Patrones regionales de consumo de servicios en tiempos de crisis: servicios de ocio y cultura ¿hay un cambio de tendencia?

Autores y e-mail de la persona de contacto:
Manuel Hernández Peinado mhpeinad@ugr.es
Mercedes Rodríguez Molina
José Antonio Camacho Ballesta

Departamento: Economía Internacional y de España

Universidad: Granada

Área Temática: *Estructura productiva*

Resumen: El contexto de crisis económica ha llevado a un empeoramiento de las economías de los hogares, provocando desajustes notables en los presupuestos familiares. La fuerte caída del gasto en el consumo de los hogares en España ha afectado a casi todas las industrias, y el ocio y la cultura no es una excepción a esta tendencia, así el gasto de los hogares en servicios de ocio y cultura en 2010 fue inferior con respecto a 2006. El doble objetivo de este trabajo consiste en analizar desde una perspectiva microeconómica los cambios en los patrones de consumo de los hogares españoles que gastan en servicios de ocio y cultura, e identificar los principales factores explicativos de dichos gastos durante el periodo 2006-2010 tanto a nivel nacional como regional. Para ello, contamos con los datos extraídos de la Encuesta de Presupuestos Familiares. La variable relativa al grado de urbanización, en concreto residir en una ciudad con más de 100.000 habitantes, resulta ser uno de los factores más significativos del gasto en servicios de ocio y cultura, si bien otros factores explicativos están relacionados con el estado civil de la persona de referencia en el hogar, su nivel de estudios, el régimen de tenencia de la vivienda, el número de miembros en el hogar y los ingresos totales.

Palabras Clave: *consumo, hogares, servicios, ocio, cultura, regiones*

Clasificación JEL: D12, L80, R00, R28

1. Introducción

España, de forma similar a otras economías más desarrolladas, ha experimentado un aumento en la importancia relativa de los servicios en las últimas décadas. El resultado es que los servicios se han convertido en el sector productivo más importante en términos de producción y empleo. Desde un enfoque macroeconómico, el ocio y la cultura, y más concretamente los servicios de ocio y cultura, son un componente notable del sector servicios español, ya que están estrechamente relacionadas con el turismo, hoteles y restaurantes o el comercio minorista, entre otros subsectores clave de la economía. Desde el inicio de la crisis económica mundial se ha producido una fuerte caída en el consumo de los hogares en España que ha afectado a casi todas las industrias, y el ocio y la cultura no es una excepción a esta tendencia, así el gasto de los hogares en servicios de ocio y culturales en 2010 fue inferior a lo reportado en 2006. Sin embargo, como veremos en la cuarta sección, una mirada más cercana a este sector revela que el descenso se ha producido en los bienes, pero no en los servicios, de hecho, el gasto medio de los hogares en servicios de ocio y culturales ha aumentado durante el periodo 2006-2010.

Desde una perspectiva internacional, la importancia relativa del ocio y la cultura se muestra en la Tabla 1. Esta tabla proporciona información sobre el gasto de los hogares en el ocio y la cultura como porcentaje del PIB en los países de la OCDE en 2006 y 2011. Como puede observarse, el Reino Unido, los EE.UU., Finlandia, Japón y Australia son los cinco países en los que las familias más gastan en ocio y cultura. Por el contrario, la importancia relativa del ocio y la cultura en el gasto de los hogares es sustancialmente menor en países como Turquía, Luxemburgo, Estonia, Irlanda o México. España ocupa una posición intermedia, con un gasto de los hogares en ocio y cultura que representa un porcentaje del PIB del 4.83 por ciento en 2011. Este porcentaje es mayor que las cifras reportadas por países como Francia, Portugal, Holanda y Bélgica, pero menor que otros países europeos como Austria, Suecia o Dinamarca. Hay que señalar que 18 de los países analizados experimentaron una disminución en el gasto de los hogares en ocio y cultura, mientras que Austria y Canadá no reportan ninguna variación. Por el contrario, los mayores incrementos se registraron en Eslovaquia y Grecia, con un 0.80 y 0.39 por ciento, respectivamente.

CUADRO 1. CONSUMO FINAL DE LOS HOGARES DE LA OCDE EN OCIO Y CULTURA (PORCENTAJE SOBRE EL PIB)(2006-2010)

PAÍSES	2006	2011	Variación
NUEVA ZELANDA	7.92	ND	
CHILE	3,28	3.60	0.32
JAPÓN	5.90	5.95	0.05
PORTUGAL	4.96	4.71	-0.25
SUIZA	4.60	4.49	-0.11
AUSTRALIA	6.38	5.86	-0.52
ESLOVAQUIA	4.87	5.67	0.80
FINLANDIA	6.00	6.10	0.10
GRECIA	3.95	4.34	0.39
ITALIA	4.26	4.43	0.17
AUSTRIA	5.72	5.72	0.00
SUECIA	5.25	5.29	0.04
BÉLGICA	4.62	4.61	-0.01
CANADÁ	5.45	5.45	0.00
POLONIA	4.51	4.69	0.18
IRLANDA	3.13	3.18	0.05
NORUEGA	4.89	4.98	0.09
ESTADOS UNIDOS	6.64	6.43	-0.21
FRANCIA	4.96	4.81	-0.15
MEXICO	3.31	3.28	-0.03
DINAMARCA	5.50	5.24	-0.26
ALEMANIA	5.09	4.96	-0.13
ISRAEL	4.71	4.46	-0.25
KOREA	4.19	3.91	-0.28
REINO UNIDO	7.17	6.81	-0.36
HOLANDA	4.81	4.43	-0.38
ESPAÑA	5.15	4.83	**-0.32**
REPÚBLICA CHECA	5.59	5.22	-0.37
LUXEMBURGO	2.99	2.94	-0.05
HUNGRÍA	4.73	4.18	-0.55
ESLOVENIA	5.95	5.35	-0.60
ISLANDIA	6.01	4.81	-1.20
TURQUÍA	3.47	2.73	-0.74
ESTONIA	5.35	2.99	-2.36

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la OCDE

El objetivo de este trabajo es analizar desde una perspectiva microeconómica los cambios en los patrones de consumo de los hogares españoles que gastan en servicios de ocio y cultura, e identificar los principales factores explicativos de dichos gastos

durante el periodo 2006-2010 tanto a nivel nacional como regional. Para ello, contamos con los datos extraídos de la Encuesta de Presupuestos Familiares. El trabajo se organiza de la siguiente manera. En la segunda sección se revisa brevemente la literatura sobre la economía de la cultura, la economía creativa y los diferentes enfoques utilizados para examinar las actividades relacionadas con el ocio y la cultura. En la tercera sección se presentan las fuentes de datos y la metodología empleada. A continuación, se analizan los datos desde una perspectiva descriptiva, prestando atención a las características económicas y territoriales, y se lleva a cabo un análisis probit por regiones. Finalmente, en la última sección se resumen las principales conclusiones.

2. **Economía de la cultura, economía creativa y actividades de servicios.**

Al tratar de comprender los factores que explican el gasto en servicios de ocio y cultura, resulta útil revisar los conceptos relacionados con la economía de la cultura y la economía creativa. Aunque el término “industria cultural” fue introducido después de la Segunda Guerra Mundial (Adorno y Horkheimer, 1947), los primeros trabajos sobre la economía cultural y las industrias culturales se remontan a Allen Scott “The cultural economy of the city” y Andy Pratt “The cultural industries production system”, ambos publicados en 1997. Scott (1997, p. 325) destaca que “los efectos interrelacionados de los procesos capitalistas de producción y los contenidos culturales son cada vez mayores, así como las formas en que estos efectos se hacen sentir en el crecimiento y desarrollo de determinados lugares”. En la misma línea, Pratt (1997) introduce el concepto de “sistema de producción de las industrias culturales” (CIPS), afirmando que “hay una fuerte relación de refuerzo mutuo entre las actividades tales como la edición, el cine, la música y la televisión”. Según este autor, el CIPS se compone de cuatro grandes grupos de industrias:

1. Producción original, puesta en marcha y dirección
    - Publicidad. Producción cinematográfica, distribución y exhibición. Servicios de radio y televisión, teatros, salas de conciertos, etc. Autores, compositores y otros artistas por cuenta ajena.
2. Producción de los medios de producción (infraestructura)
    - Tinta de impresión. Materiales fotográficos y productos químicos. Encuadernación e impresión de libros y maquinaria de productos de

papel. Radio y bienes de capital electrónicos. Componentes activos, subconjuntos y componentes principalmente de bienes de consumo. Bienes de consumo electrónicos, otros equipos electrónicos no especificados en otro grupo. Equipos fotográficos y cinematográficos. Instrumentos musicales. Laboratorios de procesamiento de fotografías.

3. Reproducción y distribución

    - Discos para tocadiscos y cintas pregrabadas. Impresión y publicación de periódicos. Impresión y edición de impresiones periódicas. Impresión y publicación de libros. Otras imprentas y editoriales.

4. Sitios de intercambio de derechos para consumir

    - Distribución al por menor de libros y artículos de papelería. Clubes nocturnos. Bibliotecas, museos, galerías de arte.

Además, se identifican dos grupos principales de las industrias culturales no incluidos en los CIPS pero íntimamente relacionados a su desarrollo, es decir, que se derivan del consumo, el turismo (lugares para comer, tiendas de comida para llevar, casas/bares, comedores públicos, hostelería, alojamientos de corta estancia, oficina de turismo, otros servicios comunitarios), el deporte y otros servicios de esparcimiento. En resumen, el ocio y a cultura no solo emerge como un sector dinámico en sí mismo, sino también como un factor clave para el desarrollo de industrias complementarias.

La publicación del libro de Richard Florida referente a la clase creativa (Florida, 2002) abrió el camino para el nacimiento de un nuevo término, la economía creativa. Aunque es difícil establecer el límite entre lo que es “cultural” y lo que es “creativo”, la Comisión Europea ha propuesto recientemente una delimitación del sector cultural y el sector creativo (Comisión Europea, 2006). El sector cultural comprende los sectores no industriales e industriales. Los sectores no industriales producen bienes y servicios destinados a ser consumidos en el lugar (un concierto, una feria de arte, una exposición) no reproducibles. Estos están en el campo de las artes (artes visuales, incluyendo pinturas, escultura, artesanía, fotografía, las artes y los mercados de antigüedades, artes escénicas, incluyendo la ópera, orquesta, teatro, danza, circo, y el patrimonio, como museos, lugares históricos, sitios arqueológicos, bibliotecas y archivos). Los sectores industriales producen productos culturales destinados a la reproducción masiva, masiva difusión y las exportaciones (por ejemplo, un libro, una película, una grabación de

sonido). Como son las “industrias culturales”, incluyendo cine y vídeo, vídeo-juegos, la radiodifusión, la música, edición de libros y prensa. En el caso del sector de la creación, la cultura se convierte en una entrada de “creativo” en la producción de bienes no culturales. Incluye actividades como el diseño (diseño de modas, diseño de interiores y diseño de producto), la arquitectura y la publicidad.

En los últimos años cuatro modelos principales han sido propuestos para definir el sector creativo (UNCTAD, 2010): el modelo pionero fue el DCMS del Reino Unido que surgió cuando los responsables políticos, en el Departamento de Cultura, Medios de Comunicación y Deportes de dicho país, crearon el Grupo de Trabajo de Industrias Creativas (DCMS, 2001), el modelo de los textos simbólicos (Hesmondhalgh, 2002), el modelo de círculos concéntricos (Throsby, 2001) y el modelo de derechos de autor de la WIPO (WIPO, 2003). El grupo de actividades clasificadas como industrias creativas es ligeramente diferente en cada modelo. La necesidad de una clasificación dentro de los sistemas estándar de clasificación industrial es la razón de ser de la clasificación propuesta por la UNCTAD (UNCTAD, 2008, 2010). La clasificación de la UNCTAD de las industrias creativas se divide en cuatro grandes grupos: el patrimonio, las artes, los medios y las creaciones funcionales:

1. Patrimonio:
    - Sitios culturales: sitios arqueológicos, museos, bibliotecas, exposiciones, etc. Expresiones culturales tradicionales: artes y oficios, festivales y celebraciones.
2. Artes:
    - Artes visuales: pintura, escultura, fotografía y antigüedades. Artes escénicas: música en vivo, teatro, danza, ópera, circo, títeres, etc.
3. Medios:
    - Editorial y medios impresos: libros, prensa y otras publicaciones. Audiovisuales: cine, televisión, radio y otras difusiones. Diseño: interiores, gráfico, moda, joyería y juguetes. Medios nuevos: programas informáticos, juegos de consola, contenidos creativos digitalizados.
4. Creaciones funcionales:

- Servicios creativos: arquitectura, publicitarios, I+D creativos, culturales y recreativos.

Independientemente de su posición dentro de la economía de la cultura o la economía creativa, las industrias de ocio y cultura se han analizado desde muchos puntos de vista. Los más comunes son el gasto y el empleo. En cuanto al gasto, el trabajo seminal sobre el gasto en bienes y servicios relacionados con las artes fue realizado por Baumol y Bowen en 1966. Beyers (2002) revivió este análisis con los datos de la economía de EE.UU. durante el período de 1963 a 1997, llegando a la conclusión de que hubo un aumento de los gastos en un amplio conjunto de industrias relacionadas con la cultura. Más recientemente, en el análisis de las industrias culturales y recreativas en los EE.UU. durante el período 1950-2005, Beyers (2008) encontró que los patrones de consumo han cambiado considerablemente debido a los importantes cambios en la composición del gasto en las industrias culturales y recreativas. Así, mientras que el gasto en la televisión por cable y los servicios de proveedor de Internet se han disparado, actividades tales como la reparación de radio y televisión, clubes y programas de recreación se han reducido significativamente.

Otros estudios examinan los cambios en los niveles de empleo en las industrias de ocio y cultura. Por ejemplo, Grodach y Seman (2013) tratan de capturar la dinámica de empleo de ocupaciones culturales de la economía en treinta áreas metropolitanas de los EE.UU., centrándose en cuatro categorías profesionales: arquitectos, chefs, diseñadores y artistas. Llegan a la conclusión de que la crisis actual es un período de crecimiento selectivo en el empleo pero que no es un período de decadencia total. Curiosamente, algunos análisis recientes encuentran una relación negativa entre la proporción de empleos creativos y la tasa de desempleo (Stolarick y Currid-Halkett, 2013), aunque hay autores que señalan una preocupación por las condiciones de trabajo y organizativas (Pratt y Hutton, 2013; Scott, 2007). Además, el empleo en estos sectores tiende a agruparse. Así, el análisis de la evolución de la economía de la cultura en los EE.UU. realizado por Markusen y Schrok (2006) revela que algunas grandes ciudades como Nueva York, Los Ángeles o San Francisco muestran la mayor concentración de empleo y que dicha concentración aumentó durante la década de los noventa.

En España, los trabajos relacionados con la economía cultural y creativa han adoptado diversos enfoques: las diferencias en la productividad regional en ocio y cultura (Köster, 2006), el análisis de la estructura productiva de la industria cultural y de ocio (García,

2007); la estimación del impacto económico del ocio y la cultura (García et al., 2003; García et al., 2009); la evolución del comercio de bienes y servicios culturales (Lasuén et al., 2004; Corral, 2003) o los patrones de localización de las industrias creativas (Boix y Lazzareti, 2012; Boix et al., 2012; Lazzareti et al., 2008). Los enfoques más teóricos analizan la economía de la cultura desde una perspectiva macro y micro (Lasuén et al., 2006), o discuten la relación entre la globalización cultural, económica y social y la necesidad de establecer mecanismos estadísticos para la toma de decisiones en las cuestiones culturales y sociales (Carrasco y Escuder, 2007).

Los objetivos que persigue este trabajo centrado en los servicios de ocio y cultura en España y sus regiones son: en primer lugar, examinar si se han producido cambios en los patrones de consumo antes (2006) y después (2010) del inicio de la crisis económica actual. Y en segundo lugar, tratar de identificar los principales factores explicativos del gasto de los hogares en servicios de ocio y cultura. Dejando a un lado el auge experimentado durante la expansión, Pratt (2009) presentó tres escenarios principales de las industrias creativas y culturales bajo la actual recesión: el "sentido común", "destrucción creativa" y "producción creativa". La posición de "sentido común" se basa en la jerarquía de Maslow (Maslow, 1943) y sostiene que estas industrias se basan en el consumo y que el gasto de consumo está sujeto a cambios, por ejemplo, compramos comida antes de ir al teatro. El enfoque de "destrucción creativa" se basa en la idea de Schumpeter de que las crisis económicas son consideradas como motores para las nuevas ideas y productos. Por último, la "producción creativa" se basa en la hipótesis de que, a pesar de la creciente terciarización de las economías, los productos más culturales son necesarios para los servicios de auto-consumo y pueden jugar un impacto positivo no sólo en el sector manufacturero, sino también en toda la economía. Nuestro análisis revelará si los servicios recreativos y culturales están sufriendo de la aplicación del "sentido común", o, por el contrario, puede "ser creativo".

3. Datos y metodología

En este trabajo se lleva a cabo una explotación de los microdatos de las Encuestas de Presupuestos Familiares (EPF), elaboradas por el Instituto Nacional de Estadística en 2006 y 2010 (INE, 2006, 2010). El objetivo principal de la EPF es estimar el gasto en consumo de las familias, desglosado por regiones y funciones, en relación con algunas de las características de la familia y de la persona de referencia en el hogar. De este modo, la EPF ayuda a identificar los patrones de gasto de los hogares con el fin de

actualizar la base de ponderación del Índice de Precios al Consumo. La EPF de 2006 contiene inicialmente 19.435 hogares mientras que la de 2010 consta de 22.203 hogares. En nuestro análisis se seleccionan aquellos hogares que gastan en bienes y servicios de ocio y cultura.

A los efectos de este trabajo, utilizamos la definición de servicios de ocio y cultura en la actual clasificación del consumo individual por finalidad adaptada a las necesidades de la Encuesta de Presupuestos Familiares (COICOP/HBS). En concreto en el Grupo 09 denominado Ocio, Espectáculos y Cultura, en el que se mezclan bienes y servicios. Dentro de este Grupo nos centramos, fundamentalmente, en los servicios recreativos y culturales, que comprende las siguientes categorías:

- Servicios recreativos y deportivos.
- Servicios culturales
    - Bailes, cines, teatros y espectáculos.
    - Museos, jardines botánicos, bibliotecas y similares.
    - Cuotas por licencia de radio y televisión; suscripciones a redes por cable y satélite.
    - Alquiler de televisión y vídeos.
    - Servicios para fiestas privadas, servicios fotográficos y servicios para animales domésticos.
- Juegos de azar.

Además, también se consideran los gastos relacionados con la rúbrica “Vacaciones todo incluido”.

3.1. Análisis descriptivo

Con la intención de analizar cuál ha sido la evolución del comportamiento de los consumidores de bienes y servicios de ocio, espectáculos y cultura en la economía española, de acuerdo con los datos de las Encuestas de Presupuestos Familiares de 2006 y 2010, se ha considerado, en primer lugar, el Cuadro 2, donde se sitúa el comportamiento de estos tipos de gastos en relación con el resto.

CUADRO 2. GASTO MEDIO POR HOGAR EN BIENES Y SERVICIOS (2006-2010)

Grupos de gastos en bienes y servicios	% sobre total gastos		% sobre total servicios	
	2006	2010	2006	2010
Alimentos y bebidas no alcohólicas	17.85	18.27		
Bebidas alcohólic., tabaco y narcóticos	2.20	2.55		
Artículos de vestir y calzado	8.51	7.36		
Vivienda, agua, elec., gas y otr. comb.	8.59	11.57		
Mobiliario, equip. hogar y gastos corr.	7.16	6.36		
Salud	3.64	4.00		
Transportes	17.89	15.64		
Comunicaciones	3.36	3.83		
Ocio, espectáculos y cultura	8.46	8.31		
Enseñanza	1.09	1.38		
Hoteles, cafés y restaurantes	11.65	11.21		
Otros bienes y servicios	9.58	9.53		
Suma bienes y servicios	100.00	100.00		
Suma importe anual medio por hogar en bienes y servicios	25,130.28	24,322.74		
Grupos de gastos en servicios				
Servicios y reparaciones para el hogar	4.34	5.72	9.93	11.94
Servicios de la vivienda	4.35	5.93	9.94	12.39
Servicio doméstico	1.36	1.50	3.12	3.13
Servicios médicos	2.28	2.56	5.22	5.34
Transporte personal	3.29	3.46	7.54	7.23
Transporte público	1.32	1.35	3.03	2.81
Correos y comunicaciones	3.28	3.79	7.50	7.91
Servicios de ocio y cultura	4.37	4.57	10.00	9.56
Enseñanza infantil de 0 a 6 años	0.28	0.37	0.63	0.78
Servicios de enseñanza	0.97	1.19	2.21	2.48
Servicios para el cuidado personal	1.37	1.31	3.12	2.74
Restaurantes	4.83	4.36	11.04	9.11
Cafés y bares	6.07	6.00	13.87	12.53
Hoteles	0.75	0.85	1.73	1.77
Seguros	3.71	4.08	8.48	8.51
Otros servicios	1.16	0.84	2.64	1.75
Suma Servicios	43.72	47.87	100.00	100.00
Suma importe anual medio por hogar en servicios	10,987.97	11,644.25		

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de las EPF de 2006 y 2010.

Se observa que el gasto anual medio por hogar en bienes y servicios ha disminuido en 2010 con respecto a 2006, como consecuencia de los efectos de la crisis económica, sin embargo ocurre lo contrario si nos centramos únicamente en los servicios consumidos por los hogares españoles. Estos representan en 2010 casi un 48 por ciento del

presupuesto total del hogar, habiéndose incrementado en torno a un 4 por ciento con respecto al año 2006.

Los hogares españoles destinan algo más de la mitad de su presupuesto a alimentación y bebidas no alcohólicas; transportes; hoteles, cafés y restaurantes; y vivienda. Los gastos totales en ocio, espectáculos y cultura, prácticamente no varían su evolución. Sin embargo, centrando la atención en los servicios, los mayores gastos se realizan en Cafés y bares; restaurantes; vivienda; reparaciones del hogar; y ocio y cultura.

Para profundizar en las características del gasto en ocio y cultura, la evolución temporal de los gastos desagregados del Grupo 9 de la EPF referentes a ocio, espectáculos y cultura se puede observar en el Cuadro 3.

Se detecta una evolución creciente tanto considerando conjuntamente bienes y servicios, como poniendo el acento única y exclusivamente en los servicios, representando estos últimos un importe superior al 60 por ciento con respecto al gasto total en el Grupo 9. En el caso de 2010 dicho porcentaje se acerca al 70 por ciento.

CUADRO 3. GASTO EN OCIO, ESPECTÁCULOS Y CULTURA. DESGLOSE POR CATEGORÍA (2006-2010)

	2006		2010	
RÚBRICA DE GASTO	IMPORTE ANUAL MEDIO (€)	% S/TOTAL	IMPORTE ANUAL MEDIO (€)	% S/TOTAL
Equipos para la recepción, grabación y reproducción	18.21	0.75	11.06	0.51
Televisores y vídeos	101.82	4.22	140.72	6.45
Equipo fotográfico y cinematográfico	41.26	1.71	24.73	1.13
Instrumentos ópticos	0.78	0.03	0.71	0.03
Material de tratamiento de la información	131.46	5.44	94.30	4.32
Soporte para el registro de imagen, sonido y datos	74.62	3.10	0.00	0.00
Reparación de equipos y accesorios audiovisuales	35.61	1.47	20.74	0.95
Grandes equipos relacionados con deportes y ocio	18.29	0.76	29.07	1.33
Instrumentos musicales	11.82	0.49	9.55	0.44
Grandes equipos relacionados con deportes y ocio	2.46	0.10	4.81	0.22
Mantenimiento y reparación de grandes equipos	6.49	0.27	1.21	0.06
Juegos, juguetes, hobbies y pequeños instrumentos	167.03	6.92	161.57	7.40
Equipos para deporte, camping y entretenimiento	46.42	1.92	40.50	1.86
Jardinería y flores	72.04	2.98	62.49	2.86
Compra de animales domésticos	5.60	0.23	3.88	0.18
Artículos relativos a animales domésticos	64.03	2.65	68.49	3.14
Servicios recreativos y deportivos	209.37	**8.67**	221.35	**10.14**
Bailes, cines, teatros y espectáculos	119.93	4.97	111.07	5.09
Museos, jardines botánicos, bibliotecas y similares	10.37	0.43	8.51	0.39
Cuotas por licencia de radio y televisión, redes	80.78	3.35	77.79	3.56

Alquiler de televisión y vídeos	11.50	0.48	3.39	0.16
Servicios para fiestas privadas, servicios fotográf.	87.66	3.63	75.80	3.47
Juegos de azar	218.41	**9.04**	203.08	**9.30**
Libros no de texto	91.64	3.79	78.57	3.60
Libros de texto de educación superior	15.99	0.66	11.21	0.51
Resto de libros de texto	77.14	3.19	69.50	3.18
Prensa	158.88	6.58	112.26	5.14
Impresos diversos	5.53	0.23	4.81	0.22
Artículos de papelería y pintura	56.21	2.33	53.33	2.44
Vacaciones todo incluido	467.76	**19.37**	478.31	**21.91**
SUMA GRUPO 9 BIENES Y SERVICIOS	2,414.70	100.00	2182.82	100.00
SUMA SERVICIOS DE OCIO Y CULTURA	1,484.06	61.46	1505.60	68.97

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de las EPF de 2006 y 2010.

Dentro de las distintas rúbricas de gasto, destacan servicios propiamente dichos como son vacaciones todo incluido; servicios recreativos y deportivos; y juegos de azar. Representando en conjunto en torno al 37 y 41 por ciento, respecto a 2006 y 2010.

Destacar también otras rúbricas de gasto, aunque con menor importancia que la anteriores, como son juegos, juguetes, hobbies y pequeños instrumentos musicales; prensa; bailes, cines, teatros y espectáculos; material informático; y televisores y vídeos.

De acuerdo con la metodología de la Encuesta de Presupuestos Familiares, el consumo de ocio, espectáculos y cultura presenta importantes diferencias según las características de los hogares. En este trabajo nos centramos en dos características principales como son la renta y el territorio.

El Cuadro 4 presenta la información referente a los ingresos netos totales del sustentador principal clasificados por cuartil de renta.

En 2006 los mayores porcentajes de hogares se concentran en el primer y segundo cuartil de renta, superando en ambos casos el 40 por ciento. En el tercer cuartil se sitúa el 8,4 por ciento mientras que en el cuarto tramo de renta se agrupa el 2,3 por ciento del total de hogares.

En 2010 los hogares situados en el segundo cuartil representan el 45.6 por ciento del total de hogares, mientras que en el tercer y cuarto cuartil aparecen el 11,9 y 3.1 por ciento. El porcentaje de hogares del primer tramo de renta se sitúa por debajo del 40 por ciento, al contrario de lo que ocurría en 2006.

CUADRO 4. GASTO MEDIO POR HOGAR SEGÚN CUARTIL DE INGRESOS (2006-2010)

INGRESOS MENSUALES NETOS TOTALES DEL SUSTENTADOR PRINCIPAL (CUARTIL DE INGRESOS)	GRUPO 9 EPF			SERVICIOS DE OCIO Y CULTURA		
	Importe anual medio por hogar (€)		Evolución	Importe anual medio por hogar (€)		Evolución
	2006	2010	2006=100	2006	2010	2006=100
1º Cuartil (menos de 1000 €)	1,573.31	1,294.78	82.30	1,012.23	940.75	92.94
2º Cuartil (de 1000 a menos de 2000 €)	2,630.99	2,248.17	85.45	1,580.10	1,488.56	94.21
3º Cuartil (de 2000 a menos de 3000 €)	4,232.60	3,734.27	88.23	2,380.31	2,394.34	100.59
4º Cuartil (3000 y más €)	5,419.20	5,278.00	97.39	3,207.84	3,296.65	102.77

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de las EPF de 2006 y 2010.

De la observación de los datos se observa que los hogares situados en el cuarto cuartil de renta destinan un mayor consumo medio tanto en el grupo 9 como contemplando solo los gastos en servicios. En estos últimos se observa una evolución creciente del consumo medio en los tramos de renta superiores.

El gasto medio en el conjunto del grupo 9 de la EPF disminuye de forma clara en 2010 con respecto a 2006, como consecuencia de la crisis económica.

En el Cuadro 5 se muestra el consumo medio por hogar de acuerdo con la región donde está ubicado el hogar.

CUADRO 5. GASTO MEDIO POR HOGAR EN LAS REGIONES ESPAÑOLAS (2006-2010)

REGIÓN	GRUPO 9 EPF			SERVICIOS DE OCIO Y CULTURA		
	Importe anual medio por hogar (€)		Evolución	Importe anual medio por hogar (€)		Evolución
	2006	2010	2006=100	2006	2010	2006=100
Andalucía	2,239.30	1,983.81	88.59	1,311.31	1,242.87	94.78
Aragón	2,370.24	2,095.29	88.40	1,458.08	1,451.03	99.52
Asturias	2,232.76	2,153.49	96.45	1,339.96	1,516.64	113.19
Baleares	2,677.32	2,166.82	80.93	1,559.30	1,267.42	81.28
Canarias	2,359.03	1,733.54	73.49	1,257.80	1,183.51	94.09
Cantabria	2,271.34	2,234.87	98.39	1,607.35	1,483.02	92.26
Castilla y León	2,382.89	2,080.79	87.32	1,594.50	1,657.60	103.96
Castilla-La Mancha	1,862.54	1,894.09	101.69	1,213.06	1,419.70	117.03
Cataluña	2,599.54	2,530.34	97.34	1,599.76	1,889.30	118.10
Comunidad Valenciana	2,712.98	2,065.17	76.12	1,702.97	1,427.96	83.85
Extremadura	1,877.52	1,650.59	87.91	1,086.38	1,115.17	102.65
Galicia	2,127.25	1,768.77	83.15	1,282.16	1,142.71	89.12
Madrid	2,855.38	2,902.53	101.65	1,635.09	1,846.50	112.93
Murcia	2,110.88	1,971.08	93.38	1,150.70	1,254.75	109.04
Navarra	3,160.18	2,540.16	80.38	2,232.65	1,839.82	82.41
País Vasco	2,649.66	2,371.03	89.48	1,644.45	1,611.02	97.97

Rioja	2,309.22	2,498.78	108.21	1,640.05	1,824.32	111.24
Ceuta y Melilla	1,832.95	1,904.84	103.92	927.39	1,354.72	146.08
España	2,414.70	2,182.82	90.40	1,484.06	1,505.60	101.45

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de las EPF de 2006 y 2010.

Las regiones españolas que presentan un consumo medio en bienes y servicios de ocio, espectáculos y cultura superior a la media nacional en 2006 son: Navarra, Madrid, Comunidad Valenciana, Baleares, País Vasco y Cataluña, mientras que en 2010 son: Madrid, Navarra, Cataluña, Rioja, País Vasco y Cantabria.

Respecto a los servicios, las regiones española que presentan un consumo superior a la media nacional en 2006 son: Navarra, Comunidad Valenciana, País Vasco, Rioja, Madrid, Cantabria, Cataluña, Baleares, y Castilla y León. Mientras que en 2010 son: Cataluña, Madrid, Navarra, Rioja, Castilla y León, País Vasco y Asturias.

La evolución más positiva en cuanto a los servicios se detecta en: Ceuta y Melilla, Cataluña, Castilla-La Mancha, Asturias y Madrid.

3.2. Regresión Probit

La regresión probit consiste en analizar el efecto causal de diferentes factores en la decisión de gastar en servicios recreativos y culturales. Utilizamos un modelo probit binario en el que la decisión sobre el gasto en servicios recreativos y culturales es una función de las características de los hogares (número de miembros, ingresos netos mensuales y tenencia de la vivienda), la persona de referencia (sexo, edad, situación laboral, estado civil y nivel de estudios terminados) y la ubicación del hogar (tamaño del municipio).

Se realiza para cada año, 2006 y 2010, y para cada territorio, estimaciones probit para determinar las variables que influyen en la probabilidad de que se gaste una cantidad de dinero o no en un servicio de ocio, espectáculos y cultura.

La descripción de las variables independientes o explicativas se recogen en el Cuadro 7.

CUADRO 7. DESCRIPCIÓN VARIABLES EXPLICATIVAS

VARIABLE	TIPO	VALORES	
Constante			C
Número de miembros en el hogar	Cuantitativa discreta		NUMMIEMB
Ingresos mensuales netos totales del hogar	Cuantitativa discreta		IMPEXAC
Sexo del sustentador principal	Cuantitativa dicotómica	Hombre	SEXOSPH*
		Mujer	SEXOSPM
Situación socioeconómica del sustentador principal	Cualitativa nominal	Ocupado	SITSOCI1
		Parado	SITSOCI2*
		Retirado o jubilado	SITSOCI3
		Otros inactivos	SITSOCI4
Tamaño del municipio	Cualitativa nominal	Menos de 10.000 habitantes	TAMAMU1*
		10.000 habitantes o más	TAMAMU2
		20.000 habitantes o más	TAMAMU3
		50.000 habitantes o más	TAMAMU4
		100.000 habitantes o más	TAMAMU5
Edad del sustentador principal	Cualitativa nominal	Menor de 35 años	EDADSP1*
		Entre 35 y 64 años	EDADSP2
		65 años y más	EDADSP3
Régimen de tenencia de la vivienda	Cualitativa nominal	Cesión	REGT1
		Alquiler	REGT2*
		Propiedad	REGT3
Estudios completados por sustentador principal	Cualitativa nominal	Primarios	ESTUDIOSCOM 1*
		Medios	ESTUDIOSCOM 2
		Superiores	ESTUDIOSCOM 3
Estado civil del sustentador principal	Cualitativa nominal	Soltero	ESTCSP1
		Casado	ESTCSP2*
		Viudo	ESTCSP3
		Separado	ESTCSP4
		Divorciado	ESTCSP5

* Variable de referencia

Los resultados de las estimaciones se resumen en el Cuadro 8 con el objetivo de tener una perspectiva global de los aspectos fundamentales del análisis.

Entre todas las variables consideradas es el grado de urbanización, y más concretamente vivir en una ciudad con más de 100.000 habitantes, que se considera generalmente como la representación de la oferta de servicios recreativos y culturales, uno de los factores más significativos del gasto en servicios de ocio y cultura. Y ello es así, no solo a nivel nacional, sino en todas las regiones españolas con la excepción de Navarra, Rioja y Ceuta y Melilla.

Otra variable muy importante a tener en cuenta es la que viene representada por el estado civil de la persona de referencia cuando éste es de soltería. De este modo, cuando la persona de referencia está soltera, el hogar tiene una mayor probabilidad de gastar en servicios de ocio y cultura, situación que se produce tanto en España como en cada una de sus regiones. Ello está en línea con los resultados obtenidos en relación a la edad, es decir, cuanto mayor es la persona de referencia menor será la probabilidad de que se produzca el gasto en servicios de ocio y cultura, hecho que se dá tanto a nivel nacional como en el resto de regiones, con la excepción de Andalucía, Aragón y Murcia antes de la crisis.

Las variables socioeconómicas presentan un panorama mixto, en el que los niveles de educación superior conducen a la reducción de la probabilidad de que se produzca el gasto. Circunstancia que se presenta tanto a nivel nacional como regional. Sin embargo, teniendo en cuenta el estado de la actividad, en particular el estar ocupado, que se utiliza en comparación con los desempleados, jubilados o inactivos, presenta una mayor probabilidad del gasto.

Es necesario tener en cuenta el cambio en el régimen de tenencia de la vivienda, antes de la crisis los propietarios tenían una mayor probabilidad de que se produjera el gasto en servicios de ocio y cultura, por el contrario, en 2010, los inquilinos muestran una mayor probabilidad de gasto, y ello se dá tanto a nivel nacional como regional.

El género de la persona de referencia en el hogar no llega a ser significativo a nivel nacional. Si bien por comunidades autónomas presenta situaciones diferentes. En Andalucía, antes de la crisis, si la persona de referencia es hombre el hogar tiene una mayor probabilidad de gasto en servicios de ocio y cultura, sin embargo, en plena crisis económica, el hecho de ser hombre la persona de referencia supone una menor probabilidad de llevar a cabo dicho gasto. En otras regiones como Castilla y León, Cataluña, Comunidad Valenciana, Extremadura, Madrid y Rioja, el género masculino en la persona de referencia reduce la probabilidad de gasto.

En cuanto a variables relacionadas con las características de los hogares, es decir, el número de miembros y los ingresos netos mensuales del hogar, la primera variable presenta una influencia positiva en la probabilidad del gasto en servicios de ocio y cultura a nivel nacional, sin embargo a nivel regional se producen diferencias. Así, hay un grupo de comunidades autónomas formado por Aragón, Asturias, Castilla y León, Madrid, Murcia, Navarra y País Vasco, donde el número de miembros en el hogar

reduce la probabilidad de gasto. En Andalucía, antes de la crisis, el número de miembros en el hogar aumenta la probabilidad de gasto, sin embargo, en plena crisis, disminuye dicha probabilidad. En lo que afecta a la renta, expresada por los ingresos mensuales netos totales del hogar, como era de esperar, incide de forma positiva en la probabilidad de gasto en servicios de ocio y cultura a nivel nacional y por regiones.

CUADRO 8 . ANÁLISIS PROBIT (COEFICIENTES Y SIGNIFICATIVIDAD)

CONSUMO DE SERVICIOS DE OCIO Y CULTURA (2006-2010)

VARIABLES INDEPENDIENTES	ESPAÑA				ANDALUCÍA				ARAGÓN				ASTURIAS			
	2006	sig.	2010	sig.	2006	sig.	2010	sig.	2006	sig.	2010	sig.	2006	sig.	2010	sig.
C	-1,239	**	-1,212	**	-,229	**	-,106	*	-,114		-,184	*	-,107		,085	
NUMMIEMB	,010	**	,007	**	,058	*	-,060	**	-.092	**	-,070	**	-,099	**	-,147	**
IMPEXAC	,000	**	,000	**	,000	**	,000	**	,000	**	,000	**	,000	**	,000	**
SEXOSPH	,007		,006		,022	**	-,121	**	-,143		-,113		-,021		-,111	
REF.: (Parado)																
SITSOCI1	,813	**	,802	**	,815	**			,816	**	,878	**	-,852	**	,825	**
SITSOCI3	-,167	**	-,167	**	-,167	*			-,167		-,167		-,167		-,167	
SITSOCI4	-,293	**	-,293	**	-,293	**			-,293		-,293	*	-,293		-,293	*
REF.: (< 10.000 hab.)																
TAMAMU2	,165	**	,165	**	,166	**	,166	**			,167	*	,167		,167	
TAMAMU3	,408	**	,408	**	,409	**	,409	**			,411	**	,411	**	,411	**
TAMAMU4	,839	**	,839	**	,840	**	,840	**			,842	**	,841	**	,841	**
TAMAMU5	4,404	**	4,404	**	4,504	**	4,507	**			4,791	**	4,667	**	4,551	**
REF.: (menor de 35 años)																
EDADSP2	-,208	**	-3,253	**	,431	**	-4,417		,431	**			-,210	**		
EDADSP3	-,365	**	-3,684	**	4,799		-4,847		4,796				-,355	**		
REF.: (alquiler)																
REGT1	-,450	**	3,007	**	-,417	**	3,752		-,453	**	4,335		-,402	**	4,229	
REGT3	1,071	**	-,431	**	1,113	**	-,431	**	1,135	**	-,431	**	1,209	**	-,431	**
RFA.: (estudios primarios)																
ESTUDIOSCOM2	-,515	**	-4,440	**	-,560	**	-4,425		-,470	**	-4,443		-,519	**	-4,438	
ESTUDIOSCOM3	-,894	**	-4,871	**	-,935	**	-4,855		-,832	**	-4,873		-,886	**	-4,868	
RFA.: (casado)																
ESTCSP1	4,092	**	3,306	**	4,175		4,128		3,459	*	4,138		4,174		4,133	
ESTCSP3	-,431	**	-,431	**	-,431	**	-,431	**	-,430	**	-,431	**	-,431	**	-,431	**
ESTCSP4	-,675	**	-,674	**	-,675	**	-,675	**	-,673	**	-,675	**	-,675	**	-,675	**
ESTCSP5	-,842	**	-,842	**	-,842	**	-,842	**	-,840	**	-,842	**	-,842	**	-,842	**

p<0.10 (*), p<0.05 (**). Entre paréntesis se indican las categorías de referencia.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de las EPF de 2006 y 2010.

CUADRO 8. ANÁLISIS PROBIT (COEFICIENTES Y SIGNIFICATIVIDAD)

CONSUMO DE SERVICIOS DE OCIO Y CULTURA (2006-2010)

VARIABLES INDEPENDIENTES	BALEARES				CANARIAS				CASTILLA Y LEÓN				CASTILLA-LA MANCHA			
	2006	sig.	2010	sig.	2006	sig.	2010	sig.	2006	sig.	2010	sig.	2006	sig.	2010	sig.
C	-,218	**	-,172	*	-,126		-,013		-,297		-,354	**	-,652		-,579	**
NUMMIEMB	-,015		,000		-,027		-,036		-,067	**	-,056	**	-,003		-,018	
IMPEXAC	,000		,000		,000		,000		,000	**	,000	**	,000	**	,000	**
SEXOSPH	-,070		-,073		,019		,002		-,225	**	-,163	**	-,017		-,067	
REF.: (Parado)																
SITSOCI1	,804	**	,853	**	,889	**	,828	**	,834	**	,768	**	,781	**	,763	**
SITSOCI3	-,167		-,167		-,167		-,167	*	-,167		-,167		-,167		-,167	*
SITSOCI4	-,293		-,293		-,293		-,293	**	-,293		-,293	**	-,293	*	-,293	**
REF.: (< 10.000 hab.)																
TAMAMU2			,166		,166		,167		,167		,167		,167	**	,169	**
TAMAMU3			,409	**	,408	**	,411	**	,410	**	,410	**	,410	**	,412	**
TAMAMU4			,839	**	,839	**	,841	**	,839	**	,840	**	,841	**	,843	**
TAMAMU5			4,553	**	4,516	**	4,493	**	4,398	**	4,424	**	4,405	**	4,389	**
REF.: (menor de 35 años)																
EDADSP2	-,217	**			-,211	**			-,215	**			-,189	**	-2,160	**
EDADSP3	-,375	**			-,366	**			-,372	**			-,354	**	-2,591	**
REF.: (alquiler)																
REGT1	-,492	**	4,357		-,477	**	3,789		-,437	**	4,274		-,497	**	2,114	**
REGT3	,911	**	-,431	**	1,049	**	-,431	**	1,145	**	-,431	**	1,082	**	-,431	**
RFA.: (estudios primarios)																
ESTUDIOSCOM2	-,483	**	-4,443		-,545	**	-4,432		-,475	**	-4,440		-,524	**	-4,404	
ESTUDIOSCOM3	-,873	**	-4,874		-,926	**	-4,862		-,859	**	-4,871		-,908	**	-4,842	
RFA.: (casado)																
ESTCSP1	3,406	**	4,134		4,140		4,078		4,166		4,164		4,204		2,160	**
ESTCSP3	-,430	**	-,431	**	-,431	**	-,431	**	-,431	**	-,431	**	-,431	**	-,431	**
ESTCSP4	-,672	**	-,675	**	-,675	**	-,675	**	-,674	**	-,675	**	-,675	**	-,674	**
ESTCSP5	-,839	**	-,842	**	-,842	**	-,842	**	-,842	**	-,842	**	-,842	**	-,842	**

p<0.10 (*), p<0.05 (**). Entre paréntesis se indican las categorías de referencia.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de las EPF de 2006 y 2010.

CUADRO 8. ANÁLISIS PROBIT (COEFICIENTES Y SIGNIFICATIVIDAD)

CONSUMO DE SERVICIOS DE OCIO Y CULTURA (2006-2010)

VARIABLES INDEPENDIENTES	CATALUÑA				COMUNIDAD VALENCIANA				EXTREMADURA				GALICIA			
	2006	sig.	2010	sig.	2006	sig.	2010	sig.	2006	sig.	2010	sig.	2006	sig.	2010	sig.
C	-,071		-,019		-,178	**	-,237	**	-,657	**	-,196	**	-,369	**	-,288	**
NUMMIEMB	-,071	**	-,045	**	-,014		-,045	**	-,049	**	-,048	**	-,052	**	-,074	**
IMPEXAC	,000	**	,000		,000		,000	**	,000	**	,000	**	,000	*	,000	**
SEXOSPH	-,107	*	-,109	**	-,146	**	-,064		-,011		-,113	**	-,042		-,032	
REF.: (Parado)																
SITSOCI1	,768	**	,798	**	,791	**	,807	**	,741	**	,802	**	,850	**	,787	**
SITSOCI3	-,167		-,167	*	-,167		-,167	**	-,167		-,167	**	-,167		-,167	
SITSOCI4	-,293	*	-,293	**	-,293	*	-,293	**	-,293	**	-,293	**	-,293		-,293	**
REF.: (< 10.000 hab.)																
TAMAMU2	,165	**	,166	**	,166	**	,166	**	,167	*	,165	**	,166	**	,166	**
TAMAMU3	,409	**	,409	**	,409	**	,409	**	,410	**	,408	**	,410	**	,410	**
TAMAMU4	,839	**	,839	**	,840	**	,840	**	,841	**	,839	**	,840	**	,840	**
TAMAMU5	4,477	**	4,534	**	4,518	**	4,537	**	4,395	**	4,404	**	4,463	**	4,483	**
REF.: (menor de 35 años)																
EDADSP2	-,209	**	-4,432		-,212	**			-,199	**	-3,253	**	-,216	**		
EDADSP3	-,366	**	-4,862		-,369	**			-,360	**	-3,684	**	-,365	**		
REF.: (alquiler)																
REGT1	-,449	**	3,734		-,436	**	4,212		-,510	**	3,007	**	-,453	**	4,232	
REGT3	,962	**	-,431	**	1,028	**	-,431	**	1,150	**	-,431	**	1,140	**	-,431	**
RFA.: (estudios primarios)																
ESTUDIOSCOM2	-,495	**	-3,792	**	-,489	**	-4,436		-,529	**	-4,440	**	-,521	**	-4,429	
ESTUDIOSCOM3	-,874	**	-4,223	**	-,886	**	-4,867		-,920	**	-4,871	**	-,886	**	-4,860	
RFA.: (casado)																
ESTCSP1	3,394	**	4,109		4,155		4,135		3,485		3,306	**	4,167		4,143	
ESTCSP3	-,430	**	-,431	**	-,431	**	-,431	**	-,430	**	-,431	**	-,431	**	-,431	**
ESTCSP4	-,673	**	-,675	**	-,675	**	-,675	**	-,673	**	-,674	**	-,675	**	-,675	**
ESTCSP5	-,839	**	-,842	**	-,842	**	-,842	**	-,840	**	-,842	**	-,842	**	-,842	**

p<0.10 (*), p<0.05 (**). Entre paréntesis se indican las categorías de referencia.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de las EPF de 2006 y 2010.

CUADRO 8. ANÁLISIS PROBIT (COEFICIENTES Y SIGNIFICATIVIDAD)

CONSUMO DE SERVICIOS DE OCIO Y CULTURA (2006-2010)

VARIABLES INDEPENDIENTES	MADRID				MURCIA				NAVARRA				PAÍS VASCO			
	2006	sig.	2010	sig.	2006	sig.	2010	sig.	2006	sig.	2010	sig.	2006	sig.	2010	sig.
C	,680	**	,774	**	-,198	**	-,035		-,370	**	-,416	**	-,240	**	-,194	**
NUMMIEMB	-,020		-,068	**	-,057	**	-,049	**	-,054	*	-,062	**	-,033		-,050	**
IMPEXAC	,000		,000		,000	**	,000	**	,000		,000	**	,000		,000	
SEXOSPH	-,241	**	-,224	**	,054		-,117		,022		-,102	*	-,034		-,039	
REF.: (Parado)																
SITSOCI1	,815	**	,857	**	,773	**	,767	**	,806	**	,817	**	,871	**	,822	**
SITSOCI3	-,167		-,167	**	-,167		-,167	*	-,167		-,167		-,167		-,167	*
SITSOCI4	-,293	*	-,293	**	-,293		-,293	**	-,293		-,293	*	-,293	**	-,293	**
REF.: (< 10.000 hab.)																
TAMAMU2	,167		,167		,167		,167						,166	**	,166	**
TAMAMU3	,411	**	,411	**	,411	**	,411	**					,409	**	,409	**
TAMAMU4	,842	**	,842	**	,842	**	,841	**					,840	**	,840	**
TAMAMU5	4,557	**	4,544	**	4,707	**	4,521	**					4,508	**	4,505	**
REF.: (menor de 35 años)																
EDADSP2	-,206	**			,431	**	-4,428		-,198	**			-,206	**		
EDADSP3	-,361	**			4,791		-4,859		-,357	**			-,364	**		
REF.: (alquiler)																
REGT1	-,424	**	4,338		-,491	**	3,764		-,442	**	4,250		-,422	**	4,290	
REGT3	1,015	**	-,431	**	1,070	**	-,431	**	1,008	**	-,431	**	1,112	**	-,431	**
RFA.: (estudios primarios)																
ESTUDIOSCOM2	-,479	**	-4,445		-,577	**	-4,402		-,466	**	-3,798	**	-,529	**	-3,802	**
ESTUDIOSCOM3	-,892	**	-4,875		-,957	**	-4,833		-,822	**	-4,228	**	-,883	**	-4,233	**
RFA.: (casado)																
ESTCSP1	4,113		4,095		4,192		4,145		3,921		3,431	**	4,130		4,106	
ESTCSP3	-,431	**	-,431	**	-,431	**	-,431	**	-,431	**	-,430	**	-,431	**	-,431	**
ESTCSP4	-,675	**	-,675	**	-,675	**	-,675	**	-,675	**	-,673	**	-,675	**	-,675	**
ESTCSP5	-,842	**	-,842	**	-,842	**	-,842	**	-,842	**	-,839	**	-,842	**	-,842	**

p<0.10 (*), p<0.05 (**). Entre paréntesis se indican las categorías de referencia.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de las EPF de 2006 y 2010.

CUADRO 8 . ANÁLISIS PROBIT (COEFICIENTES Y SIGNIFICATIVIDAD)

CONSUMO DE SERVICIOS DE OCIO Y CULTURA (2006-2010)

VARIABLES INDEPENDIENTES	RIOJA				CEUTA Y MELILLA			
	2006	sig.	2010	sig.	2006	sig.	2010	sig.
C	-,249	*	-,345	**				
NUMMIEMB	-,049		,004					
IMPEXAC	,000	**	,000	**				
SEXOSPH	-,214	*	-,176	**				
REF.: (Parado)								
SITSOCI1	,808	**	,790	**	,855	**	,810	**
SITSOCI3	-,167		-,167		-,167		-,167	
SITSOCI4	-,293		-,293		-,293		-,293	
REF.: (< 10.000 hab.)								
TAMAMU2								
TAMAMU3								
TAMAMU4								
TAMAMU5								
REF.: (menor de 35 años)								
EDADSP2	-,200	**			-,218	*		
EDADSP3	-,358	**			-,370	**		
REF.: (alquiler)								
REGT1	-,433	**	4,162		-,468		4,399	
REGT3	1,112	**	-,431	**	,852	**	-,431	**
RFA.: (estudios primarios)								
ESTUDIOSCOM2	-,543	**	-4,445		-,590	**	-4,430	
ESTUDIOSCOM3	-,902	**	-4,876		-,982	**	-4,861	
RFA.: (casado)								
ESTCSP1	4,203		4,150		4,200		3,513	
ESTCSP3	-,431	**	-,431	**	-,431	**	-,430	**
ESTCSP4	-,675	**	-,675	**	-,675		-,674	
ESTCSP5	-,842	**	-,842	**	-,842	**	-,839	**

p<0.10 (*), p<0.05 (**). Entre paréntesis se indican las categorías de referencia.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de las EPF de 2006 y 2010.

4.Conclusiones

En este trabajo, en primer lugar, se ha tratado de determinar si los patrones de consumo de servicios de ocio y cultura de los hogares españoles han sido modificados por la actual recesión. Y, en segundo lugar, se ha pretendido identificar los principales factores explicativos de la decisión del gasto en dichos servicios.

Una primera mirada al ámbito internacional ha demostrado que el gasto en bienes y servicios de ocio y cultura ha disminuido en la mayoría de los países de la OCDE. Sin

embargo, en España la tendencia mostrada por los servicios de ocio y cultura ha sido todo lo contrario, el gasto medio en este tipo de servicios creció durante el intervalo temporal analizado 2006-2010.

Tal y como era de esperar, los hogares españoles presentan diferencias en el gasto en servicios de ocio y cultura en función de la renta de la familia y la región de residencia, tal y como se recoge también en las conclusiones de estudios más generales sobre los patrones de consumo de los servicios (Hernández, 2005; Mañas y Gabaldón, 2001; Mañas et al., 2002). En nuestro trabajo se detecta que en 2010, disminuye el importe anual medio destinado al gasto en servicios de ocio y cultura en aquellos hogares situados en el primer y segundo cuartil de renta, mientras que aumenta ligeramente en los clasificados en el tercer y cuarto cuartil. Lo anterior contrasta con el gasto total en bienes y servicios de ocio y cultura, donde en 2010 disminuye en todos los tramos de renta considerados, sobre todo de forma más intensa en el primer, segundo y tercer cuartil. En relación a la situación geográfica del hogar, el lugar de residencia influye en la prestación de este servicio, y en consecuencia, en el consumo del mismo. De acuerdo con otros trabajos (Boix y Lazzereti, 2012; Köster, 2006), existen diferencias sustanciales entre las regiones españolas tanto en el total de gasto en bienes y servicios de ocio y cultura, como en el caso de los servicios. Centrándonos en el caso de los servicios, en 2010, se plantean dos bloques de regiones claramente diferenciados, un primer bloque formado por aquellas comunidades autónomas que presentan un crecimiento notable en el gasto como son los casos de Cataluña, Castilla-La Mancha, Asturias, Madrid, Rioja, Murcia, y especialmente Ceuta y Melilla, y por otro lado, el resto de regiones españolas donde se ha producido mayoritariamente una disminución del gasto o un leve aumento como son los casos de Castilla y León, y Extremadura.

La estimación de un modelo de regresión probit ha permitido identificar los principales factores explicativos de la decisión del gasto en servicios recreativos y culturales en España y sus regiones. De este modo, destaca la variable relativa al grado de urbanización, en concreto residir en una ciudad con más de 100.000 habitantes, que se considera generalmente como la representación de la oferta de servicios de ocio y cultura, resulta ser uno de los factores más significativos del gasto en esta categoría de servicios, tanto a nivel nacional como regional. Otra variable muy importante es el estado civil de soltería que está en concordancia con el hecho de que la edad parece afectar negativamente la decisión de gasto, ello es así en todas las regiones salvo en Andalucía, Aragón y Murcia antes de la crisis. En lo relativo a las variables

socioeconómicas, los niveles de educación superior disminuyen la probabilidad de gasto. Y destaca el cambio que se produce en el régimen de tenencia de la vivienda, ya que antes de la crisis los propietarios tuvieron una mayor probabilidad de gasto en servicios de ocio y cultura, pero en 2010 son los inquilinos los que presentan una mayor probabilidad de gasto, tanto a nivel del país como por regiones.

El número de miembros en el hogar influye positivamente en la decisión del gasto en servicios de ocio y cultura a nivel nacional, pero en el ámbito regional se producen divergencias. De este modo, en Aragón, Asturias, Castilla y León, Madrid, Murcia, Navarra y País Vasco, esta variable reduce la probabilidad de gasto. En el caso de Andalucía, antes de la crisis, el número de miembros en el hogar favorece positivamente la probabilidad de gasto, sin embargo, en 2010, ocurre lo contrario. Por su parte, la renta influye, como era de esperar, de forma positiva en la probabilidad de gasto en servicios recreativos y culturales tanto a nivel regional como nacional.

En cuanto a los tres escenarios presentados por Pratt, el hecho de que el consumo de servicios de ocio y cultura no haya sido tan gravemente afectado por la crisis como otras industrias, en combinación con la estrecha relación que este tipo de servicios tiene con industrias muy dinámicas, como el turismo, apoya su idea de que "no puede ser la primera victima, pero, tal vez, irónicamente, pueden hacer bien" (Pratt, 2009, p. 496).

5.Referencias bibliográficas

Adorno, T.; Horkheimer, M. (1947): *Dialektik der Aufklärung: Philosophische Fragmente. Amsterdam: Querido. English translation by John Cumming, Dialectic of Enlightenment. London: Verso. 1979.*

Baumol, W.J.; Bowen, W.G. (1966): *Perfoming arts-the economic dilemma. New York: The Twentieth Century Fund.*

Beyers, W.B. (2002): "Culture, services, and regional development", *Services Industries Journal*, nº 22, p. 4-34.

Beyers, W.B. (2008): "Cultural and recreational industries in the United States", *Services Industries Journal*, nº 28, p. 375-391.

Boix, R.; Lazzeretti, L. (2012): "La industria creativa en España: una panorámica", *Investigaciones Regionales*, nº 22, p. 181-206.

Boix, R.; Lazzeretti, L.; Capone, F.; de Propris, L.; Sánchez, D. (2012): *The geography of creative industries in Europe: A comparison analysis in Italy, France, the United Kingdom and Spain. In Lazzeretti, L. (ed.), Creative industries and innovation in Europe: Concepts, Measures and Comparative Case Studies, Routledge*.

Carrasco, S.; Escuder, R. (2007): "El Análisis entre dos realidades en cultura", *Investigaciones de la Comunicación*, nº 18, 2.

Corral, M. (ed) (2003): *Cultura, comercio y globalización. Preguntas y respuestas. UNESCO*.

DCMS (2001): *The Creative industries mapping document 2001*. *London: HMSO*.

Comisión Europea (2006): *The Economy of Culture in Europe. Dirección General de Educación y Cultura de la Comisión Europea. Bruxelless*.

Florida, R. (2002): *The rise of the creative class: And how it's transforming work, leisure, community and everyday life. New York, NY: Basic Books*.

García, M.I.; Fernández, Y.; Zofío, J.L. (2003): "The economic dimension of the culture and leisure industry in Spain: national, sectoral and regional analysis", *Journal of cultural Economics*, nº 27, p. 9-30.

García, M. I. (2007): *La dimensión económica de la industria de la cultura y el ocio en España. Mc-Graw Hill*.

García, M. I.; Zofío, J.L.; Herrarte, A.; Moral, J. (2009): "La aportación económica de la industria de la cultura y el ocio en España", *Estudios de Economía Aplicada*, nº 27, p. 63-88.

Grodach, C.; Seman, M. (2013): "The cultural economy in recession: Examining the US experience", *Cities*, nº 33, p. 15-28.

Hesmondhalgh, D. (2002): *The Cultural Industries. London: SAGE*.

Hernández, M. (2005): *Servicios y consumo regional: un análisis regional de los patrones de consumo. Tesis doctoral. Universidad de Granada*.

INE (2007): *Encuesta de presupuestos familiares 2006. Madrid: INE*.

INE (2011): *Encuesta de presupuestos famiiares 2010. Madrid: INE*.

Köster, P. (2006): "Análisis de la productividad en el sector de la cultura y el ocio español: Una perspectiva regional", Estudios de Economía Aplicada, nº 24-2.

Lasuén, J. R.; García, G.; Zofio, J. L. (2006): *Cultura y economía. Madrid, Fundación Autor*.

Lasuén, J.R.; Olmedilla, B; Zofio, J. L. (2004): *El comercio exterior de los servicios culturales españoles en el marco de la OCDE. SGAE*.

Lazzeretti, L.; Boix, R.; Capone, F. (2008): "Do creative industries cluster? Mapping creative local production systems in Italy and Spain", *Industry and Innovation*, nº 15, p. 549-567.

Mañas, E.; Gabaldón, P. (2001): "Los servicios culturales desde la perspectiva del gasto familiar", *ICE*, nº 792, Junio-Julio.

Mañas, E.: Gabaldón, P.; Cuadrado, J. R. (2002): *El consumo de servicios en los hogares españoles. Madrid, Instituto de Estudios Económicos*.

Markusen, A.; Schrock, G. (2006): "The artistic dividend: Urban specialization and economic development implications", *Urban Studies*, nº 43, p. 1661-1686.

Maslow, A. (1943): "A theory of human motivation", *Psychological Review*, nº 50, p. 370-396.

OECD (2012): *Public Database. Dataset. Final consumption expenditure of households. Recreation and culture. Paris: OECD.*

Pratt, A. (1997): "The cultural industries production system: a case study of employment change in Britain, 1984-91", *Environment and planning A*, nº 29, p. 1953-1974.

Pratt, A. (2009): "The creative and cultural economy and the recession", *Geoforum*, nº 40, p. 495-496.

Pratt, A.C.; Hutton, T.A. (2013): "Reconceptualising the relationship between the creative economy and the city: Learning from the financial crisis", *Cities*, nº 33, p. 86-95.

Scott, A. (1997): "The cultural economy of the city", International Journal of Urban and Regional Research, nº 21, p. 323-339.

Scott, A. (2007): "Capitalism and urbanization in a new key?: The cognitive-cultural dimension", *Social Forces*, nº 85, p. 1465-1482.

Stolarick, K.; Currid-Halkett, E. (2013): "Creativity and the crisis: The impact of creative workers on regional unemployment", *Cities*, nº 33, p. 5-14.

Throsby, D. (2001): *Economía y cultura. Akal*.

UNCTAD (2008): *The creative economy report. The challenge of assessing the creative economy: Towards informed policy-making. Geneva/New York: UNCTAD.*

UNCTAD (2010): *The creative economy report.Ccreative economy: a feasible development option. Geneva/New York: UNCTAD.*

WIPO (2003): *Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright Industries. Geneva: WIPO*.