

# **Departamento Administrativo Nacional de Estadística**



Dirección de Regulación, Planeación,  
Estandarización y Normalización  
-DIRPEN-

**Ficha Metodológica  
Encuesta de Consumo Cultural**

Abril de 2008



**FICHA METODOLÓGICA  
ENCUESTA DE CONSUMO CULTURAL  
-ECC-**

CÓDIGO: TS-ECC-FME-01  
VERSIÓN : 03  
PÁGINA 2  
FECHA: 22-04-08

CONCEPTO O VARIABLE	DESCRIPCION
<b>Nombre del programa</b>	Encuesta de Consumo Cultural
<b>Sigla de la investigación</b>	ECC
<b>Objetivo General</b>	Caracterizar prácticas y escenarios de consumo de bienes y servicios culturales de la población residente en Colombia de 5 años y más
<b>Objetivos Específicos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Construir una línea de base sobre prácticas y escenarios de consumo cultural.</li><li>• Construir indicadores de consumo cultural.</li><li>• Caracterizar preferencias del uso del tiempo libre y consumo cultural.</li><li>• Identificar el acceso a bienes y servicios culturales.</li><li>• Identificar motivos para el no consumo de bienes y servicios culturales.</li><li>• Producir información pertinente, actualizada y confiable para la gestión y evaluación de políticas, planes, programas, proyectos y actividades tanto públicas como privadas relacionadas con el consumo cultural y el uso del tiempo libre.</li></ul>
<b>Utilidad del proyecto</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Entregar datos actualizados y confiables que pueden alimentar los sistemas de información que monitorean el desarrollo tanto del sector cultural como de los sub-sectores asociados, a partir de los bienes, servicios y espacios culturales vinculados en la encuesta, así como de algunas actividades características del tiempo libre.</li><li>▪ A partir del conocimiento de las demandas y consumos actuales de los ciudadanos, entregarle a la institucionalidad pública cultural una herramienta que permita conocer algunos alcances en relación a temas prioritarios de las políticas públicas culturales como el acceso y uso de bienes y servicios culturales, el aprovechamiento de la infraestructura cultural y las actividades realizadas en el marco del tiempo libre.</li><li>▪ Ser herramienta para la revisión y el análisis de las políticas públicas macro como el Plan Decenal de Cultura 2001-2010, Visión 2019 “Forjar una cultura de convivencia” y el Plan Nacional de Desarrollo “Estado Comunitario: Desarrollo para Todos”.</li><li>▪ El conocimiento de los circuitos de flujo e intercambio de productos culturales tanto pagos como gratuitos, que permita establecer mapas de flujo y consecución de bienes y servicios culturales.</li><li>▪ Ofrecer información para el análisis del fenómeno cultural por parte de diferentes entidades, centros y grupos de investigación.</li></ul>



**FICHA METODOLÓGICA  
ENCUESTA DE CONSUMO CULTURAL  
-ECC-**

CÓDIGO: TS-ECC-FME-01  
VERSIÓN : 03  
PÁGINA 3  
FECHA: 22-04-08

CONCEPTO O VARIABLE	DESCRIPCION
	<ul style="list-style-type: none"><li>Facilitar la construcción de indicadores monetarios y no monetarios que nutran la medición macroeconómica de la cultura en las cuentas nacionales.</li></ul>
<b>Módulo de la encuesta</b>	<p><b>A. Identificación</b> A.1. Ubicación y localización A.2. Datos Vivienda A.3. Registro de personas</p> <p><b>B. Control de cobertura de la encuesta</b> Establecer el estado de la encuesta y proporcionar información sobre el trabajo de campo realizado.</p> <p><b>C. Características generales de las personas</b> Conocer las características básicas de los encuestados. En este punto se adquiere información relacionada con sexo, edad, estado civil, lugar de nacimiento, origen étnico, nivel socioeconómico, actividad principal y nivel de ingresos mensuales.</p> <p><b>D. Tiempo Libre</b> Identificar la cantidad de tiempo y las actividades que realizan las personas en su tiempo libre en una semana.</p> <p><b>E. Asistencia a presentaciones y espectáculos culturales</b> Caracterizar preferencias, frecuencias, motivos de no consumo y accesos pagos/gratuitos relacionados con la asistencia a presentaciones y espectáculos culturales.</p> <p><b>F. Publicaciones y audiovisuales</b> Indagar por las preferencias, frecuencias, motivos y accesos relacionados con el consumo de publicaciones y audiovisuales.</p> <p><b>G. Asistencia a espacios culturales</b> Caracterizar preferencias, frecuencias, motivos, accesos e inversiones económicas relacionadas con la asistencia a espacios culturales.</p> <p><b>H. Educación informal</b> Conocer las preferencias relacionadas con el acceso a ofertas educativas culturales y artísticas no escolarizadas.</p>
<b>Variables de estudio</b>	<p><b>Tiempo libre</b> Preferencias: prioridades en la inversión del tiempo general y el tipo de actividades desarrolladas en el tiempo libre. Tipos de actividades desarrolladas en el tiempo libre.</p> <p><b>Consumo de bienes culturales – videojuegos y televisión</b> Uso: cada cuánto (frecuencias)</p> <p><b>Consumo de bienes culturales – videos, libros, música grabada, revistas, radio y periódicos</b> Uso y preferencia: cada cuánto (frecuencias), cuáles (tipologías), a excepción de video.</p>



**FICHA METODOLÓGICA  
ENCUESTA DE CONSUMO CULTURAL  
-ECC-**

CÓDIGO: TS-ECC-FME-01  
VERSIÓN : 03  
PÁGINA 4  
FECHA: 22-04-08

CONCEPTO O VARIABLE	DESCRIPCION
	<p>Acceso: modalidad (gratuito/pago), gasto (rangos) Motivos: porqué no se consumen/usan En el caso de libros: cantidad de libros leídos.</p> <p><b>Consumo de servicios culturales – presentaciones y espectáculos Artes escénicas, visuales y plásticas, música en vivo, artesanías (ferias) y cine</b> Uso y preferencia: cada cuánto (frecuencias) Acceso: modalidad (gratuito/pago) y gasto (rangos) Motivos: porqué no se asiste En el caso de cine: géneros cinematográficos y cine colombiano.</p> <p><b>Consumo de servicios culturales –educación informal</b> Uso y preferencia: cuáles (tipologías)</p> <p><b>Uso de espacios culturales – bibliotecas, casas de la cultura, museos, galerías y salas de exposición, centros históricos y centros culturales</b> Uso: cada cuánto (frecuencias) Acceso: gasto (rango) Motivos: porqué no se asiste En el caso de bibliotecas: se indaga por el tipo de bibliotecas.</p>
<b>Población objetivo</b>	<p>Las personas de 5 años y más, residentes en los hogares particulares que habitan en las viviendas seleccionadas en la muestra.</p> <p>*No se incluyen en la muestra los lugares especiales de alojamiento como cárceles o centros de rehabilitación penitenciarios, orfanatos o albergues infantiles, hogares geriátricos o asilos de ancianos, conventos, seminarios o monasterios, internados de estudio, cuarteles guarniciones o estaciones de policía, campamentos de trabajo, sitios para alojar habitantes de la calle recogidos por la autoridad, casas de lenocinio o prostíbulos, albergues para desplazados y reinsertados, centros de rehabilitación no penitenciarios, ni unidades económicas o agropecuarias.</p>
<b>Tipo de investigación</b>	<p>Encuesta por muestreo probabilístico Versión exploratoria: segundo semestre de 2007</p>
<b>Parámetros a estimar</b>	<p>Totales y razones</p>
<b>Unidad de observación</b>	<p>Hogares y personas mayores de 5 años</p>
<b>Unidad de análisis</b>	<p>Personas de 5 años y más</p>
<b>Unidad de muestreo</b>	<p>Primera etapa: municipios</p> <p>Segunda etapa: conglomerados de manzanas que agrupen aproximadamente 200 hogares para los municipios del primer estrato. Para los tres estratos restantes las USM son las manzanas.</p> <p>Tercera etapa: hogares.</p>



**FICHA METODOLÓGICA  
ENCUESTA DE CONSUMO CULTURAL  
-ECC-**

CÓDIGO: TS-ECC-FME-01  
VERSIÓN : 03  
PÁGINA 5  
FECHA: 22-04-08

CONCEPTO O VARIABLE	DESCRIPCION
<b>Marco muestral</b>	<p>Primera etapa: la base geográfica a nivel de municipio actualizada a 2005 DANE</p> <p>Segunda etapa: la base geográfica a nivel de manzana para los municipios seleccionados, actualizada a 2005 DANE.</p> <p>Tercera etapa: recuento de hogares en las manzanas o conglomerados seleccionados.</p>
<b>Diseño muestral</b>	<p>El diseño aplicado es en tres etapas, estratificado en la primera etapa y de conglomerados en la última etapa ESTMAS-MAS-MASC.</p> <p><b>Primera etapa:</b> selección de municipios en un diseño estratificado por tamaño, en cuatro estratos, donde el estrato 1 corresponde a los municipios con más de un millón de habitantes (Bogotá, Cali, Medellín y Barranquilla), al estrato 2 pertenecen los municipios entre cien mil y un millón de habitantes, el estrato tres lo conforman los municipios entre 5.101 y 99.999 habitantes y el cuarto estrato está constituido por los municipios con 5.100 o menos habitantes. Al interior de cada estrato se seleccionan municipios utilizando Muestreo Aleatorio Simple.</p> <p><b>Segunda etapa:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Para los municipios del estrato uno se seleccionan mediante Muestreo Aleatorio Simple MAS, conglomerados de manzanas que agrupen aproximadamente 200 hogares.</li><li>• Para los municipios de los demás estratos, se seleccionan manzanas por Muestreo Aleatorio Simple MAS.</li></ul> <p><b>Tercera etapa:</b> selección por Muestreo Aleatorio Simple MAS de hogares dentro de cada conglomerado (manzana) seleccionado.</p>
<b>Tamaño de muestra</b>	<p>Primera etapa:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Estrato 1: Bogotá, Cali, Medellín y Barranquilla</li><li>• Estrato 2: Tulúa, Villavicencio, Girón y Pereira</li><li>• Estrato 3. Calarcá, Jamundí, Ipiales y Sabanalarga</li><li>• Estrato 4: Salento y Ramiriquí</li></ul> <p>Segunda etapa</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Estrato 1: 27 conglomerados de manzanas</li><li>• Resto de estratos: 144 manzanas</li></ul> <p>Tercera etapa: 2.415 hogares y 8.275 personas de 5 años y más.</p>
<b>Indicadores de calidad</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Coeficiente de variación estimado para cada una de las estimaciones realizadas.</li><li>- Tasa de cobertura.</li><li>- Tasa de encuestas completas.</li></ul>
<b>Niveles de desagregación</b>	Totales del país, desagregados por sexo y grupo de edad.
<b>Cobertura geográfica</b>	Cabeceras de los municipios del país.



**FICHA METODOLÓGICA  
ENCUESTA DE CONSUMO CULTURAL  
-ECC-**

CÓDIGO: TS-ECC-FME-01  
VERSIÓN : 03  
PÁGINA 6  
FECHA: 22-04-08

CONCEPTO O VARIABLE	DESCRIPCION
<b>Periodo de referencia</b>	Últimos doce meses: de noviembre de 2006 a noviembre de 2007.
<b>Periodo de recolección</b>	Noviembre 19 de 2007 a diciembre 28 de 2007.
<b>Periodicidad de la recolección</b>	Cada tres años
<b>Método de recolección</b>	Entrevista a informante directo para las personas de 12 años y más. La información sobre los menores de 5 a 11 años es suministrada por padres o acudientes (informante idóneo).
<b>Método de captura y diseño del operativo</b>	Dispositivo móvil de captura
<b>Frecuencia entrega de resultados</b>	Cada tres años
<b>Años y periodos disponibles</b>	Primer ejercicio 2007
<b>Medios de difusión</b>	Página WEB DANE
<b>Sistema informático: herramienta de desarrollo</b>	Software para captura móvil de datos. SysSurvey, Microsoft Visual Fox. Procesamiento en SAS.