

COLOMBIA - Módulo Tecnologías de Información y Comunicación - MTIC- GEIH- 2009

Dirección de Metodología y Producción Estadística - DIMPE

Reporte generado en: November 6, 2014

Visita nuestro catálogo de datos en: http://formularios.dane.gov.co/Anda_4_1/index.php

Overview

Identification

ID NUMBER

DANE-DIMPE-GEIH-MTIC-2009

Overview

ABSTRACT

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE ha desarrollado encuestas de hogares desde finales de la década del 60 cuando adelantó encuestas de fuerza de trabajo, ingresos y gastos; de manera transversal.

A comienzos de la década de 1970 se emprendió la "Encuesta de Hogares", encuesta multipropósito en la que además del mercado laboral, que proporcionan indicadores de fuerza laboral como tasa global de participación, tasa de ocupación, tasa de desempleo y tasa de subempleo, se incluyen diferentes módulos para obtener información sobre indicadores sociales de interés nacional. Así, se han incluido en diferentes etapas módulos sobre salud, educación, trabajo infantil, justicia y fecundidad.

Se decidió entonces emprender un programa permanente llamado "Encuesta Nacional de Hogares", concebido como un sistema de muestras de propósitos múltiples a través del cual se observarían los hogares y se obtendrían datos y estimaciones intercensales, capaces de cubrir las necesidades estadísticas básicas en lo que respecta a la información sobre las personas que integran el hogar.

A partir del año 2000 se inició la Encuesta Continua de Hogares - ECH con una cobertura en las 13 principales ciudades y áreas metropolitanas; pasando de una encuesta transversal a una continua. En el año 2001 se amplió la cobertura a total nacional, cabecera y resto.

A mediados de 2006, sobre la base de la actualización se introdujeron una serie de mejoras en la ejecución de la recolección de la información, tales como: Introducción del informante directo, captura de información mediante dispositivos móviles (DMC) y ampliación de la cobertura para 24 ciudades y áreas (13 áreas metropolitanas trimestralmente 11 Ciudades semestralmente); De esta forma se da inicio a la aplicación de la encuesta denominada como Gran Encuesta Integrada de Hogares - GEIH.

Esto con el fin de proporcionar al país y a los diferentes entes investigativos, tanto nacionales como internacionales, una información coherente y eficaz en materia de Mercado Laboral, la cual sirve como base para la toma de decisiones.

Actualmente la GEIH produce información a nivel nacional, urbano - rural y para las trece principales ciudades y áreas metropolitanas, esta es una encuesta por muestreo probabilístico, multietápico, estratificado, de conglomerados desiguales y autoponderado. El universo para la Gran Encuesta Integrada de Hogares está conformado por la población civil no institucional residente en todo el territorio nacional; se excluyen los nuevos departamentos, denominados Territorios Nacionales antes de la Constitución de 1991.

El tamaño de la muestra mensual corresponde a 23.000 hogares aproximadamente, los tamaños de muestra se calculan con una precisión deseada de la variable tasa de desempleo no superior a un error estándar relativo del 5% y una tasa de desempleo del 10%.

El presente documento consta de las siguientes secciones: antecedentes, diseño, producción estadística, análisis y discusión de resultados, difusión y documentación relacionada, en estas secciones se incluyen aspectos conceptuales y metodológicos, se realiza una descripción de las actividades preparatorias, la recolección, supervisión y consolidación de datos, la manera de realizar el mantenimiento, control y difusión de la información, presentando un listado de los documentos técnicos y metodológicos utilizados y un glosario de los principales términos de la encuesta.

KIND OF DATA

Encuesta por muestreo (ssd)

UNITS OF ANALYSIS

UNIDAD FINAL DE MUESTREO

El segmento que es una área compacta de aproximadamente 10 viviendas contiguas.

UNIDADES DE OBSERVACIÓN

Est constituido por los hogares, las personas, las viviendas.

UNIDADES DE ANLISIS

Puesto que la informacin a considerar se obtiene de las personas y hogares, estas corresponden a las unidades de anlisis.

Scope

NOTES

A continuacin se relacionan las variables ms importantes de la operacin estadstica:

- Vivienda: Tipo de vivienda y caractersticas fsicas (material de paredes y pisos).
- Datos del hogar: Conexin a servicios pblicos, privados - comunales, valor pagado por consumo y calidad de los mismos, conexin y uso de servicio sanitario, obtencin de agua para consumo, lugar y energa para preparar alimentos, eliminacin de basuras, tipo de tenencia de la vivienda, tenencia de bienes en el hogar y tenencia de telfono celular.
- Registro de personas: Identificacin del residente habitual.
- Caractersticas generales: Sexo, edad, parentesco, estado civil.
- Seguridad social en salud: Cobertura del Sistema General de Seguridad Social en Salud -SGSSS- por regmenes, persona que paga afiliacin y cobertura.
- Educacin: alfabetismo, asistencia escolar, mximo nivel educativo alcanzado y ltimo ao aprobado o que est cursando y ttulos o diplomas obtenidos.
- Fuerza de trabajo: PEA (ocupados y desocupados) y PEI.

Ocupados:

- Empleo principal (rama de actividad, ocupacin, tipo de contrato, acceso a prestaciones, tiempo trabajado y posicin ocupacional).
- Asalariados (medios de bsqueda, remuneracin mensual, horas extras, pagos en especie, subsidios, primas y bonificaciones).
- Independientes (formas de trabajo, registro mercantil, contabilidad, ganancia u honorarios netos).
- Asalariados e independientes (duracin del empleo, horas normales y efectivas trabajadas, honorarios, tamao de la empresa, sitio de trabajo, Afiliacin a pensiones, caja de compensacin familiar y ARP, duracin entre empleo anterior y actual).
- Empleo secundario (horas trabajadas, posicin ocupacional, remuneracin mensual, tamao de la empresa y sitio de trabajo)
- Empresas con insuficiencias de horas y situaciones de empleo inadecuado (por competencias e ingresos).

Calidad del empleo

- Desocupados: Duracin de bsqueda de trabajo, historial laboral, ingresos y seguridad social.
- Inactivos: trayectoria laboral, ingresos y seguridad social.
- Fecundidad.
- Otras actividades.
- Ingresos no laborales.
- Tecnologas de informacin y comunicacin.
- Consumo de arroz.

- Percepción sobre los servicios y los mecanismos de atención al ciudadano.

TOPICS

Topic	Vocabulary	URI
Sistemas económicos y desarrollo	CESSDA	http://www.nesstar.org/rdf/common
Ingresos, propiedad y ahorro/inversión	CESSDA	http://www.nesstar.org/rdf/common
Empleo	CESSDA	http://www.nesstar.org/rdf/common
Desempleo	CESSDA	http://www.nesstar.org/rdf/common
Situación económica e indicadores	CESSDA	http://www.nesstar.org/rdf/common
Economía rural	CESSDA	http://www.nesstar.org/rdf/common
Formación continua [6.4]	CESSDA	http://www.nesstar.org/rdf/common
Nutrición [8.7]	CESSDA	http://www.nesstar.org/rdf/common
Vivienda [10.1]	CESSDA	http://www.nesstar.org/rdf/common
ESTRATIFICACIÓN SOCIAL Y GRUPOS SOCIALES [12]	CESSDA	http://www.nesstar.org/rdf/common
Fertilidad [14.2]	CESSDA	http://www.nesstar.org/rdf/common
Disponibilidad y utilización de servicios sociales específicos [15.3]	CESSDA	http://www.nesstar.org/rdf/common

KEYWORDS

área metropolitana, Asalariados, Comportamiento poblacional, Costos laborales, Crecimiento poblacional, Desempleados aspirantes, Desempleo, Desocupados, Empleador, Horas-hombre trabajadas, Indicadores de calidad, Índice de Desarrollo Humano, Jornal, Matrícula, Ocupación, Población total, Subempleo, Tasa de subempleo, Tasa bruta, Trabajador por cuenta propia, Trabajador del sector informal, Desempleo abierto, Desempleo estructural, Desempleo friccional, Desempleo oculto, Desempleo por nivel insuficiente de demanda o cíclico, Empleo total, Empleos independientes, Horas extras, Horas ordinarias, Ocupados, Ocupados en el sector informal, Ocupados temporales, Personal temporal contratado a través de agencia, Personal temporal contratado directamente, Población cerrada, Población económicamente activa (PEA), Población económicamente inactiva (PEI), Población en edad de trabajar (PET), Prestaciones sociales

Coverage

GEOGRAPHIC COVERAGE

Tiene cobertura nacional que permite obtener resultados por zona urbana y rural, grandes regiones y total por departamento. Para mercado laboral, se excluyen los nuevos departamentos.

UNIVERSE

El universo para la Gran Encuesta Integrada de Hogares está conformado por la población civil no institucional, residente en todo el territorio nacional. Todos los hogares encuestados.

Producers and Sponsors

PRIMARY INVESTIGATOR(S)

Name	Affiliation
Dirección de Metodología y Producción Estadística - DIMPE	

OTHER PRODUCER(S)

Name	Affiliation	Role
Dirección de Metodología y Producción Estadística - Gran Encuesta Integrada de Hogares	Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE	Equipo Técnico

FUNDING

Name	Abbreviation	Role
------	--------------	------

Name	Abbreviation	Role
Departamento Administrativo Nacional de Estadística	DANE	Ejecutor

Metadata Production

METADATA PRODUCED BY

Name	Abbreviation	Affiliation	Role
Fredy Jahirs Rodriguez Galvis	fjrodriguezg@dane.gov.co>	Dirección de Regulación, Planeación, Estandarización y Normalización - DIRPEN	Coordinador Regulación
Edgar Camilo Garca Valderrama	ecgarciav@dane.gov.co	Dirección de Metodología y Producción Estadística - DIMPE	Documentador TIC
Marly Johanna Tellez Lopez	mjtellezl@dane.gov.co	Dirección de Regulación, Planeación, Estandarización y Normalización - DIRPEN	Verificador PAD
Rafael Humberto Zorro Cubides	rhzorroc@dane.gov.co	Dirección de Regulación, Planeación, Estandarización y Normalización - DIRPEN	Verificador PAD

DATE OF METADATA PRODUCTION

2014-06-17

DDI DOCUMENT ID

COL-DANE-GEIH-MTIC-2009

Sampling

Sampling Procedure

MARCO MUESTRAL

Est constituido por el inventario cartográfico y el listado de viviendas obtenidas de la Muestra Maestra de Hogares, con actualizaciones permanentes y nuevos recuentos de edificaciones y viviendas a través de la misma.

TIPO DE MUESTREO

Teniendo en cuenta los objetivos y las características del marco, se optó por una muestra probabilística, estratificada, de conglomerados, multietápica, según los siguientes criterios:

- Probabilística

Cada unidad de la población objetivo tiene una probabilidad de selección conocida y superior a cero. Este tipo de muestra permite establecer anticipadamente la precisión deseada en los resultados principales, y calcular la precisión observada en todos los resultados obtenidos.

- Estratificada

Este método asegura una mejor precisión de la muestra, al disminuir la varianza de las estimaciones.

CRITERIOS DE ESTRATIFICACIÓN

El primer estrato corresponde a las 24 capitales y áreas metropolitanas con dominios de estudio independientes.

Cada ciudad o área metropolitana es autorrepresentada. Para la estratificación y selección de la muestra, las áreas geográficas se organizaron, según los principios cartográficos establecidos, en sectores, secciones y manzanas con la información del número de viviendas a nivel de manzana y el estrato socioeconómico.

* El segundo estrato corresponde al resto urbano y la zona rural. Los municipios se estratificaron de acuerdo con los siguientes criterios:

* Geográficos, a nivel de regiones constituidas por varios departamentos.

* Socioeconómicos, a nivel municipal, con los siguientes indicadores:

- Nivel de urbanización, en términos de la cantidad de población de las cabeceras municipales.
- Estructura urbano-rural de la población municipal (% de población en cabecera).
- Proporción de la población con necesidades básicas insatisfechas, la cual, a su vez, se clasificó en tres intervalos:

A = <42%; B = 42- 64%; C = 64 y más.

* Tamaño poblacional del estrato.

Cada municipio con 7.000 o más habitantes en su población total, se constituye en Unidad Primaria de Muestreo, UPM. Los de menor población se agruparon con uno vecino para constituirse en UPM.

Las UPM cuyo tamaño era similar al tamaño promedio de los estratos, se constituyeron en estratos de "certeza"; para efectos probabilísticos tuvieron probabilidad 1. Las demás UPM se agruparon en estratos de "no certeza", aplicando las variables de estratificación en el orden de prioridad especificado antes.

* De conglomerados

Corresponde a la unidad final de muestreo, que es la medida de tamaño o segmento; es el área que contiene un promedio de diez viviendas, en la cual se investigan todas las viviendas, todos los hogares y todas las personas.

La concentración de la muestra en conglomerados presenta grandes beneficios en el nivel operativo; en efecto, el segmento representa la carga de trabajo diario de un recolector, lo cual reduce, en forma considerable, los tiempos y los costos, y facilita la supervisión.

* Multiétnica

Para las 24 ciudades autorrepresentadas, la selección de la muestra se realiza en las siguientes tres etapas:

* Selección de las Unidades Secundarias de Muestreo, USM, o secciones, dentro del marco de muestra previamente estratificado y ordenado, utilizando un proceso de selección sistemática con arranque aleatorio, con probabilidad proporcional al número de medidas de tamaño, MT.

* De cada una de las secciones cartográficas previamente seleccionadas se escoge al azar una o más Unidades Terciarias de Muestreo, UTM (manzanas), con probabilidad proporcional al número de MT.

* Finalmente, de cada unidad terciaria de muestreo (manzana) se selecciona aleatoriamente un segmento.

Para el estrato de resto urbano y rural se selecciona:

* En una primera etapa, la UPM, utilizando la técnica de selección controlada dentro de cada estrato.

* Para la segunda etapa se selecciona en la zona urbana la manzana, y en la zona rural la sección, o sea la USM.

* En la tercera etapa se selecciona el segmento o UTM.

En este proceso de selección por etapas solo se requiere una actualización cartográfica detallada de las áreas seleccionadas.

DEFINICIÓN TAMAÑO DE LA MUESTRA

Inicialmente el tamaño de la muestra mensual correspondía aproximadamente a 23 000 hogares. En el año 2000 con la implementación de la Encuesta Continua de Hogares - ECH la muestra maestra fue ampliada de 165 a más de 240; con 30 000 hogares en 13 áreas y 7 500 en Zona Rural. Durante 2004 se amplió la muestra maestra, con un total de 44 400 hogares, con 30 000 hogares en 13 áreas y 14 400 en Zona Rural. Para el año 2006 con la implementación de la GEIH, se amplió la muestra a 11 ciudades más; con un total de 62 000 hogares (30 000 hogares en 13 áreas, 14 400 en Zona Rural y 17 600 en 11 ciudades).

Los tamaños de muestra se calculan con una precisión deseada de la variable tasa de desempleo no superior a un error estándar relativo del 5% y una tasa de desempleo del 10%. Los cálculos se realizan con las fórmulas correspondientes al tipo de diseño muestral. Se ajustan con base en el efecto de los conglomerados en el diseño (deff), que es una relación, para cada dominio, entre la varianza real de este diseño de conglomerados y la que se obtendría con un diseño aleatorio simple de elementos.

El total de Tamaño de la Muestra trimestral urbana es de 4.437 Segmentos, con aproximadamente 10 Viviendas por Segmento y 1.1 Hogares en promedio por Vivienda. El total del tamaño de la muestra trimestral rural es de 1.200 segmentos.

Response Rate

Se diseñó una muestra para obtener una precisión esperada medida en términos del error de muestreo menor o igual a 5% con un nivel de confiabilidad del 95%, para los principales indicadores de fuerza laboral nacionales.

Weighting

COMPONENTES DEL FACTOR DE EXPANSIÓN

Factor básico de expansión (F). Aplicado a los datos muestrales, da a cada elemento de la muestra el peso o representación que le corresponde en el universo investigado. En consecuencia, mediante su aplicación, se estiman numéricamente, en forma aproximada, las características de la población objetivo.

Peso de submuestreo (Ph). Está dado por segmento y es teóricamente igual a 1 para todos los segmentos en razón de que

representan una medida de tamaño. El desarrollo dinámico del marco de muestreo en algunos casos puede ser mayor o menor que 1, de acuerdo con la densidad de viviendas del segmento en el momento de hacer la encuesta, y por tal motivo modifica el factor básico de expansión en el segmento.

Ajuste de cobertura por no respuesta (Rh). Cuando las tasas de no respuesta varían en los subgrupos de la población de diferentes características, el ajuste normal es asignar a los hogares y a las personas no encuestadas el promedio de las características de los encuestados en el mismo segmento. Esto se logra corrigiendo el factor básico de expansión por un nuevo factor resultante de la razón entre el número de hogares seleccionados en un segmento y el número de hogares encuestados en el mismo segmento.

El factor final de expansión (Wh). Es el producto de los anteriores y se aplica a cada segmento de la ciudad o área investigada.

AJUSTE POR LOS VALORES DE EXPANSIÓN

Las estimaciones del universo de estudio pueden ser mejoradas, si se equiparan a nivel de las desagregaciones geográficas los totales de la población obtenidos de la muestra expandida, con los totales del censo de población proyectados a la fecha de la encuesta. Dicho mejoramiento se basa en la premisa de que la estructura por desagregaciones geográficas, proyectada a partir de un censo de población reciente, es más exacta que la estimada a partir de la muestra.

Se aplican los estimadores de regresión utilizando la información auxiliar correspondiente a las Proyecciones de Población del CENSO 2005, en este caso, se ha usado la información auxiliar por grupos de edad y sexo. Este proceso se realiza a través de los Métodos de Calibración que son procedimientos que utilizan información auxiliar relacionada con las variables de estudio, con el fin de mejorar la precisión y reducir los sesgos en las estimaciones,

ESTIMADOR DEL TOTAL

Para aplicar el método de calibración se establecieron los siguientes ocho grupos:

SEXO: Hombres - Mujeres

Y para cada uno los siguientes grupos de EDAD:

De 0 a menores de 12 años (para el caso urbano, en lo rural 10 años).
 12 a menores de 25 años
 25 a menores de 55 años
 55 años y más

Con la información del total de personas en las proyecciones de población, en cada grupo de calibración se construye el vector de totales.

Donde cada variable que corresponde a la cantidad de personas por sexo y edad, da la cantidad de personas en cada grupo en la vivienda. (Se hace a nivel de vivienda ya que es la unidad de análisis más agregada, de esta manera a la vivienda le corresponde un nuevo factor de expansión que es el mismo de los hogares y personas que viven en ella).

El cálculo del ajuste por calibración se realizó utilizando la macro Clan 97 v3.1 software creado por Statistics Sweden que corresponde a un conjunto de rutinas en el programa SAS para la estimación puntual y de errores en encuestas por muestreo.

ESTIMADOR DE RAZÓN

Las tasas, razones, proporciones y promedios, generadas a partir de este diseño muestral son de la forma de una razón, en la cual el numerador y el denominador son variables aleatorias.

Estimador de la varianza para una razón

Para estimar la varianza del estimador de una razón se debe transformar la variable en una función lineal, para esto se utiliza el método de Linealización de Taylor, y se aplica la metodología anterior.

COEFICIENTE DE VARIACIÓN

Para medir la magnitud de la variabilidad de la distribución muestral del estimador, denominado error muestral, se usan el error estándar y el coeficiente de variación.

Questionnaires

Overview

El instrumento desarrollado para la recolección de información de la Gran Encuesta Integrada de Hogares - GEIH, consta de una serie de preguntas diferentes e incorpora los siguientes capítulos y módulos.

Captulo A IDENTIFICACION: contiene datos sobre segmento, edificación, vivienda, dirección, barrio y teléfono.

Captulo B DATOS DE LA VIVIENDA: busca conocer las características físicas de la vivienda que permitan determinar la calidad de la misma y determinar el acceso a servicios públicos domiciliarios.

Captulo C DATOS DEL HOGAR: Determinar el grado de hacinamiento que tiene el hogar, establecer las condiciones y la calidad del suministro de los servicios con los que cuenta el hogar y determinar las condiciones de salubridad del hogar teniendo en cuenta el abastecimiento del agua, el tipo de servicio sanitario y el manejo de las basuras

Captulo D REGISTRO DE PERSONAS: Identificación del residente habitual.

Captulo E CARACTERISTICAS GENERALES

Captulo F SEGURIDAD SOCIAL EN SALUD

Captulo G EDUCACION: Este capítulo tiene como finalidad captar el alfabetismo, la asistencia escolar en la modalidad de educación formal, el nivel educativo alcanzado y el grado de estudios de las personas encuestadas.

Captulo H FUERZA DE TRABAJO: Este capítulo determina si son activas o inactivas.

Captulo I OCUPADOS: El objeto de este capítulo (preguntas 1 a 65) es conocer las características económicas de los empleos y de la población ocupada.

Captulo J DESOCUPADOS

Captulo K INACTIVOS

Captulo L OTRAS ACTIVIDADES Y AYUDAS EN LA SEMANA PASADA

Captulo M OTROS INGRESOS

Captulo N MÓDULO DE FECUNDIDAD

Captulo O TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN: El objetivo del capítulo es conocer el uso del computador, el uso del Internet, dónde lo utiliza, para qué utiliza y con qué frecuencia.

Captulo P MÓDULO DE CONSUMO DE ARROZ

Captulo Q MÓDULO DE PERCEPCIÓN SOBRE LOS SERVICIOS Y LOS MECANISMOS DE ATENCIÓN AL CIUDADANO

Data Collection

Data Collection Dates

Start	End	Cycle
2009	2009	Semanal y Mensual

Time Periods

Start	End	Cycle
2009		Semanal, Mensual, Trimestral y Anual.

Data Collection Mode

Entrevista personal asistida con DMC (dispositivo mvil de captura)

DATA COLLECTION NOTES

SENSIBILIZACION

El Sistema de Sensibilizacin, cuyo objetivo principal es: "Lograr una respuesta oportuna y de calidad por parte de las fuentes de informacin para la investigacin estadstica al DANE", busca lograr un ambiente de colaboracin, acercamiento y conocimiento de la poblacin objetivo mediante la realizacin de actividades como las siguientes:

- Campaa publicitaria y free press con medios de comunicacin (prensa, radio televisin y comunicacin alternativa), antes, durante y despues de la recoleccin de los datos.

- Visita a cada uno de los hogares a los que les ser aplicada la encuesta, por parte de los sensibilizadores, con el fin de informarles que el hogar a sido seleccionado para ser encuestado. En esta primera visita, se pueden establecer citas y horarios en los cuales los encuestadores del DANE pueden aplicar la encuesta.

- Negociacin de espacios en medios masivos para cada municipio por parte de la Direccin de Difusin, Mercadeo y Cultura Estadstica, en los cuales se publican piezas comunicativas y de promoci3n (afiches, plegables y folletos informativos), dirigidas a personas y familias.

CAPACITACION

Cada Direccin Territorial y subse de capacita al personal convocado en temas como: cartografa, recuento, recoleccin, conceptos bsicos y manejo del Dispositivo Mvil de Captura (DMC), realiza los exmenes escritos y de campo que sean necesarios y selecciona el personal.

Para cada uno de los cursos de capacitacin deben aplicarse evaluaciones de: asistencia al curso, prueba de conocimientos y manejo del flujo del cuestionario.

Las personas que cumplen los requisitos anteriores pasan a entrevista y seleccin de personal.

ESQUEMA OPERATIVO, METODO Y PROCESAMIENTO PARA LA RECOLECCIN

Para manejar eficientemente el trabajo de campo, se conforma un equipo operativo de carcter temporal que funciona con base en cinco niveles jerrquicos:

1. Asistente tcnico Gran Encuesta Integrada de Hogares: A nivel regional es el responsable de la organizacin operativa de la encuesta; de l dependen los grupos de trabajo adscritos a su Direccin Territorial, con quienes debe mantener comunicacin permanente.
2. Apoyo operativo Gran Encuesta Integrada de Hogares: En las Direcciones Territoriales del DANE, es el responsable de las actividades preliminares de la encuesta y la supervisin a los grupos de trabajo en campo, y en las subse de tiene a su cargo el manejo de la encuesta en todos sus aspectos administrativos y operativos.
3. Apoyo informtico: En las Direcciones Territoriales del DANE, es el encargado de transmitir la informacin y realizar el cruce de segmentos faltantes.

4. Supervisor: Coordinan y controlan el trabajo en los segmentos en la ciudad y en los municipios que se les asignen, y reportan su trabajo al apoyo operativo de la encuesta.

5. Encuestador: Conocido también como recolector, es la persona encargada de obtener la información requerida, digitándola en el DMC conforme a las normas y los conceptos establecidos. Con una carga de cuatro encuestas por día en cabecera y en el resto aproximadamente de dos.

La labor del encuestador es exigente y requiere un conocimiento preciso de los conceptos y las normas que rigen la encuesta, y un compromiso orientado a lograr la cobertura y los niveles de calidad propuestos.

Para la ejecución del trabajo de campo, se utiliza un folder por segmento (carga de trabajo) denominado "carpetita de muestra", en cuya cartula se encuentra la identificación del área, que se va a trabajar el cual contiene:

- Un plano (cuando así se requiera) del municipio o del segmento en que se encuentra ubicado para orientación del grupo de trabajo.
- El formato de recuento ECH1.
- Listado de edificaciones y viviendas ECH2.

La encuesta utiliza informante directo para las personas de 18 años y más, y para aquellas de 10 a 17 años que trabajen o estén buscando trabajo. Para los demás se acepta informante idóneo (persona del hogar mayor de 18 años, que a falta del informante directo pueda responder correctamente las preguntas). No se acepta información de empleados del servicio doméstico, pensionistas, vecinos o menores, excepto cuando el menor de edad es el jefe del hogar o cónyuge.

El sistema utilizado para la recolección es el sistema de barrido y rutas por la zona rural y resto.

Data Collectors

Name	Abbreviation	Affiliation
Departamento Administrativo Nacional de Estadística	DANE	Gobierno Nacional

SUPERVISION

La recolección de la información está bajo la dirección del supervisor, quien fundamentalmente controla el trabajo de campo que realizan los encuestadores, y cuyos resultados dependen en gran parte de la iniciativa para la solución de problemas y dificultades, del liderazgo y la capacidad organizativa del trabajo.

Las actividades de control que debe llevar a cabo un supervisor son:

- Control de desempeño de las actividades diarias del encuestador.
- Control de calidad, con el objetivo de verificar la calidad y consistencia de la información recolectada mediante la verificación de conocimientos de conceptos del encuestador o por medio de reentrevistas.
- Control de visitas dirigido a revisar que el encuestador haya concurrido directa y personalmente a los hogares de las viviendas que debe entrevistar, y el cumplimiento de las citas concertadas para lograr la encuesta completa.
- Control de cobertura, cuyo propósito es controlar que los hogares de las viviendas encuestadas correspondan exactamente a las viviendas seleccionadas en la muestra; y en caso de rechazo por parte del hogar, tratar de persuadir al informante de la importancia de la investigación, recordando su confidencialidad para que suministre los datos.

Como parte de las funciones del supervisor también se encuentra la evaluación de la entrevista, para verificar el buen manejo de los DMC por parte del encuestador y seguimiento a las instrucciones de recolección dadas para recoger la información de mercado laboral.

Data Processing

Data Editing

CONSOLIDACION DE ARCHIVOS

Los datos provenientes del rea geográfica en donde se aplica la investigación se consolidan diariamente, con el objeto de ser monitoreados tanto por los coordinadores, supervisores, técnicos o por un Sistema centralizado de Monitoreo y Control Estadístico.

Para enviar la información al DANE Central, se debe comprimir en el punto en el cual se tenga la información del día. Al archivo resultante se le coloca un nombre, de tal forma que indique la investigación, ciudad y fecha a que corresponde la información contenida; luego se copia al servidor destinado para el proceso de transmisión utilizando el protocolo FTP en la carpeta asignada para ello y confirmar inmediatamente que la información está de dicho servidor, se envía mediante correo electrónico.

De igual forma, en el DANE Central se realizan las copias de respaldo necesarias y se aplican los planes de contingencia que garanticen el normal funcionamiento del operativo.

NORMAS DE VALIDACION CONSISTENCIA

Validación de rangos de acuerdo con la estructura de las preguntas. Cuando la pregunta tiene predefinidos las opciones de respuesta, es necesario controlar las opciones a mostrar dadas las restricciones que existen sobre unicidad o valor máximo posible de ocurrencia.

Validación de los universos. Este proceso lo definen tres aspectos: Uno cuando la pregunta define un flujo o salto dependiendo de la opción; el otro caso en el que los datos de la vivienda se toman una sola vez, así exista más de un hogar; el tercero se define en el módulo de personas residentes en el hogar el cual está definido por la edad de la persona (4).

Para algunas variables relacionadas con la aplicación de conceptos básicos de la Gran Encuesta Integrada de Hogares que son determinantes en la calidad de la estructura de la información, el DMC permite que el entrevistador confirme la respuesta que da el entrevistado. Estas variables son: Número de hogares en la vivienda; nombres y apellidos; sexo; edad; parentesco; y todas las variables relacionadas con valores de los diferentes formularios.

En el diseño del programa se garantiza que en la misma pantalla se muestre el capítulo que está relacionado con las variables como las diferentes preguntas, que, por su alta correlación, debe controlarse su consistencia.

(4) Existen preguntas que se realizan a: Todas las personas; a las de 5 años o más; a las de 12 años o más.

VERIFICACION DE LA CONSISTENCIA INTERNA DE LOS DATOS Y AJUSTE

El proceso para controlar e identificar los datos faltantes, inválidos o inconsistentes se lleva a cabo mediante el análisis de la variable "Incompleta" que toma valor 0 cuando la encuesta se encuentra completa y se puede utilizar directamente de la base de datos, y toma valor 1 cuando la encuesta debe ser revisada por datos faltantes inválidos o inconsistentes.

IMPUTACION Y/O AJUSTES DE COBERTURA

El procesamiento es centralizado (DANE Central), e inicia desde el momento en que las Direcciones Territoriales envían la información, los datos son transmitidos por FTP (File Transfer Protocol) y cargados en la base de datos Oracle.

En esta operación estadística no se realiza el proceso de imputación, la no respuesta es ajustada con los factores de expansión, lo que se explica en el Diseño muestral - procedimiento de estimación.

Data Appraisal

Other forms of Data Appraisal

INDICADORES PARA EL CONTROL DE CALIDAD DE LOS PROCESOS DE LA INVESTIGACION

Para asegurar la calidad de los procesos se utilizan principalmente los Indicadores de Confiabilidad (cobertura de viviendas y hogares) y de Calidad (tasa de respuesta) asegurando la calidad de la recolección y los estimadores de precisión de resultados (error de muestreo menor o igual a 5% con un nivel de confiabilidad del 95%), para los principales indicadores de fuerza laboral nacionales.

ANÁLISIS ESTADÍSTICO

Los principales indicadores que se utilizan en el análisis estadístico de los resultados son:

Cobertura de viviendas: se obtiene de cruzar la información de viviendas iniciales seleccionadas, contra viviendas finales encontradas.

Cobertura de hogares: se obtiene de cruzar la información del total de encuestas completas contra el total de hogares encontrados.

Calidad de la recolección: se obtiene de identificar el número de errores cometidos durante la recolección.

Errores e inconsistencias: se obtiene de la realización de diversas pruebas que ayudan a constatar que los cálculos estén bien hechos y que los datos sean coherentes.

Alarmas: se obtienen al hacer una búsqueda de datos que se salgan de los estándares, como: alto número de viviendas vacantes, alto número de rechazos, bajo promedio de personas, entre otros.

Informe de cobertura campo frente a sistemas: se obtiene de cruzar la información que las sedes y subsedes envían al DANE Central en los resúmenes de cobertura sobre viviendas, hogares y personas encontrados, contra la información que es transmitida al área de sistemas.

Indicador de puntualidad: busca garantizar que la información enviada por las sedes y subsedes sea oportuna.

Tasa de respuesta: se obtiene al medir en número de encuestas efectivas respecto a las esperadas. El objetivo de este indicador es identificar el grado de eficacia en el que se encuentra la investigación con respecto al proceso operativo de recolección.

Para garantizar la calidad de la información es necesario tener en cuenta las siguientes normas:

- El personal de campo y oficina, a saber: recolectores y supervisores, ha de ser evaluado periódicamente.
- Por lo menos dos veces a la semana, el líder de la GEIH en cada ciudad debe hacer una reunión con el personal de campo para solucionar casos especiales, analizar el desarrollo del proyecto en cuanto a cobertura, no respuesta, cartografía, manejo de la muestra, etc.
- Los recolectores deben ser rotados de supervisor y de zonas de la ciudad.
- Mensualmente, el líder de la GEIH de cada ciudad debe enviar al DANE Central un informe del desarrollo del proyecto según formato establecido.
- Las cargas de trabajo deben ser evacuadas en su totalidad en la semana respectiva, y por ningún motivo dejar trabajo de recolección para la semana siguiente.
- El personal de campo debe tomar obligatoriamente un día de descanso a la semana, según convenga, para el desarrollo óptimo del operativo.
- En cada ciudad se debe conformar un "Comité Técnico de la Gran Encuesta Integrada de Hogares". Este comité tendrá como funciones principales hacer seguimiento, evaluar los aspectos metodológicos y operativos de la encuesta y producir las recomendaciones que considere pertinentes, las cuales deben ser enviadas al DANE Central junto con el informe mensual.

ANÁLISIS DE CONTEXTO

Este procedimiento está orientado al análisis tanto de la consistencia interna de los datos como del comportamiento del mercado laboral y su relación con otras variables macroeconómicas que sirvan de base para la formulación, el seguimiento y la evaluación de políticas.

Para realizar el análisis de contexto se llevan a cabo diferentes tipos de análisis como son:

El análisis descriptivo ayuda a observar el comportamiento de la muestra en estudio, a través de tablas, gráficos, intervalos de confianza y estadísticas de tendencia y dispersión.

Se analiza en la muestra la estructura de los indicadores por dominios de estudio a partir de la distribución de frecuencias, y se detectan posibles inconsistencias y valores atípicos. Se verifica la cobertura a nivel de segmento, viviendas, hogares y persona, y se observa la distribución de la pérdida de muestra para realizar los respectivos ajustes de la no respuesta.

El análisis inferencial tiene como objetivo realizar la estimación de la muestra a la población objetivo. En este proceso se aplican los factores de expansión y se revisa la inferencia a la población objetivo establecida para los correspondientes dominios de estudio.

Se verifica que los ajustes del factor de expansión no generen sesgos en las estimaciones, y que sus errores muestrales sean aceptables de acuerdo con los parámetros establecidos por dominios de estudio.

El Secretario Técnico de la GEIH, el Coordinador de Temática Social, el Director de Metodología y Producción Estadística, el Subdirector y el Director del DANE revisan la consistencia de la información sobre los principales Indicadores de Mercado Laboral (IML), y posteriormente, se elaboran y organizan otros productos como son el boletín de prensa y la presentación de resultados. En este proceso se realizan análisis comparativos y se analizan la consistencia interna de la información frente a otras variables económicas.

Temática Social analiza el dato por divulgar frente al mismo periodo del año inmediatamente anterior y respecto a otros periodos, y los de las demás variables según conceptos de fuerza de trabajo.

Descripción del archivo

Lista de Variables

Personas

Content	Módulo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en Hogares - MTIC - GEIH - 2009 Este módulo tiene como objetivo general medir la cobertura, el acceso y el aprovechamiento de las tecnologías de la información y la comunicación en los hogares del país. VARIABLES PRINCIPALES MÓDULO TIC: - Tenencia de computador de escritorio por parte del hogar. - Tenencia de conexión a Internet por parte del hogar. - Uso de computador (en cualquier lugar) por parte de personas de 5 y más años de edad. - Uso de Internet (en cualquier lugar) por parte de personas de 5 y más años de edad. - Uso de Internet según sitios de uso por parte de personas de 5 y más años de edad. - Uso de Internet según actividades de uso por parte de personas de 5 y más años de edad. - Uso de Internet según frecuencias de uso por parte de personas de 5 y más años de edad. INDICADORES MÓDULO TIC: Indicadores derivados de la información recolectada: - Porcentaje de hogares que poseen computador de escritorio. - Porcentaje de hogares que poseen conexión a Internet. - Porcentaje de personas de 5 y más años de edad usaba computador. - Porcentaje de personas de 5 y más años de edad que us Internet en cualquier lugar. - Porcentaje de personas de 5 y más años de edad que us Internet según sitios de uso. - Porcentaje de personas de 5 y más años de edad que us Internet según actividades de uso. - Porcentaje de personas de 5 y más años de edad que us Internet según frecuencias de uso.
Cases	0
Variable(s)	19
Structure	Type: Keys: ()
Version	Versin 1 (2014)
Producer	Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE - Dirección de Metodología y Producción Estadística - DIMPE - Temática Económica - Tecnologías de la Información y las Comunicaciones - TIC
Missing Data	

Variables

ID	Name	Label	Type	Format	Question
V27	P7800	Us ... el computador (en cualquier lugar) en los últimos 12 meses?	discrete	numeric	Us ... el computador (en cualquier lugar) en los últimos 12 meses? 1. Si 2. No 9. No sabe, no informa
V28	P7810	Us ... Internet (en cualquier lugar) en los últimos 12 meses?	discrete	numeric	Us ... Internet (en cualquier lugar) en los últimos 12 meses? 1. Si 2. No 9. No sabe, no informa
V29	P7820S1	Durante los últimos 12 meses, en cuales de los siguientes sitios us Internet: En el hogar	discrete	numeric	Durante los últimos 12 meses, en cuales de los siguientes sitios us Internet: En el hogar 1. Si 2. No
V30	P7820S2	Durante los últimos 12 meses, en cuales de los siguientes sitios us Internet: En el trabajo	discrete	numeric	Durante los últimos 12 meses, en cuales de los siguientes sitios us Internet: En el trabajo 1. Si 2. No
V31	P7820S3	Durante los últimos 12 meses, en cuales de los siguientes sitios us Internet: En la institución educativa	discrete	numeric	Durante los últimos 12 meses, en cuales de los siguientes sitios us Internet: En la institución educativa 1. Si 2. No
V32	P7820S4	Durante los últimos 12 meses, en cuales de los siguientes sitios us Internet: En centros de acceso público gratis	discrete	numeric	Durante los últimos 12 meses, en cuales de los siguientes sitios us Internet: En centros de acceso público gratis 1. Si 2. No
V33	P7820S5	Durante los últimos 12 meses, en cuales de los siguientes sitios us Internet: En centros de acceso público con costo (Caf Internet)	discrete	numeric	Durante los últimos 12 meses, en cuales de los siguientes sitios us Internet: En centros de acceso público con costo (Caf Internet) 1. Si 2. No
V34	P7820S6	Durante los últimos 12 meses, en cuales de los siguientes sitios us Internet: En la casa de otra persona (pariente, amigo, vecino)	discrete	numeric	Durante los últimos 12 meses, en cuales de los siguientes sitios us Internet: En la casa de otra persona (pariente, amigo, vecino) 1. Si 2. No
V35	P7820S7	Durante los últimos 12 meses, en cuales de los siguientes sitios us Internet: Otro	discrete	numeric	Durante los últimos 12 meses, en cuales de los siguientes sitios us Internet: Otro 1. Si 2. No

ID	Name	Label	Type	Format	Question
V36	P7830S1	Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los ltimos 12 meses:Obtener informacin	discrete	numeric	Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los ltimos 12 meses:Obtener informacin 1. Si 2. No
V37	P7830S2	Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los ltimos 12 meses:Comunicacin	discrete	numeric	Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los ltimos 12 meses:Comunicacin 1. Si 2. No
V38	P7830S3	Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los ltimos 12 meses:Comprar/ordenar productos o servicios	discrete	numeric	Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los ltimos 12 meses:Comprar/ordenar productos o servicios 1. Si 2. No
V39	P7830S4	Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los ltimos 12 meses:Banca electrnic y otros servicios financieros	discrete	numeric	Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los ltimos 12 meses:Banca electrnic y otros servicios financieros 1. Si 2. No
V40	P7830S5	Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los ltimos 12 meses:Educacin y aprendizaje	discrete	numeric	Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los ltimos 12 meses:Educacin y aprendizaje 1. Si 2. No
V41	P7830S6	Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los ltimos 12 meses:Transacciones con organismos gubernamentales	discrete	numeric	Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los ltimos 12 meses:Transacciones con organismos gubernamentales 1. Si 2. No
V42	P7830S7	Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los ltimos 12 meses:Actividades de entretenimiento(Juegos, bajar msica, etc)	discrete	numeric	Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los ltimos 12 meses:Actividades de entretenimiento(Juegos, bajar msica, etc) 1. Si 2. No
V43	P7840	Con qu frecuencia us Internet en los ltimos 12 meses?	discrete	numeric	Con qu frecuencia us Internet en los ltimos 12 meses? 1. Al menos una vez al da 2. Al menos una vez a la semana, pero no cada da 3. Al menos una vez al mes, pero no cada semana 4. Menos de una vez al mes
V44	P7830S8	Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los ltimos 12 meses:Otro	discrete	numeric	Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los ltimos 12 meses:Otro 1. Si 2. No
V45	FEX_C_2011	Factor de Expansin	contin	numeric	Factor de Expansin

Us ... el computador (en cualquier lugar) en los últimos 12 meses? (P7800)

File: Personas

Overview

Type: Discrete
Format: numeric
Width: 1
Decimals: 0
Range: 1-3

Valid cases: 0
Invalid: 0

Universe

El universo para la Gran Encuesta Integrada de Hogares est conformado por la poblacin civil no institucional, residente en todo el territorio nacional de 5 aos y ms.

Source of information

Directo

Literal question

Us ... el computador (en cualquier lugar) en los últimos 12 meses?

1. Si
2. No
9. No sabe, no informa

Post question

Us ... Internet (en cualquier lugar) en los últimos 12 meses?

1. Si
2. No
9. No sabe, no informa

Us ... Internet (en cualquier lugar) en los últimos 12 meses? (P7810)

File: Personas

Overview

Type: Discrete
Format: numeric
Width: 1
Decimals: 0
Range: 1-3

Valid cases: 0
Invalid: 0

Universe

El universo para la Gran Encuesta Integrada de Hogares est conformado por la poblacin civil no institucional, residente en todo el territorio nacional de 5 aos y ms.

Source of information

Directo

Pre question

Us ... el computador (en cualquier lugar) en los últimos 12 meses?

1. Si
2. No
9. No sabe, no informa

Literal question

Us ... Internet (en cualquier lugar) en los últimos 12 meses?

1. Si
2. No
9. No sabe, no informa

Post question

Us ... Internet (en cualquier lugar) en los últimos 12 meses? (P7810)

File: Personas

Durante los últimos 12 meses, en cuales de los siguientes sitios us Internet: En el hogar

1. Si
2. No

Interviewer instructions

Si responde la opción 2 . No, por favor pase al módulo Q (PS y MAC) de la GEIH.

Si responde la opción 3. No sabe no informa pase al módulo Q (PS y MAC) de la GEIH.

Durante los últimos 12 meses, en cuales de los siguientes sitios us Internet: En el hogar (P7820S1)

File: Personas

Overview

Type: Discrete
Format: numeric
Width: 1
Decimals: 0
Range: 1-2

Valid cases: 0
Invalid: 0

Universe

El universo para la Gran Encuesta Integrada de Hogares está conformado por la población civil no institucional, residente en todo el territorio nacional de 5 años y más.

Source of information

Directo

Pre question

Us ... Internet (en cualquier lugar) en los últimos 12 meses?

1. Si
2. No
9. No sabe, no informa

Literal question

Durante los últimos 12 meses, en cuales de los siguientes sitios us Internet: En el hogar

1. Si
2. No

Post question

Durante los últimos 12 meses, en cuales de los siguientes sitios us Internet: En el trabajo

1. Si
2. No

Durante los últimos 12 meses, en cuales de los siguientes sitios us Internet: En el trabajo (P7820S2)

File: Personas

Overview

Type: Discrete
Format: numeric
Width: 1
Decimals: 0
Range: 1-2

Valid cases: 0
Invalid: 0

Universe

Durante los últimos 12 meses, en cuales de los siguientes sitios us Internet: En el trabajo (P7820S2)

File: Personas

El universo para la Gran Encuesta Integrada de Hogares está conformado por la población civil no institucional, residente en todo el territorio nacional de 5 años y más.

Source of information

Directo

Pre question

Durante los últimos 12 meses, en cuales de los siguientes sitios us Internet: En el hogar

1. Si
2. No

Literal question

Durante los últimos 12 meses, en cuales de los siguientes sitios us Internet: En el trabajo

1. Si
2. No

Post question

Durante los últimos 12 meses, en cuales de los siguientes sitios us Internet: En la institución educativa

1. Si
2. No

Durante los últimos 12 meses, en cuales de los siguientes sitios us Internet: En la institución educativa (P7820S3)

File: Personas

Overview

Type: Discrete
Format: numeric
Width: 1
Decimals: 0
Range: 1-2

Valid cases: 0
Invalid: 0

Universe

El universo para la Gran Encuesta Integrada de Hogares está conformado por la población civil no institucional, residente en todo el territorio nacional de 5 años y más.

Source of information

Directo

Pre question

Durante los últimos 12 meses, en cuales de los siguientes sitios us Internet: En el trabajo

1. Si
2. No

Literal question

Durante los últimos 12 meses, en cuales de los siguientes sitios us Internet: En la institución educativa

1. Si
2. No

Post question

Durante los últimos 12 meses, en cuales de los siguientes sitios us Internet: En centros de acceso público gratis

1. Si
2. No

Durante los últimos 12 meses, en cuales de los siguientes sitios us Internet: En centros de acceso público gratis (P7820S4)

File: Personas

Overview

Type: Discrete
Format: numeric
Width: 1
Decimals: 0
Range: 1-2

Valid cases: 0
Invalid: 0

Universe

El universo para la Gran Encuesta Integrada de Hogares est conformado por la poblacin civil no institucional, residente en todo el territorio nacional de 5 aos y ms.

Source of information

Directo

Pre question

Durante los últimos 12 meses, en cuales de los siguientes sitios us Internet: En la institucin educativa

1. Si
2. No

Literal question

Durante los últimos 12 meses, en cuales de los siguientes sitios us Internet: En centros de acceso público gratis

1. Si
2. No

Post question

Durante los últimos 12 meses, en cuales de los siguientes sitios us Internet:En centros de acceso público con costo (Caf Internet)

1. Si
2. No

Durante los últimos 12 meses, en cuales de los siguientes sitios us Internet:En centros de acceso público con costo (Caf Internet) (P7820S5)

File: Personas

Overview

Type: Discrete
Format: numeric
Width: 1
Decimals: 0
Range: 1-2

Valid cases: 0
Invalid: 0

Universe

El universo para la Gran Encuesta Integrada de Hogares est conformado por la poblacin civil no institucional, residente en todo el territorio nacional de 5 aos y ms.

Source of information

Directo

Pre question

Durante los últimos 12 meses, en cuales de los siguientes sitios us Internet: En centros de acceso público gratis

1. Si
2. No

Literal question

Durante los últimos 12 meses, en cuales de los siguientes sitios us Internet: En centros de acceso público con costo (Caf Internet) (P7820S5)

File: Personas

Durante los últimos 12 meses, en cuales de los siguientes sitios us Internet: En centros de acceso público con costo (Caf Internet)

1. Si
2. No

Post question

Durante los últimos 12 meses, en cuales de los siguientes sitios us Internet: En la casa de otra persona (pariente, amigo, vecino)

1. Si
2. No

Durante los últimos 12 meses, en cuales de los siguientes sitios us Internet: En la casa de otra persona (pariente, amigo, vecino) (P7820S6)

File: Personas

Overview

Type: Discrete
Format: numeric
Width: 1
Decimals: 0
Range: 1-2

Valid cases: 0
Invalid: 0

Universe

El universo para la Gran Encuesta Integrada de Hogares está conformado por la población civil no institucional, residente en todo el territorio nacional de 5 años y más.

Source of information

Directo

Pre question

Durante los últimos 12 meses, en cuales de los siguientes sitios us Internet: En centros de acceso público con costo (Caf Internet)

1. Si
2. No

Literal question

Durante los últimos 12 meses, en cuales de los siguientes sitios us Internet: En la casa de otra persona (pariente, amigo, vecino)

1. Si
2. No

Post question

Durante los últimos 12 meses, en cuales de los siguientes sitios us Internet: Otro

1. Si
2. No

Durante los últimos 12 meses, en cuales de los siguientes sitios us Internet: Otro (P7820S7)

File: Personas

Durante los últimos 12 meses, en cuáles de los siguientes sitios us Internet:Otro (P7820S7)

File: Personas

Overview

Type: Discrete
Format: numeric
Width: 1
Decimals: 0
Range: 1-2

Valid cases: 0
Invalid: 0

Universe

El universo para la Gran Encuesta Integrada de Hogares est conformado por la poblacin civil no institucional, residente en todo el territorio nacional de 5 aos y ms.

Source of information

Directo

Pre question

Durante los últimos 12 meses, en cuáles de los siguientes sitios us Internet: En la casa de otra persona (pariente, amigo, vecino)

1. Si
2. No

Literal question

Durante los últimos 12 meses, en cuáles de los siguientes sitios us Internet:Otro

1. Si
2. No

Post question

Para cuáles de los siguientes servicios o actividades us Internet en los últimos 12 meses:Obtener informacin

1. Si
2. No

Para cuáles de los siguientes servicios o actividades us Internet en los últimos 12 meses:Obtener informacin (P7830S1)

File: Personas

Overview

Type: Discrete
Format: numeric
Width: 1
Decimals: 0
Range: 1-2

Valid cases: 0
Invalid: 0

Universe

El universo para la Gran Encuesta Integrada de Hogares est conformado por la poblacin civil no institucional, residente en todo el territorio nacional de 5 aos y ms.

Source of information

Directo

Pre question

Durante los últimos 12 meses, en cuáles de los siguientes sitios us Internet:Otro

1. Si
2. No

Literal question

Para cuáles de los siguientes servicios o actividades us Internet en los últimos 12 meses:Obtener informacin

1. Si
2. No

Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los Itimos 12 meses:Obtener informacin (P7830S1)

File: Personas

Post question

Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los Itimos 12 meses:Comunicacin

1. Si
2. No

Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los Itimos 12 meses:Comunicacin (P7830S2)

File: Personas

Overview

Type: Discrete
Format: numeric
Width: 1
Decimals: 0
Range: 1-2

Valid cases: 0
Invalid: 0

Universe

El universo para la Gran Encuesta Integrada de Hogares est conformado por la poblacin civil no institucional, residente en todo el territorio nacional de 5 aos y ms.

Source of information

Directo

Pre question

Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los Itimos 12 meses:Obtener informacin

1. Si
2. No

Literal question

Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los Itimos 12 meses:Comunicacin

1. Si
2. No

Post question

Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los Itimos 12 meses:Comprar/ordenar productos o servicios

1. Si
2. No

Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los Itimos 12 meses:Comprar/ordenar productos o servicios (P7830S3)

File: Personas

Overview

Type: Discrete
Format: numeric
Width: 1
Decimals: 0
Range: 1-2

Valid cases: 0
Invalid: 0

Universe

Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los Itimos 12 meses:Comprar/ordenar productos o servicios (P7830S3)

File: Personas

El universo para la Gran Encuesta Integrada de Hogares est conformado por la poblacin civil no institucional, residente en todo el territorio nacional de 5 aos y ms.

Source of information

Directo

Pre question

Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los Itimos 12 meses:Comunicacin

1. Si
2. No

Literal question

Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los Itimos 12 meses:Comprar/ordenar productos o servicios

1. Si
2. No

Post question

Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los Itimos 12 meses:Banca electrnic y otros servicios financieros

1. Si
2. No

Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los Itimos 12 meses:Banca electrnic y otros servicios financieros (P7830S4)

File: Personas

Overview

Type: Discrete
Format: numeric
Width: 1
Decimals: 0
Range: 1-2

Valid cases: 0
Invalid: 0

Universe

El universo para la Gran Encuesta Integrada de Hogares est conformado por la poblacin civil no institucional, residente en todo el territorio nacional de 5 aos y ms.

Source of information

Directo

Pre question

Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los Itimos 12 meses:Comprar/ordenar productos o servicios

1. Si
2. No

Literal question

Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los Itimos 12 meses:Banca electrnic y otros servicios financieros

1. Si
2. No

Post question

Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los ltimos 12 meses:Banca electrnic y otros servicios financieros (P7830S4)

File: Personas

Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los ltimos 12 meses:Educacin y aprendizaje

1. Si
2. No

Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los ltimos 12 meses:Educacin y aprendizaje (P7830S5)

File: Personas

Overview

Type: Discrete
Format: numeric
Width: 1
Decimals: 0
Range: 1-2

Valid cases: 0
Invalid: 0

Universe

El universo para la Gran Encuesta Integrada de Hogares est conformado por la poblacin civil no institucional, residente en todo el territorio nacional de 5 aos y ms.

Source of information

Directo

Pre question

Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los ltimos 12 meses:Banca electrnic y otros servicios financieros

1. Si
2. No

Literal question

Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los ltimos 12 meses:Educacin y aprendizaje

1. Si
2. No

Post question

Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los ltimos 12 meses:Transacciones con organismos gubernamentales

1. Si
2. No

Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los ltimos 12 meses:Transacciones con organismos gubernamentales (P7830S6)

File: Personas

Overview

Type: Discrete
Format: numeric
Width: 1
Decimals: 0
Range: 1-2

Valid cases: 0
Invalid: 0

Universe

Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los Itimos 12 meses:Transacciones con organismos gubernamentales (P7830S6)

File: Personas

El universo para la Gran Encuesta Integrada de Hogares est conformado por la poblacin civil no institucional, residente en todo el territorio nacional de 5 aos y ms.

Source of information

Directo

Pre question

Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los Itimos 12 meses:Educacin y aprendizaje

1. Si
2. No

Literal question

Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los Itimos 12 meses:Transacciones con organismos gubernamentales

1. Si
2. No

Post question

Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los Itimos 12 meses:Actividades de entretenimiento(Juegos, bajar msica, etc)

1. Si
2. No

Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los Itimos 12 meses:Actividades de entretenimiento(Juegos, bajar msica, etc) (P7830S7)

File: Personas

Overview

Type: Discrete
Format: numeric
Width: 1
Decimals: 0
Range: 1-2

Valid cases: 0
Invalid: 0

Universe

El universo para la Gran Encuesta Integrada de Hogares est conformado por la poblacin civil no institucional, residente en todo el territorio nacional de 5 aos y ms.

Source of information

Directo

Pre question

Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los Itimos 12 meses:Transacciones con organismos gubernamentales

1. Si
2. No

Literal question

Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los Itimos 12 meses:Actividades de entretenimiento(Juegos, bajar msica, etc)

1. Si
2. No

Post question

Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los ltimos 12 meses:Actividades de entretenimiento(Juegos, bajar msica, etc) (P7830S7)

File: Personas

Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los ltimos 12 meses:Otro

1. Si
2. No

Con qu frecuencia us Internet en los ltimos 12 meses? (P7840)

File: Personas

Overview

Type: Discrete
Format: numeric
Width: 1
Decimals: 0
Range: 1-4

Valid cases: 0
Invalid: 0

Universe

El universo para la Gran Encuesta Integrada de Hogares est conformado por la poblacin civil no institucional, residente en todo el territorio nacional de 5 aos y ms.

Source of information

Directo

Pre question

Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los ltimos 12 meses:Otro

1. Si
2. No

Literal question

Con qu frecuencia us Internet en los ltimos 12 meses?

1. Al menos una vez al da
2. Al menos una vez a la semana, pero no cada da
3. Al menos una vez al mes, pero no cada semana
4. Menos de una vez al mes

Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los ltimos 12 meses:Otro (P7830S8)

File: Personas

Overview

Type: Discrete
Format: numeric
Width: 1
Decimals: 0
Range: 1-2

Valid cases: 0
Invalid: 0

Universe

El universo para la Gran Encuesta Integrada de Hogares est conformado por la poblacin civil no institucional, residente en todo el territorio nacional de 5 aos y ms.

Source of information

Directo

Pre question

Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los Itimos 12 meses:Otro (P7830S8)

File: Personas

Con qu frecuencia us Internet en los Itimos 12 meses?

1. Al menos una vez al da
2. Al menos una vez a la semana, pero no cada da
3. Al menos una vez al mes, pero no cada semana
4. Menos de una vez al mes

Literal question

Para cuales de los siguientes servicios o actividades us Internet en los Itimos 12 meses:Otro

1. Si
2. No

Factor de Expansin (FEX_C_2011)

File: Personas

Overview

Type: Continuous

Format: numeric

Width: 16

Decimals: 0

Range: 2.44269147454548-4145.67917610921

Valid cases: 0

Invalid: 0

Universe

El universo para la Gran Encuesta Integrada de Hogares est conformado por la poblacin civil no institucional, residente en todo el territorio nacional de 5 aos y ms.

Source of information

Directo

Literal question

Factor de Expansin

Materiales relacionados

Cuestionarios

Formulario tecnologías de información y comunicación - para personas de 5 años y más

Título	Formulario tecnologías de información y comunicación - para personas de 5 años y más
Autor(es)	Dirección de metodología y Producción estadística- DIMPE -
País	Colombia
Idioma	Spanish
Contribuyente(s)	Dirección de Metodología y Producción Estadística - DIMPE - Equipo Técnico - Gran Encuesta Integrada de Hogares GEIH
Conjunto de datos	Formulario MTIC_GEIH_2009.pdf

Documentación técnica

Ficha Metodológica Módulo TIC-GEIH-2009

Título	Ficha Metodológica Módulo TIC-GEIH-2009
Autor(es)	Dirección de metodología y Producción estadística- DIMPE- Coordinador de Temática Económica TIC
Fecha	2014-05-15
País	Colombia
Idioma	Spanish
Contribuyente(s)	Equipo de Temática TIC
Descripción	Este módulo tiene como objetivo general medir la cobertura, el acceso y el aprovechamiento de las tecnologías de la información y la comunicación en los hogares del país.

NOMBRE DE OPERACIÓN ESTADÍSTICA

SIGLA DE LA OPERACIÓN ESTADÍSTICA

ANTECEDENTES TIC

OBJETIVO GENERAL TIC

TIPO DE INVESTIGACIÓN

DEFINICIONES BÁSICAS MODULO TIC

VARIABLES PRINCIPALES MODULO TIC

INDICADORES MÓDULO TIC

UNIVERSO DE ESTUDIO

POBLACIÓN OBJETIVO MODULO TIC

UNIDADES ESTADÍSTICAS

Tabla de contenidos FUENTES DE INFORMACIÓN PRIMARIA Y/O SECUNDARIA

DISEÑO MUESTRAL

TAMAÑO DE MUESTRA

COBERTURA GEOGRÁFICA

PERIODO DE REFERENCIA

PERIODO DE RECOLECCIÓN

PERIODICIDAD DE RECOLECCIÓN

MÉTODO DE RECOLECCIÓN

DESAGREGACIÓN DE RESULTADOS

FRECUENCIA DE ENTREGA DE RESULTADOS

AÑOS Y PERÍODOS DISPONIBLES

MEDIOS DE DIFUSIÓN

Conjunto de datos Ficha_metodologica_TIC_GEIH_2009.pdf

Metodología Gran Encuesta Integrada de Hogares GEIH

Título	Metodología Gran Encuesta Integrada de Hogares GEIH
Autor(es)	DANE
Fecha	07-01-2014
País	Colombia
Idioma	Spanish
Conjunto de datos	Metodologia_gran_encuesta_integrada_de_hogares.pdf
