

**Departamento Administrativo
Nacional de Estadística**



**Dirección de Metodología y Producción
Estadística
(DIMPE)**

**MANUAL DEL SUPERVISOR DE CAMPO
ENCUESTA DE CONSUMO CULTURAL
2012**

Agosto de 2012

	<p align="center">MANUAL DEL SUPERVISOR DE CAMPO ENCUESTA DE CONSUMO CULTURAL 2012</p>	<p>VERSIÓN : 01 PAGINA : 2 FECHA : 13-08-2012</p>
---	---	---

TABLA DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	3
1. GENERALIDADES	4
2. ASPECTOS QUE COMPRENDE LA SUPERVISIÓN	5
3. PROCEDIMIENTOS GENERALES	5
3.1 Organización del trabajo de campo	6
3.2 Instrucciones Generales	8
3.3 Presentación de la Encuesta de Cultura	8
3.4 Sistema de recolección	9
3.5 Obligaciones del Supervisor	10
3.6 Recomendaciones	11
4. CONTROL DE COBERTURA DE LA MUESTRA Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN.....	12
4.1 Cobertura	12
4.2 Calidad de la información.....	13
5. FORMATO UTILIZADO POR EL SUPERVISOR DE CAMPO	14
5.1 Control de calidad del proceso de recolección	14
ANEXOS	18



MANUAL DEL SUPERVISOR DE CAMPO ENCUESTA DE CONSUMO CULTURAL 2012

VERSIÓN : 01
PAGINA : 3
FECHA : 13-08-2012

INTRODUCCIÓN

El presente manual tiene por objeto suministrar la información que el Supervisor de la Encuesta de Consumo Cultural requiere, junto con las normas establecidas e instrucciones necesarias que deberá seguir y aplicar en el cumplimiento de los objetivos propuestos para este proyecto. La supervisión consiste fundamentalmente en controlar el trabajo de campo que desarrollan los encuestadores, para que se lleve a cabo con la metodología y los parámetros de trabajo establecidos, con el fin de lograr información de alta calidad. Los resultados eficientes de este trabajo dependen en gran parte de la iniciativa para la solución de los problemas y dificultades, del liderazgo que el Supervisor logre dentro del grupo y de su capacidad organizativa del trabajo. Esta labor es importante en el grupo para que el operativo se desarrolle de manera satisfactoria.

Para alcanzar el objetivo señalado, se requiere que el Supervisor tenga dominio de la investigación mediante el seguimiento permanente a los conceptos y actualización de la metodología, la práctica a través de entrevistas y el planteamiento oportuno de dudas e inquietudes ante el Coordinador de Campo para que las transmitan a los miembros del grupo Técnico del DANE Central.

Recuerde que del buen desempeño de sus labores y de su propia iniciativa depende en gran parte el éxito de la Encuesta de Consumo Cultural 2012 y la obtención de unos indicadores de calidad acordes con las necesidades del país y las metas propuestas dentro del proceso de Gestión de Calidad que adelanta el Departamento.

MISIÓN

La misión del DANE es producir y difundir información estadística estratégica para la toma de decisiones en el desarrollo económico y social del país. A partir de su liderazgo técnico ejercer la regulación del sistema estadístico nacional.

VISIÓN

El DANE al 2014 habrá consolidado un Sistema Estadístico Nacional (SEN) que provea información estadística oficial con la cobertura, eficiencia, oportunidad y calidad que el país demande, de acuerdo con estándares internacionales y que contribuya a la generación de conocimiento sobre la realidad nacional y apoyo al desarrollo de políticas nacionales



MANUAL DEL SUPERVISOR DE CAMPO ENCUESTA DE CONSUMO CULTURAL 2012

VERSIÓN : 01
PAGINA : 4
FECHA : 13-08-2012

NOTA

El Supervisor debe conocer muy bien la misión del DANE, elementos fundamentales que deben ser comprendidos por todas las personas que prestan sus servicios en la entidad, para difundirla y mostrar sentido de pertenencia y confianza en la institución, tanto a los encuestadores como a los informantes.

Por la importancia del proyecto, es necesario, que la supervisión sea desarrollada responsablemente, ya que de esto depende en gran manera los resultados finales de la Encuesta de Consumo Cultural. El proceso de supervisión tiene como finalidad coordinar el desarrollo de las actividades que se deben cumplir durante el operativo de campo para el logro de los objetivos fijados. En toda acción de supervisión se deben cumplir 4 etapas fundamentales:

- ✓ Planificar.
- ✓ Organizar.
- ✓ Dirigir.
- ✓ Controlar y evaluar.

Cualquier actividad que vaya a realizar el Supervisor requiere que sea **planificada**, cuando esto no se da, se presenta desorden, desorganización o un retardo significativo en la consecución de los objetivos. La **organización** implica darle forma a lo planificado, ayuda a poner en marcha todo el proceso. En la medida que organice adecuadamente el operativo de campo, le será más fácil el cumplimiento en esta fase del trabajo.

La **dirección** debe estar presente en todo el proceso, por muy experimentados que sean los encuestadores deben saber y sentir que están bajo una dirección segura, seria y responsable, que maneja adecuadamente todos los aspectos del trabajo a realizar. La última etapa del proceso tiene como función **controlar y evaluar** los resultados del trabajo en su desarrollo o ya terminado.

Estas etapas durante el proceso permiten asegurar el orden, la calidad, la cobertura y el cumplimiento de metas y plazos del trabajo, evitando desviaciones y resultados deficientes. Esto se entiende como un conjunto de acciones aplicadas a la totalidad del proceso de toma de información: aclaración de conceptos, observación y optimización de los métodos de trabajo y rendimientos, revisión del producto terminado y mejoramiento permanente de la calidad y los procesos de trabajo.

	MANUAL DEL SUPERVISOR DE CAMPO ENCUESTA DE CONSUMO CULTURAL 2012	VERSIÓN : 01 PAGINA : 5 FECHA : 13-08-2012
---	---	--

2. ASPECTOS QUE COMPRENDE LA SUPERVISIÓN

Además de las etapas, los aspectos que debe abarcar una buena supervisión son:

- ✓ Control de desempeño del encuestador
- ✓ Control de calidad en la información
- ✓ Control de las visitas realizadas.
- ✓ Control de la cobertura.
- ✓ Evaluación de las entrevistas.

Control de desempeño, es la revisión de la tarea diaria del encuestador en cuanto al diligenciamiento oportuno de la información en cada uno de los hogares seleccionados y la captación de información de todos los miembros del hogar, identificación de los informantes directos y de la unidad de gasto del hogar.

El **Control de calidad** tiene como objetivo verificar la calidad y consistencia de la información recolectada de acuerdo a los requerimientos metodológicos de la encuesta. El Supervisor debe constatar que el encuestador maneje muy bien los conceptos básicos y de recolección. También se puede controlar la calidad por medio de re-entrevistas.

El **control de visitas** apunta a revisar que el encuestador haya concurrido directa y personalmente a los hogares de las viviendas que debe encuestar. Además, verificar que cumpla con las visitas y citas concertadas necesarias para lograr la encuesta completa.

El **control de cobertura**, tiene como propósito comprobar que los hogares de las viviendas encuestadas correspondan exactamente a las viviendas seleccionadas en la muestra.

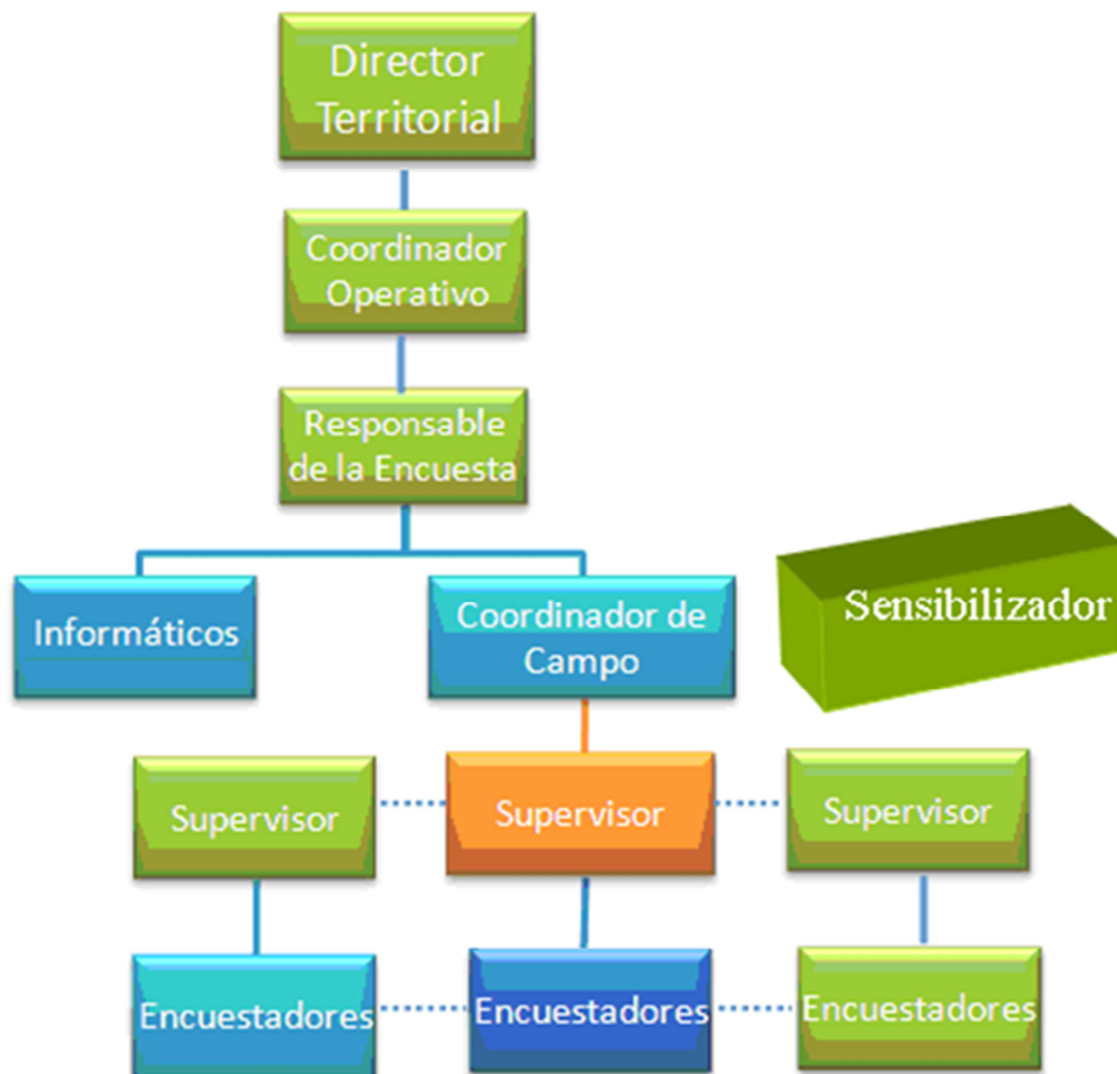
La **evaluación de entrevista** con el acompañamiento al encuestador busca verificar el manejo que el encuestador tiene con el Dispositivo Móvil de Captura (DMC), el seguimiento adecuado a las instrucciones de recolección y el manejo correcto de los conceptos básicos de la investigación.

3. PROCEDIMIENTOS GENERALES

Todos los procesos involucrados en la encuesta de Consumo Cultural, son importantes porque ayudan al cumplimiento de los objetivos planteados de la investigación, no obstante, en el proceso de supervisión se define la calidad de la información y cobertura de la misma.

3.1 Organización del trabajo de campo

Dada la magnitud e importancia que la Encuesta de Consumo Cultural representa para el DANE y para el país en general, requiere de una organización integral que permita desarrollar de manera eficiente el operativo de campo. Con base en esto se conformaron equipos de trabajo de carácter temporal que funcionarán en varios niveles jerárquicos así:



	<p align="center">MANUAL DEL SUPERVISOR DE CAMPO ENCUESTA DE CONSUMO CULTURAL 2012</p>	<p>VERSIÓN : 01 PAGINA : 7 FECHA : 13-08-2012</p>
---	---	---

cuenta la siguiente organización a nivel Territorial.

- **Coordinador Operativo de la Encuesta:** en cada Dirección Territorial y subsede hay un funcionario de planta responsable de la dirección técnica y operativa de la encuesta, para las ciudades de Barranquilla, Sincelejo y Bucaramanga (por solicitud de la Dirección Territorial), este Coordinador Operativo tendrá la colaboración de un Asistente de Encuesta.
- **Responsable de la Encuesta** (Coordinador de Campo):hay un profesional por sede/subsede, quién bajo los lineamientos del Responsable Operativo asigna y controla en campo el grupo de supervisores y encuestadores para el manejo del operativo en cada municipio, garantizando la coordinación y control del trabajo de campo.
- **Asistente Administrativo:** hay programado uno (1) por Territorial y es el encargado de colaborar en todo lo que tiene que ver con la parte administrativa, esto es, asistir con la revisión de hojas de vida, con la contratación, con la emisión de cartas necesarias para el trabajo de campo, la revisión de cuentas de cobro y emisión de los pagos.
- **Supervisores:** controlan el trabajo de campo en las áreas que le asigne el coordinador de campo y deberán asumir la responsabilidad de la calidad y cobertura de la información que levanten los miembros del equipo asignado. Dependiendo del municipio y del tamaño de la muestra dispondrán de 2, 3 o 4 encuestadores.
- **Encuestadores:** son las personas encargadas de obtener la información requerida tanto en la fase de recuento como en la aplicación de las encuestas en profundidad, utilizando los dispositivos móviles de captura **DMC**.
- **Sensibilizadores:** son los encargados de visitar el hogar, antes de que llegue el grupo de encuesta, para sensibilizarlo y lograr citas con los integrantes del hogar.

	MANUAL DEL SUPERVISOR DE CAMPO ENCUESTA DE CONSUMO CULTURAL 2012	VERSIÓN : 01 PAGINA : 8 FECHA : 13-08-2012
---	---	--

3.2 Instrucciones Generales

El Supervisor recibirá por parte del Coordinador de Campo de la Encuesta de Consumo Cultural, los segmentos asignados que le correspondan, de acuerdo con la muestra enviada por el Equipo de Diseños Muéstrales del DANE Central, antes de comenzar la respectiva semana de recolección para efectuar una correcta planificación del trabajo de campo. Una vez ubicado el segmento, de acuerdo con la cartografía programada en el dispositivo del Supervisor, se procede a identificar las viviendas seleccionadas reconociendo desde la primera hasta la última, para luego encuestar los hogares. El Supervisor estará acompañando a todos sus encuestadores en campo durante todos los días. Para la etapa de encuesta ubicará a los encuestadores uno a uno en cada vivienda asignada supervisando el trabajo de todos, es decir que por lo menos debe acompañar a cada encuestador en tres encuestas completas por semana.

Con respecto a las novedades que se presenten, como viviendas desocupadas, direcciones erradas, cambios en el uso de la unidad residencial y viviendas inexistentes, el Supervisor debe registrar las mismas en su dispositivo, en un espacio exclusivo para esto. Actualizará el formato que está incluido en el DMC correspondiente, registrando las novedades anteriores con su respectiva justificación.

El Supervisor destinará el tiempo de permanencia en cada segmento realizando cualquiera de las siguientes actividades: a) Presentando a los encuestadores en los hogares de la vivienda. b) Acompañando a los encuestadores durante las visitas. c) Trabajando con los hogares que presentan inicialmente rechazos, con el fin de lograr la consecución de la encuesta. d) Asesorando permanentemente a los encuestadores y dándoles el apoyo logístico y temático necesario. e) Consolidando el formato “informe diario del Supervisor de campo”.



Por ningún motivo el Supervisor debe HACER ENCUESTAS (ya que por acelerar el proceso de recolección, descuida sus labores de supervisión).

3.3 Presentación de la Encuesta de Consumo Cultural



MANUAL DEL SUPERVISOR DE CAMPO ENCUESTA DE CONSUMO CULTURAL 2012

VERSIÓN : 01
PAGINA : 9
FECHA : 13-08-2012

En las cabeceras municipales, el Supervisor debe entrevistarse con las autoridades locales (Alcaldes, Comandantes de Policía, etc.), en cada municipio, antes de iniciar el trabajo, para comentarles el motivo de la estadía del grupo. Una vez atendidos por la autoridad respectiva, explique qué es el DANE, los objetivos de la Encuesta de Consumo Cultural y la importancia que ésta tiene para el país de acuerdo a las definiciones dadas a continuación, así como también el carácter confidencial de la información suministrada.

Es importante mostrar seguridad y expresarse con términos claros y convincentes.

DANE: El Departamento Administrativo Nacional de Estadística -DANE- es la entidad responsable de la planeación, levantamiento, procesamiento, análisis y difusión de las estadísticas oficiales de Colombia, con más de 50 años de experiencia en el país, cumpliendo con los más altos estándares de calidad. El DANE ofrece al país y al mundo más de 50 investigaciones de todos los sectores de la economía, industria, población, sector agropecuario, calidad de vida, Cultura y Gobernabilidad, entre otras.

Objetivo de la Encuesta de Consumo Cultural:

- Generar información estadística estratégica que permita caracterizar aspectos de la Consumo Cultural colombiana, basados en las percepciones y prácticas de los ciudadanos sobre su entorno político, como insumo para diseñar políticas públicas dirigidas a fortalecer la democracia colombiana.

3.4 Sistema de recolección

El sistema de recolección a utilizar es el de "BARRIDO", y consiste en que cada equipo de trabajo labora simultáneamente en un segmento hasta investigar todas las viviendas seleccionadas con sus respectivos hogares. Este sistema de trabajo permite al Supervisor controlar a su equipo en las diversas actividades de recolección. Un ejemplo del sistema de barrido es el siguiente: Si un Supervisor tiene a cargo tres encuestadores, le asignará al encuestador No 1 la primera vivienda, al encuestador No 2 la segunda y al encuestador No 3 la tercera; si el encuestador No 2 termina primero que el encuestador No 1, el Supervisor deberá asignarle la cuarta vivienda y así continuamente, de manera tal que se complete el segmento lo más rápido, equilibrada y uniformemente posible.

Una vez que haya finalizado la recolección del segmento, el Supervisor continuará con otro, donde se trabajará en igual forma y así sucesivamente.

	<p align="center">MANUAL DEL SUPERVISOR DE CAMPO ENCUESTA DE CONSUMO CULTURAL 2012</p>	<p>VERSIÓN : 01 PAGINA : 10 FECHA : 13-08-2012</p>
---	---	--

3.5 Obligaciones del Supervisor

Para el cumplimiento de los objetivos de la Encuesta de Consumo Cultural es necesario que el Supervisor cumpla con las siguientes obligaciones:

- ✓ **Tener dominio** y manejo de los aspectos conceptuales y metodológicos de la Encuesta de Consumo Cultural, lo mismo que de los cuestionarios y formatos utilizados.
- ✓ **Organizar y dirigir** la recolección de la información en cada uno de los segmentos que le asigne semanal y mensualmente el Asistente o el Coordinador de Campo, teniendo en cuenta las vías de acceso y la proximidad de éstos
- ✓ **Hacer** reconocimiento del terreno y ubicar a los encuestadores en las respectivas viviendas.
- ✓ **Asignar** a cada encuestador las cargas de trabajo.
- ✓ **Realizar acompañamiento** de una encuesta completa por encuestador a la semana.
- ✓ **Reunirse con el grupo** de trabajo al final del día o al inicio de la jornada laboral siguiente para consolidar la información, controlar la cobertura y hacer las observaciones pertinentes sobre los errores que están cometiendo y cómo deben corregirlos.
- ✓ **Asignar las áreas geográficas** (AG) en el DMC, para que el encuestador realice la entrevista.
- ✓ **Asegurar en terreno** la correcta identificación, ubicación cartográfica de cada uno de los segmentos que le corresponden, para esto, debe verificar las direcciones(de la inicial a la final) de cada segmento registrado en el software del DMC, también contará con la cartografía análoga para confirmar la ubicación
- ✓ **Verificar el número de viviendas** seleccionadas y la dirección correspondiente antes de comenzar la recolección de los datos en cada segmento.
- ✓ **Comprobar** que los encuestadores lean correctamente y de acuerdo al tipo de pregunta, esperen o mencionen las opciones de respuesta y de ser necesario aclaren acertadamente las dudas del informante.
- ✓ **Controlar** el desempeño de la tarea diaria del encuestador en cuanto a diligenciamiento completo y oportuno de los datos y cada uno de los miembros del hogar seleccionado, en los formularios correspondientes
- ✓ **Asesorar** permanentemente al personal en los aspectos técnicos, operativos y conceptuales de la recolección.

	<p align="center">MANUAL DEL SUPERVISOR DE CAMPO ENCUESTA DE CONSUMO CULTURAL 2012</p>	<p>VERSIÓN : 01 PAGINA : 11 FECHA : 13-08-2012</p>
---	---	--

- ✓ **Entregar** a la hora fijada por su Coordinador los segmentos trabajados diariamente; solo se debe quedar con los formularios cuyos hogares tengan que visitarse posteriormente (visitas pendientes).
- ✓ **Cerciorarse** que los encuestadores realicen **backup** permanentemente a la información y si se está trabajando en el área urbana, todos los días al final de la jornada o a mas tardar al día siguiente, debe reunirse con los encuestadores para copiar la información de la tarjeta de memoria o del DMC para que ésta sea copiada al PC del computador. Recordar permanentemente la necesidad de mantener la carga completa de batería del DMC.
- ✓ **Mantener en buen estado** y a disposición la papelería y manuales, que se le hayan suministrado para el desarrollo de la Encuesta de Consumo Cultural.
- ✓ **Recibir, administrar y responder** por todos los elementos e implementos devolutivos de trabajo, tales como mapas, DMC, formularios, formatos, maletines, chalecos, y demás materiales que se le entreguen para la realización de la encuesta.
- ✓ **Solicitar a la autoridad competente** en cada municipio los certificados de permanencia para cada uno de los integrantes del grupo, con el fin de anexarlos para la legalización de los avances de viáticos, en caso de no poder realizar la encuesta en uno o varios segmentos solicitar la respectiva justificación y enviarla vía FAX a la Sede o Subsede.

3.6 Recomendaciones

Recuerde que el Supervisor no es solo un acompañante del encuestador, es el principal apoyo y consultor. Por tanto debe estar atento a cualquier problema que se presente en campo, aclarar dudas temáticas, metodológicas o manejo del DMC, avisar al Coordinador de Campo o al Responsable de la encuesta los problemas en cuanto a viviendas inexistentes, pérdida de muestra, etc.



El Supervisor DEBE:

- ✓ **Presentar a los encuestadores**, explicando el motivo de la visita. En caso que no pueda presentarse, deberá indicarles cómo deben hacerlo.
- ✓ **Estar atento al trato que los encuestadores** den a la persona que esté suministrando la información, ya que éste, es de vital importancia para obtener un óptimo resultado en cada encuesta.

	<p align="center">MANUAL DEL SUPERVISOR DE CAMPO ENCUESTA DE CONSUMO CULTURAL 2012</p>	<p>VERSIÓN : 01 PAGINA : 12 FECHA : 13-08-2012</p>
---	---	--

- ✓ **Recordar que la calidad de los datos obtenidos** durante la recolección de la información depende en gran parte de la labor que desarrolle el Supervisor durante este proceso. De ahí la importancia que para la encuesta tiene el compromiso del Supervisor en el desarrollo de su trabajo.
- ✓ **Revisar que todas las personas que conforman el grupo de recolección, lleven permanentemente el Manual de Conceptos Básicos y de Recolección**, instrumento necesario e indispensable para despejar cualquier duda o inconsistencia que se pueda presentar en el desarrollo de su trabajo, el carné que lo identifica como encuestador del DANE y los demás elementos necesarios para aplicar la encuesta.
- ✓ **Recordar a los encuestadores** que cuando el informante manifiesta tener afán o no tener tiempo, se debe concretar una cita para aplicar la encuesta posteriormente y aprovechar para ubicar otro informante directo que pueda atender al encuestador en este momento.
- ✓ **Considerar otras alternativas de contacto** para el informante directo como: teléfono, correo electrónico, visitas al lugar de trabajo, etc.

4. CONTROL DE COBERTURA DE LA MUESTRA Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN

4.1 Cobertura

Para lograr la cobertura deseable de la encuesta es necesario que los Encuestadores y los Supervisores aúnen esfuerzos para obtener la información completa de las personas de cada hogar, lo cual implica que se deben hacer cuantas visitas sean necesarias al hogar para conseguir encuestas completas.

En la búsqueda de informante directo se tendrá que recurrir a las visitas en horas de la noche y fines de semana. Cuando no se encuentre nadie en el hogar, es necesario visitar la vivienda en diferentes horarios y averiguar con los vecinos a qué hora se encuentran allí las personas que viven habitualmente en esa vivienda. En caso de rechazo, el Supervisor debe visitar el hogar y tratar de hablar con los informantes para que suministren los datos. Él deberá ser convincente y expresar argumentos valederos, persuadiendo al informante de la importancia de la investigación, recordando el carácter confidencial de la información suministrada.

Es necesario prestar especial atención a aquellos encuestadores que reportan muchos casos de no respuesta (rechazos, entrevistas incompletas, ocupados, ausentes temporales, etc.); posiblemente se trate de personas ineficientes o

	<p align="center">MANUAL DEL SUPERVISOR DE CAMPO ENCUESTA DE CONSUMO CULTURAL 2012</p>	<p>VERSIÓN : 01 PAGINA : 13 FECHA : 13-08-2012</p>
---	---	--

descuidadas en el trabajo, o que su técnica de entrevista o presentación no sea la más adecuada. De persistir esta situación, se debe recurrir oportunamente al Coordinador de Campo o al Responsable para resolverla.

NOTA: Se debe consultar con el Coordinador de Campo o con el Responsable de la Encuesta en los siguientes casos:

- ✓ Cuando las direcciones seleccionadas no corresponden al número de la manzana, según cartografía programada en el DMC, porque la dirección pertenece a otra manzana de la misma sección o porque la dirección no corresponde a ninguna manzana de la sección.
- ✓ Cuando no se logra ubicar el segmento en el terreno por demolición comprobada de las viviendas o por cambio de nomenclatura en las direcciones
- ✓ Cuando la cartografía no corresponde con la identificación del segmento.
- ✓ Cuando el número de viviendas del segmento pase de 20 (21 en adelante), ya que si esto sucede se debe efectuar un submuestreo y éste debe ser autorizado por el Asistente de la Encuesta o el Coordinador de Campo de la misma.

La calidad de la información, es el objetivo básico de la supervisión. El Supervisor debe ser consciente de esto para que lo transmita a los encuestadores y ellos a su vez se motiven para conocer muy bien todos los aspectos relacionados con la recolección de la Encuesta de Consumo Cultural.

El encuestador terminará la encuesta, pero éste no podrá cerrarla hasta que el Supervisor la revise, haga las anotaciones pertinentes, diligencie los formatos correspondientes y dé el visto bueno para posteriormente cerrarla. Una vez cerrada la encuesta en el Dispositivo Móvil de Captura (DMC), la calidad de la información será considerada óptima y esta seguirá su curso dentro del proceso de la Encuesta de Consumo Cultural.

	<p align="center">MANUAL DEL SUPERVISOR DE CAMPO ENCUESTA DE CONSUMO CULTURAL 2012</p>	<p>VERSIÓN : 01 PAGINA : 14 FECHA : 13-08-2012</p>
---	---	--

5. FORMATO UTILIZADO POR EL SUPERVISOR DE CAMPO

5.1 Control de calidad del proceso de recolección

5.1.1 Generalidades

Con el objetivo de llevar a cabo un efectivo control de calidad de la información, es necesario hacer seguimiento a la labor del encuestador. Por esta razón se usará este formato para detectar errores de diligenciamiento en la información registrada en la DMC y por acompañamiento.

5.1.2 Objetivo principal

Registrar cada uno de los errores detectados en la información y por acompañamiento que se presenten en el proceso de recolección de la encuesta, con el fin de plantear soluciones oportunamente y mejorar en forma continua este proceso en aras de obtener una óptima calidad.

5.1.3 Objetivos específicos

1. Detectar y corregir oportunamente las fallas cometidas por los encuestadores en campo.
2. Llevar un adecuado registro de las labores de supervisión relacionadas con la revisión de la información capturada en el DMC y con el acompañamiento que hace el Supervisor a cada uno de los encuestadores de su grupo.
3. Proporcionar evidencia objetiva y un historial de la verificación de la información en cada uno de los segmentos seleccionados.

5.1.4 Usuarios del formato

El principal usuario del formato es el Supervisor de campo, quien debe detectar oportunamente las fallas y errores en cada uno de los encuestadores a su cargo y garantizar la calidad de la información recolectada.

El segundo usuario del formato es el Coordinador de Campo, ya que éste es un mecanismo en donde puede observar la evolución de la recolección y determinar errores y fallas sistemáticas con el fin de evitar su ocurrencia futura y tratarlos en las reuniones que programe con Supervisores y encuestadores.

	<p align="center">MANUAL DEL SUPERVISOR DE CAMPO ENCUESTA DE CONSUMO CULTURAL 2012</p>	<p>VERSIÓN : 01 PAGINA : 15 FECHA : 13-08-2012</p>
---	---	--

5.1.5 Parámetros a tener en cuenta en el diligenciamiento del formato.

Se usa un formato para cada segmento, que dependiendo del número de hogares, puede incluir varias hojas. El formato debe tener el registro de los errores que se presentan durante la recolección de los hogares que se encuentran en el respectivo segmento, discriminando dos aspectos claramente definidos: errores detectados en la revisión de la información en terreno y errores detectados durante el acompañamiento que realiza el Supervisor, esto se debe hacer a cada uno de los encuestadores a su cargo.

5.1.6 Diligenciamiento del formato

Diligenciar el encabezado: Se registra el nombre del Supervisor, municipio, nombre del encuestador, nombre de la sede o subsede respectiva, clase dependiendo si está ubicado en zona urbana (1), centro poblado (2), El barrio y el número de secuencia de la hoja.

b) **Fecha.** En este campo se debe registrar la fecha correspondiente, utilizando dos dígitos en el siguiente orden: día-mes-año. Por ejemplo, el 25 de agosto de 2012 debe ser registrado como: 25-08-12. A continuación se explica cómo se deben registrar los resultados de las actividades de supervisión en los hogares que conforman el respectivo segmento, ya sean éstas de acompañamiento y/o de revisión de información.

c) **Segmento:** Se diligencia el número del segmento que se está trabajando a tres dígitos.

d) **Edificación:** Se registra el número de la edificación correspondiente.

e) **Vivienda:** Se registra el número de la vivienda correspondiente.

f) **Hogar:** Se registra el número de hogar asignado dentro de la vivienda correspondiente.

g) **Nº de errores detectados (revisión de información):** Se debe registrar el número total de errores cometidos en cada uno de los capítulos de la Encuesta:

- ✓ Identificación de la Encuesta. (ID)
- ✓ Vivienda y Hogar (V&H)
- ✓ Registro de Personas (RP)

	MANUAL DEL SUPERVISOR DE CAMPO ENCUESTA DE CONSUMO CULTURAL 2012	VERSIÓN : 01 PAGINA : 16 FECHA : 13-08-2012
---	---	---

- ✓ Características Generales (CG)
- ✓ Fuerza de Trabajo (FT)
- ✓ Ingresos (I)
- ✓ Tiempo Libre (TL)
- ✓ Asistencia a Presentaciones y Espectáculos Culturales (APEC)
- ✓ Publicaciones y Audiovisuales (PA)
- ✓ Formación y Práctica (FP)
- ✓ Hábitos de Lectura (HL)

Nota: Si para un capítulo determinado no se registran errores, debe dejarse en blanco la casilla correspondiente.

h) **Evaluación (Acompañamiento):** En este espacio se debe registrar el número de errores detectados durante el acompañamiento del Supervisor para el respectivo hogar.

Deben tenerse en cuenta los siguientes aspectos:

-Lectura Adecuada de Preguntas (L.A.P.): Se registra el número de errores detectados cuando el encuestador no lee las preguntas de una manera clara, cambia el texto de las mismas y no mantiene un ritmo pausado y continuo.

-Cambio adecuado de capítulo (C.A.C.): Se registra el número de veces que el encuestador cambió de capítulo de manera inadecuada, perdiendo la secuencia de la entrevista.

-No deducir ni inducir respuestas (N.D.I.R.): Se registra el número de errores cometidos por el encuestador y detectados por el Supervisor, con respecto a la deducción, inducción o anotación de respuestas no dadas por el informante.

-Sondeos: Se registra el número total de errores cuando el encuestador no realiza sondeos adecuados o efectúa sondeos insuficientes.

-Manejo Conceptual (M.C.): Se registra el número de errores detectados en el manejo de los conceptos básicos de la investigación, tales como asalariado, empleado doméstico, trabajador familiar sin remuneración, entre otros. El Supervisor hará entrega de este formato al Coordinador de Campo junto con el material diligenciado correspondiente a cada segmento.

	<p align="center">MANUAL DEL SUPERVISOR DE CAMPO ENCUESTA DE CONSUMO CULTURAL 2012</p>	<p>VERSIÓN : 01 PAGINA : 17 FECHA : 13-08-2012</p>
---	---	--

Al salir del hogar el Supervisor debe hablar con el Encuestador y comentarle los errores cometidos, diciéndole la manera de corregirlos, se debe volver a realizar la evaluación diligenciando otro formato tantas veces como sea necesario hasta que el encuestador deje de cometer errores.

Estos formatos diligenciados deben ser enviados a DANE Central al finalizar el trabajo de campo, debidamente firmados por el Coordinador de Campo.

ANEXOS



ENCUESTA DE CONSUMO CULTURAL 2012

Control de Calidad del Proceso de Recolección

Informe Diario de Supervisión de Campo

Supervisor _____

Sede/Subse

Barrio _____

Encuestador _____

Municipio

Clase _____

Hoja de

[illegible]