0202	0.0094	0.003	-0.0083	-0.0243
EUSKADI	0.0427	0.0198	0.0062	-0.0175	-0.0512
RIOJA	0.1115	0.0517	0.0163	-0.0456	-0.1319
APLAYAD	0.0005	0.0002	0.0001	-0.0002	-0.0006
CHALETD	0.003	0.0014	0.0004	-0.0012	-0.0035
COCHED	-0.0056	0.0026	0.0008	-0.0023	-0.0068
MOTOD	-0.0095	-0.0044	-0.0014	0.0039	0.0114
HIFID	-0.0596	-0.0276	-0.0087	0.0244	0.0716
TVCD	-0.056	-0.0259	-0.0082	0.0229	0.0672
VIDEOD	-0.0138	-0.0064	-0.002	0.0056	0.0166
VIDEOCAD	-0.0053	-0.0025	-0.0008	0.0022	0.0064
OCUPADO	0.0308	0.0143	0.0045	-0.0126	-0.037
ESTUDIAN	0.0123	0.0057	0.0018	-0.005	-0.0148
AMACASA	0.0619	0.0287	0.0091	-0.0253	-0.0743
PARADO	0.0051	0.0024	0.0008	-0.0021	-0.0062
ALTA	0.0062	0.0029	0.0009	-0.0025	-0.0074
MEDIA	0.0034	0.0016	0.0005	-0.0014	-0.0041

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. ASHWORTH, J. and JOHNSON, P. (1996), "Sources of 'Value for Money' for Museum Visitors: Some Survey Evidence", *Journal of Cultural Economics*, 20, pp. 67-83.
2. BAUMOL, W. and BOWEN, W. (1966), *Performing Arts - The Economic Dilemma*, The Twentieth Century Found, New York.
3. CENTRE D'ESTUDIS DE PLANIFICACIÓ (1992), *El sector cultural en España ante el proceso de integración europea*, Ministerio de Cultura, Madrid.
4. DICKENSON, V. (1992), "Museum Visitors Surveys: An Overview, 1930-1990", en TOWSE, R. and KHAKEE, A., *Cultural Economics*, Springer-Verlag, Berlin, pp. 141-150.
5. DIMAGGIO, P., USEEM, M. and BROWN, P. (1979), *Audience Studies of the Performing Arts, and Museums: A Critical Review*, National Endowment of the Arts, Report nº 9, New York.
6. FERNÁNDEZ BLANCO, V. (1996), "La demanda de cine en España 1968-1992", *Información Comercial Española*, nº 751, pp.157-168.
7. FERNÁNDEZ BLANCO, V. and BAÑOS PINO, J. (1997), "Cinema Demand in Spain: A Cointegration Analysis", *Journal of Cultural Economics* (Forthcoming).
8. GREENE, W. (1993), *Econometric Analysis*, 2nd ed., MacMillan, New York.
9. HEILBRUN, J. and GRAY Ch. (1993), *The Economics of Art And Culture. An American Perspective*, Cambridge University Press, Cambridge.
10. IÉVY-GARBOUA, L. and MONTMARQUETTE, C. (1996), A Microeconometric Study of Theatre Demand, *Journal of Cultural Economics*, 20, pp. 25-50.
11. KURABAYASHI, Y. and MATSUDA, Y.,(1987), "Economic and Social Aspects of the Orchestra Audience in Japan", en GRANT, N., HENDON, W. and OWEN, V., *Economic Efficiency and the Performing Arts*, Association for Cultural Economics, Akron, Ohio, pp. 223-229.
12. KURABAYASHI, Y. and ITO, T. (1992), "Socio-Economic Characteristic of Audiences for Western Classical Music in Japan: A Statistical Analysis" en TOWSE, R. and KHAKEE, A., *Cultural Economics*, Springer-Verlag, Berlin, pp. 257-287.
13. MINISTERIO DE CULTURA (1996), *Cultura en cifras. Datos culturales*, Secretaría General Técnica, Madrid.
14. THROSBY, C. and WITHERS, G. (1979), *The Economics of Performing Arts*, Edward Arnold Publishers, Melbourne.
15. VOGEL, H. (1994), *Entertainment Industry Economics. A Guide for Financial Analysis*, Third Edition, Cambridge University Press, Cambridge.

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
RELACIÓN DE DOCUMENTOS DE TRABAJO:

- Doc. 001/88 JUAN A. VAZQUEZ GARCIA.- Las intervenciones estatales en la minería del carbón.
- Doc. 002/88 CARLOS MONASTERIO ESCUDERO.- Una valoración crítica del nuevo sistema de financiación autonómica.
- Doc. 003/88 ANA ISABEL FERNANDEZ ALVAREZ; RAFAEL GARCIA RODRIGUEZ; JUAN VENTURA VICTORIA.- Análisis del crecimiento sostenible por los distintos sectores empresariales.
- Doc. 004/88 JAVIER SUAREZ PANDIELLO.- Una propuesta para la integración multijurisdiccional.
- Doc. 005/89 LUIS JULIO TASCÓN FERNANDEZ; JOSE MANUEL DIEZ MODINO.- La modernización del sector agrario en la provincia de León.
- Doc. 006/89 JOSE MANUEL PRADO LORENZO.- El principio de gestión continuada: Evolución e implicaciones.
- Doc. 007/89 JAVIER SUAREZ PANDIELLO.- El gasto público del Ayuntamiento de Oviedo (1982-88).
- Doc. 008/89 FELIX LOBO ALEU.- El gasto público en productos industriales para la salud.
- Doc. 009/89 FELIX LOBO ALEU.- La evolución de las patentes sobre medicamentos en los países desarrollados.
- Doc. 010/90 RODOLFO VAZQUEZ CASIELLES.- Investigación de las preferencias del consumidor mediante análisis de conjunto.
- Doc. 011/90 ANTONIO APARICIO PEREZ.- Infracciones y sanciones en materia tributaria.
- Doc. 012/90 MONTSERRAT DIAZ FERNANDEZ; CONCEPCION GONZALEZ VEIGA.- Una aproximación metodológica al estudio de las matemáticas aplicadas a la economía.
- Doc. 013/90 EQUIPO MECO.- Medidas de desigualdad: un estudio analítico
- Doc. 014/90 JAVIER SUAREZ PANDIELLO.- Una estimación de las necesidades de gastos para los municipios de menor dimensión.
- Doc. 015/90 ANTONIO MARTINEZ ARIAS.- Auditoría de la información financiera.
- Doc. 016/90 MONTSERRAT DIAZ FERNANDEZ.- La población como variable endógena
- Doc. 017/90 JAVIER SUAREZ PANDIELLO.- La redistribución local en los países de nuestro entorno.

- Doc. 018/90 RODOLFO GUTIERREZ PALACIOS; JOSE MARIA GARCIA BLANCO.- "Los aspectos invisibles" del declive económico: el caso de Asturias.
- Doc. 019/90 RODOLFO VAZQUEZ CASIELLES; JUAN TRESPALACIOS GUTIERREZ.- La política de precios en los establecimientos detallistas.
- Doc. 020/90 CANDIDO PAÑEDA FERNANDEZ.- La demarcación de la economía (seguida de un apéndice sobre su relación con la Estructura Económica).
- Doc. 021/90 JOAQUIN LORENCES.- Margen precio-coste variable medio y poder de monopolio.
- Doc. 022/90 MANUEL LAFUENTE ROBLEDO; ISIDRO SANCHEZ ALVAREZ.- El T.A.E. de las operaciones bancarias.
- Doc. 023/90 ISIDRO SANCHEZ ALVAREZ.- Amortización y coste de préstamos con hojas de cálculo.
- Doc. 024/90 LUIS JULIO TASCÓN FERNANDEZ; JEAN-MARC BUIGUES.- Un ejemplo de política municipal: precios y salarios en la ciudad de León (1613-1813).
- Doc. 025/90 MYRIAM GARCIA OLALLA.- Utilidad de la teorías de las opciones para la administración financiera de la empresa.
- Doc. 026/91 JOAQUIN GARCIA MURCIA.- Novedades de la legislación laboral (octubre 1990 - enero 1991)
- Doc. 027/91 CANDIDO PAÑEDA.- Agricultura familiar y mantenimiento del empleo: el caso de Asturias.
- Doc. 028/91 PILAR SAENZ DE JUBERA.- La fiscalidad de planes y fondos de pensiones.
- Doc. 029/91 ESTEBAN FERNANDEZ SANCHEZ.- La cooperación empresarial: concepto y tipología (*)
- Doc. 030/91 JOAQUIN LORENCES.- Características de la población parada en el mercado de trabajo asturiano.
- Doc. 031/91 JOAQUIN LORENCES.- Características de la población activa en Asturias.
- Doc. 032/91 CARMEN BENAVIDES GONZALEZ.- Política económica regional
- Doc. 033/91 BENITO ARRUÑADA SANCHEZ.- La conversión coactiva de acciones comunes en acciones sin voto para lograr el control de las sociedades anónimas: De cómo la ingenuidad legal prefigura el fraude.
- Doc. 034/91 BENITO ARRUÑADA SANCHEZ.- Restricciones institucionales y posibilidades estratégicas.
- Doc. 035/91 NURIA BOSCH; JAVIER SUAREZ PANDIELLO.- Seven Hypotheses About Public Choice and Local Spending. (A test for Spanish municipalities).

- Doc. 036/91 CARMEN FERNANDEZ CUERVO; LUIS JULIO TASCON FERNANDEZ.- De una olvidada revisión crítica sobre algunas fuentes histórico-económicas: las ordenanzas de la gobernación de la cabrera.
- Doc. 037/91 ANA JESUS LOPEZ; RIGOBERTO PEREZ SUAREZ.- Indicadores de desigualdad y pobreza. Nuevas alternativas.
- Doc. 038/91 JUAN A. VAZQUEZ GARCIA; MANUEL HERNANDEZ MUÑIZ.- La industria asturiana: ¿Podemos pasar la página del declive?.
- Doc. 039/92 INES RUBIN FERNANDEZ.- La Contabilidad de la Empresa y la Contabilidad Nacional.
- Doc. 040/92 ESTEBAN GARCIA CANAL.- La Cooperación interempresarial en España: Características de los acuerdos de cooperación suscritos entre 1986 y 1989.
- Doc. 041/92 ESTEBAN GARCIA CANAL.- Tendencias empíricas en la conclusión de acuerdos de cooperación.
- Doc. 042/92 JOAQUIN GARCIA MURCIA.- Novedades en la Legislación Laboral.
- Doc. 043/92 RODOLFO VAZQUEZ CASIELLES.- El comportamiento del consumidor y la estrategia de distribución comercial: Una aplicación empírica al mercado de Asturias.
- Doc. 044/92 CAMILO JOSE VAZQUEZ ORDAS.- Un marco teórico para el estudio de las fusiones empresariales.
- Doc. 045/92 CAMILO JOSE VAZQUEZ ORDAS.- Creación de valor en las fusiones empresariales a través de un mayor poder de mercado.
- Doc. 046/92 ISIDRO SANCHEZ ALVAREZ.- Influencia relativa de la evolución demográfica en el futuro aumento del gasto en pensiones de jubilación.
- Doc. 047/92 ISIDRO SANCHEZ ALVAREZ.- Aspectos demográficos del sistema de pensiones de jubilación español.
- Doc. 048/92 SUSANA LOPEZ ARES.- Marketing telefónico: concepto y aplicaciones.
- Doc. 049/92 CESAR RODRIGUEZ GUTIERREZ.- Las influencias familiares en el desempleo juvenil.
- Doc. 050/92 CESAR RODRIGUEZ GUTIERREZ.- La adquisición de capital humano: un modelo teórico y su contrastación.
- Doc. 051/92 MARTA IBAÑEZ PASCUAL.- El origen social y la inserción laboral.
- Doc. 052/92 JUAN TRESPALACIOS GUTIERREZ.- Estudio del sector comercial en la ciudad de Oviedo.

- Doc. 053/92 JULITA GARCIA DIEZ.- Auditoría de cuentas: su regulación en la CEE y en España. Una evidencia de su importancia.
- Doc. 054/92 SUSANA MENENDEZ REQUEJO.- El riesgo de los sectores empresariales españoles: rendimiento requerido por los inversores.
- Doc. 055/92 CARMEN BENAVIDES GONZALEZ.- Una valoración económica de la obtención de productos derivados del petróleo a partir del carbón
- Doc. 056/92 IGNACIO ALFREDO RODRIGUEZ-DEL BOSQUE RODRIGUEZ.- Consecuencias sobre el consumidor de las actuaciones bancarias ante el nuevo entorno competitivo.
- Doc. 057/92 LAURA CABIEDES MIRAGAYA.- Relación entre la teoría del comercio internacional y los estudios de organización industrial.
- Doc. 058/92 JOSE LUIS GARCIA SUAREZ.- Los principios contables en un entorno de regulación.
- Doc. 059/92 M^a JESUS RIO FERNANDEZ; RIGOBERTO PEREZ SUAREZ.- Cuantificación de la concentración industrial: un enfoque analítico.
- Doc. 060/94 M^a JOSE FERNANDEZ ANTUÑA.- Regulación y política comunitaria en materia de transportes.
- Doc. 061/94 CESAR RODRIGUEZ GUTIERREZ.- Factores determinantes de la afiliación sindical en España.
- Doc. 062/94 VICTOR FERNANDEZ BLANCO.- Determinantes de la localización de las empresas industriales en España: nuevos resultados.
- Doc. 063/94 ESTEBAN GARCIA CANAL.- La crisis de la estructura multidivisional.
- Doc. 064/94 MONTSERRAT DIAZ FERNANDEZ; EMILIO COSTA REPARAZ.- Metodología de la investigación econométrica.
- Doc. 065/94 MONTSERRAT DIAZ FERNANDEZ; EMILIO COSTA REPARAZ.- Análisis Cualitativo de la fecundidad y participación femenina en el mercado de trabajo.
- Doc. 066/94 JOAQUIN GARCIA MURCIA.- La supervisión colectiva de los actos de contratación: la Ley 2/1991 de información a los representantes de los trabajadores.
- Doc. 067/94 JOSE LUIS GARCIA LAPRESTA; M^a VICTORIA RODRIGUEZ URIA.- Coherencia en preferencias difusas.
- Doc. 068/94 VICTOR FERNANDEZ; JOAQUIN LORENCES; CESAR RODRIGUEZ.- Diferencias interterritoriales de salarios y negociación colectiva en España.

- Doc. 069/94 M^a DEL MAR ARENAS PARRA; M^a VICTORIA RODRÍGUEZ URÍA.- Programación clásica y teoría del consumidor.
- Doc. 070/94 M^a DE LOS ÁNGELES MENÉNDEZ DE LA UZ; M^a VICTORIA RODRÍGUEZ URÍA.- Tantos efectivos en los empréstitos.
- Doc. 071/94 AMELIA BILBAO TEROL; CONCEPCIÓN GONZÁLEZ VEIGA; M^a VICTORIA RODRÍGUEZ URÍA.- Matrices especiales. Aplicaciones económicas.
- Doc. 072/94 RODOLFO GUTIÉRREZ.- La representación sindical: Resultados electorales y actitudes hacia los sindicatos.
- Doc. 073/94 VÍCTOR FERNÁNDEZ BLANCO.- Economías de aglomeración y localización de las empresas industriales en España.
- Doc. 074/94 JOAQUÍN LORENCES RODRÍGUEZ; FLORENTINO FELGUEROSO FERNÁNDEZ.- Salarios pactados en los convenios provinciales y salarios percibidos.
- Doc. 075/94 ESTEBAN FERNÁNDEZ SÁNCHEZ; CAMILO JOSÉ VÁZQUEZ ORDÁS.- La internacionalización de la empresa.
- Doc. 076/94 SANTIAGO R. MARTÍNEZ ARGÜELLES.- Análisis de los efectos regionales de la terciarización de ramas industriales a través de tablas input-output. El caso de la economía asturiana.
- Doc. 077/94 VÍCTOR IGLESIAS ARGÜELLES.- Tipos de variables y metodología a emplear en la identificación de los grupos estratégicos. Una aplicación empírica al sector detallista en Asturias.
- Doc. 078/94 MARTA IBÁÑEZ PASCUAL; F. JAVIER MATO DÍAZ.- La formación no reglada a examen. Hacia un perfil de sus usuarios.
- Doc. 079/94 IGNACIO A. RODRÍGUEZ-DEL BOSQUE RODRÍGUEZ.- Planificación y organización de la fuerza de ventas de la empresa.
- Doc. 080/94 FRANCISCO GONZÁLEZ RODRÍGUEZ.- La reacción del precio de las acciones ante anuncios de cambios en los dividendos.
- Doc. 081/94 SUSANA MENÉNDEZ REQUEJO.- Relaciones de dependencia de las decisiones de inversión, financiación y dividendos.
- Doc. 082/95 MONTSERRAT DÍAZ FERNÁNDEZ; EMILIO COSTA REPARAZ; M^a del MAR LLORENTE MARRÓN.- Una aproximación empírica al comportamiento de los precios de la vivienda en España.

- Doc. 083/95 **Mª CONCEPCIÓN GONZÁLEZ VEIGA; Mª VICTORIA RODRÍGUEZ URÍA.**- Matrices semipositivas y análisis interindustrial. Aplicaciones al estudio del modelo de Sraffa-Leontief.
- Doc. 084/95 **ESTEBAN GARCÍA CANAL.**- La forma contractual en las alianzas domésticas e internacionales.
- Doc. 085/95 **MARGARITA ARGÜELLES VÉLEZ; CARMEN BENAVIDES GONZÁLEZ.**- La incidencia de la política de la competencia comunitaria sobre la cohesión económica y social.
- Doc. 086/95 **VÍCTOR FERNÁNDEZ BLANCO.**- La demanda de cine en España. 1968-1992.
- Doc. 087/95 **JUAN PRIETO RODRÍGUEZ.**- Discriminación salarial de la mujer y movilidad laboral.
- Doc. 088/95 **Mª CONCEPCIÓN GONZÁLEZ VEIGA.**- La teoría del caos. Nuevas perspectivas en la modelización económica.
- Doc. 089/95 **SUSANA LÓPEZ ARES.**- Simulación de fenómenos de espera de capacidad limitada con llegadas y número de servidores dependientes del tiempo con hoja de cálculo.
- Doc. 090/95 **JAVIER MATO DÍAZ.**- ¿Existe sobrecualificación en España?. Algunas variables explicativas.
- Doc. 091/95 **Mª JOSÉ SANZO PÉREZ.**- Estrategia de distribución para productos ; mercados industriales.
- Doc. 092/95 **JOSÉ BAÑOS PINO; VÍCTOR FERNÁNDEZ BLANCO.**- Demanda de cine en España: Un análisis de cointegración.
- Doc. 093/95 **Mª LETICIA SANTOS VIJANDE.**- La política de marketing en las empresas de alta tecnología.
- Doc. 094/95 **RODOLFO VÁZQUEZ CASIELLES; IGNACIO RODRÍGUEZ-DEL BOSQUE; AGUSTÍN RUÍZ VEGA.**- Expectativas y percepciones del consumidor sobre la calidad del servicio. Grupos estratégicos y segmentos del mercado para la distribución comercial minorista.
- Doc. 095/95 **ANA ISABEL FERNÁNDEZ; SILVIA GÓMEZ ANSÓN.**- La adopción de acuerdos estatutarios antiadquisición. Evidencia en el mercado de capitales español.
- Doc. 096/95 **ÓSCAR RODRÍGUEZ BUZNEGO.**- Partidos, electores y elecciones locales en Asturias. Un análisis del proceso electoral del 28 de Mayo.
- Doc. 097/95 **ANA Mª DÍAZ MARTÍN.**- Calidad percibida de los servicios turísticos en el ámbito rural.
- Doc. 098/95 **MANUEL HERNÁNDEZ MUÑIZ; JAVIER MATO DÍAZ; JAVIER BLANCO GONZÁLEZ.**- Evaluating the impact of the European Regional Development Fund: methodology and results in Asturias (1989-1993).

- Doc. 099/96 **JUAN PRIETO; M^a JOSÉ SUÁREZ.**- ¿De tal palo tal astilla?: Influencia de las características familiares sobre la ocupación.
- Doc. 100/96 **JULITA GARCÍA DíEZ; RACHEL JUSSARA VIANNA.**- Estudio comparativo de los principios contables en Brasil y en España.
- Doc. 101/96 **FRANCISCO J. DE LA BALLINA BALLINA.**- Desarrollo de campañas de promoción de ventas.
- Doc. 102/96 **ÓSCAR RODRÍGUEZ BUZNEGO.**- Una explicación de la ausencia de la Democracia Cristiana en España.
- Doc. 103/96 **CÁNDIDO PAÑEDA FERNÁNDEZ.**- Estrategias para el desarrollo de Asturias.
- Doc. 104/96 **SARA M^a ALONSO; BLANCA PÉREZ GLADISH; M^a VICTORIA RODRÍGUEZ URÍA.**- Problemas de control óptimo con restricciones: Aplicaciones económicas.
- Doc. 105/96 **ANTONIO ÁLVAREZ PINILLA; MANUEL MENÉNDEZ MENÉNDEZ; RAFAEL ÁLVAREZ CUESTA.**- Eficiencia de las Cajas de Ahorro españolas. Resultados de una función de beneficio.
- Doc. 106/96 **FLORENTINO FELGUEROSO.**- Industrywide Collective Bargaining, Wages Gains and Black Labour Market in Spain.
- Doc. 107/96 **JUAN VENTURA.**- La competencia gestionada en sanidad: Un enfoque contractual
- Doc. 108/96 **MARÍA VICTORIA RODRÍGUEZ URÍA; ELENA CONSUELO HERNÁNDEZ.**- Elección social. Teorema de Arrow.
- Doc. 109/96 **SANTIAGO ÁLVAREZ GARCÍA.**- Grupos de interés y corrupción política: La búsqueda de rentas en el sector público.
- Doc. 110/96 **ANA M^a GUILLÉN.**- La política de previsión social española en el marco de la Unión Europea.
- Doc. 111/96 **VÍCTOR MANUEL GONZÁLEZ MÉNDEZ.**- La valoración por el mercado de capitales español de la financiación bancaria y de las emisiones de obligaciones.
- Doc. 112/96 **DRA. MARIA VICTORIA RODRIGUEZ URÍA; D. MIGUEL A. LÓPEZ FERNÁNDEZ; D^{ña}. BLANCA M^a PEREZ GLADISH.**- Aplicaciones económicas del Control Óptimo. El problema de la maximización de la utilidad individual del consumo. El problema del mantenimiento y momento de venta de una máquina.
- Doc. 113/96 **OSCAR RODRÍGUEZ BUZNEGO.**- Elecciones autonómicas, sistemas de partidos y Gobierno en Asturias.
- Doc. 114/96 **RODOLFO VÁZQUEZ CASIELLES; ANA M^a DÍAZ MARTÍN.** El conocimiento de las expectativas de los clientes: una pieza clave de la calidad de servicio en el

turismo.

- Doc. 115/96 **JULIO TASCÓN.** - El modelo de industrialización pesada en España durante el período de entreguerras. -
- Doc. 116/96 **ESTEBAN FERNÁNDEZ SÁNCHEZ; JOSÉ M. MONTES PEÓN; CAMILO J. VÁZQUEZ ORDÁS.** - Sobre la importancia de los factores determinantes del beneficio: Análisis de las diferencias de resultados inter e intraindustriales.
- Doc. 117/96 **AGUSTÍN RUÍZ VEGA; VÍCTOR IGLESIAS ARGÜELLES.** - Elección de Establecimientos detallistas y conducta de compra de productos de gran consumo. Una aplicación empírica mediante modelos logit.
- Doc. 118/96 **VÍCTOR FERNÁNDEZ BLANCO.** - Diferencias entre la asistencia al cine nacional y extranjero en España.
- Doc. 119/96 **RODOLFO VÁZQUEZ CASIELLES; IGNACIO A. RODRÍGUEZ DEL BOSQUE; ANA M^a DÍAZ MARTÍN.** - Estructura multidimensional de la calidad de servicio en cadenas de supermercados: desarrollo y validación de la escala calsuper.
- Doc. 120/96 **ANA BELÉN DEL RÍO LANZA.** - Elementos de medición de marca desde un enfoque de marketing.
- Doc. 121/97 **JULITA GARCÍA DÍEZ; CRISTIAN MIAZZO.** - Análisis Comparativo de la Información contable empresarial en Argentina y España.
- Doc. 122/97 **M^a MAR LLORENTE MARRÓN; D. EMILIO COSTA REPARAZ; M^a MONTSERRAT DIAZ FERNÁNDEZ.** - El Marco teórico de la nueva economía de la familia. Principales aportaciones.
- Doc. 123/97 **SANTIAGO ALVAREZ GARCÍA.** - El Estado del bienestar. Orígenes, Desarrollo y situación actual.
- Doc. 124/97 **CONSUELO ABELLÁN COLODRÓN.** - La Ganancia salarial esperada como determinante de la decisión individual de emigrar.
- Doc. 125/97 **ESTHER LAFUENTE ROBLEDO.** - La acreditación hospitalaria: Marco teórico general.
- Doc. 126/97 **JOSE ANTONIO GARAY GONZÁLEZ.** - Problemática contable del reconocimiento del resultado en la empresa constructora.
- Doc. 127/97 **ESTEBAN FERNÁNDEZ; JOSE M. MONTES; GUILLERMO PÉREZ-BUSTAMANTE; CAMILO VÁZQUEZ.** - Barreras a la imitación de la tecnología.

- Doc. 128/97 VICTOR IGLESIAS ARGÜELLES; JUAN A. TRESPALACIOS GUTIERREZ; RODOLFO VÁZQUEZ CASIELLES.- Los resultados alcanzados por las empresas en las relaciones en los canales de distribución.
- Doc. 129/97 LETICIA SANTOS VIJANDE; RODOLFO VÁZQUEZ CASIELLES.- La innovación en las empresas de alta tecnología: Factores condicionantes del resultado comercial.
- Doc. 130/97 RODOLFO GUTIÉRREZ.- Individualism and collectivism in human resource practices: evidence from three case studies.
- Doc. 131/97 VICTOR FERNÁNDEZ BLANCO; JUAN PRIETO RODRÍGUEZ.- Decisiones individuales y consumo de bienes culturales en España.