

Departamento Administrativo Nacional de Estadística



Diseño
DSO

Dirección de Metodología y Producción
Estadística (DIMPE)

**Ficha Metodológica
Encuesta de Consumo Cultural
ECC**


Diciembre 2018

 <p>Para tomar decisiones</p>	<h2 style="text-align: center;">Ficha Metodológica</h2> <h3 style="text-align: center;">Encuesta de Consumo Cultural</h3>		CÓDIGO: DSO-ECC-FME-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 1 FECHA: 3/12/18
PROCESO: Diseño		SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE	

CRITERIO	DESCRIPCIÓN
Nombre de la operación estadística	Encuesta de Consumo Cultural
Sigla de la operación estadística	ECC
Antecedentes	<p>Desde la década de los sesenta y setenta, el DANE efectuó mediciones relacionadas con lo cultural. En esos estudios se brindaba información sobre los datos de educación (alumnos (as) matriculados (as), tipo de educación y número de instituciones educativas), los gastos en boletería, el número de funciones y de espectadores al año (Conferencias Culturales y Recitales; Conciertos Musicales; Comedia y Drama; Operetas, Zarzuelas y Revistas; Ballet; Carreras de Caballo; Foot-Ball; Corridas de Toros y Riñas de Gallo), el total de emisoras, las y los artistas presentados y el número y tipo de publicaciones periódicas . Así mismo, se hicieron algunos reportes sobre servicios específicos con datos nacionales, departamentales y locales como lo expone el documento El Cinematógrafo en Colombia (DANE, 1965).</p> <p>A pesar de esta importante práctica, solo a partir del año 2000, la entidad incluye de manera continua en su agenda la medición de algunas categorías y fenómenos referentes a lo cultural. Algunos de estos ejercicios han entregado importantes datos al país sobre consumo de televisión, hábitos de lectura, aportes del sector cultura al PIB y gastos en actividades, bienes y servicios culturales.</p> <p>La primera versión de esta de la Encuesta de Consumo Cultural se realizó en 2007 como ejercicio exploratorio y se aplicó en 14 municipios del país. Para el 2008 se realizó la prueba piloto en 68 municipios. A partir de los resultados obtenidos, se han realizado ajustes al instrumento de recolección y se ha ampliado el tamaño de la muestra así como la cobertura geográfica, con el fin de obtener una mayor desagregación de los resultados. Es así como a partir de 2010 se viene desarrollando cada dos años.</p> <p>Esta encuesta es una forma de acercarnos al conocimiento de las preferencias y tendencias de consumo cultural y permite conocer los niveles de accesibilidad de los ciudadanos y ciudadanas a las ofertas culturales existentes, con los cuales es posible identificar los grados de democratización de la cultura en el marco de un país pluriétnico y multicultural como el nuestro.</p>
Objetivo general	Caracterizar las prácticas culturales asociadas al consumo cultural de la población de 5 años y más.
Objetivos específicos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Determinar los usos, preferencias y gastos que respecto a bienes, servicios y espacios culturales, hacen los residentes en Colombia de 5 años y más. ✓ Identificar las razones de no asistencia y uso de bienes, servicios y espacios culturales. ✓ Establecer el gasto total que hacen las personas de 12 años y más en algunos bienes y servicios ofertados por el sector cultural. ✓ Identificar algunas prácticas culturales que hacen los ciudadanos asociadas a la realización de actividades culturales y a la formación en las áreas relacionadas.

 <p>Para tomar decisiones</p>	<h2 style="text-align: center;">Ficha Metodológica</h2> <h3 style="text-align: center;">Encuesta de Consumo Cultural</h3>		CÓDIGO: DSO-ECC-FME-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 2 FECHA: 3/12/18
PROCESO: Diseño		SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE	

CRITERIO	DESCRIPCIÓN
	✓ Producir información oficial sobre el tema cultural para la gestión pública.
Alcance temático	<p>La operación estadística da cuenta de aquellas producciones culturales que están relacionadas a categorías definidas por el sector cultural. En ese sentido, sin desconocer la magnitud de la cultura, la encuesta prioriza en consonancia con las apuestas de las políticas públicas culturales, los esfuerzos institucionales y la experiencia regional en medición cultural, cierto conjunto de bienes, servicios y espacios culturales.</p> <p>Indaga por la asistencia, la frecuencia de participación y el gasto que hacen las personas en presentaciones y espectáculos de teatro, danza, música en vivo, exposiciones y proyecciones cinematográficas. Por el uso y frecuencia de lectura, género y tipo de libros, revistas y periódicos leídos, y el gasto hecho en este tipo de bienes. Se explora también el consumo de videos, videojuegos, televisión, radio y música grabada, y por el tipo de prácticas culturales efectuadas y el acceso a ofertas educativas de carácter informal.</p> <p>Con el propósito de priorizar sobre el número de preguntas, no se incluyen variables específicas acerca de patrimonios religiosos, turismo cultural, la creación artística por parte de aficionados y artistas del sector, empleo cultural y otros temas emergentes que han comenzado a darse en las discusiones de la agenda pública cultural.</p>
Conceptos básicos	<p>Artes escénicas: comprenden actividades profesionales o de aficionados relacionadas con el teatro, la danza, la ópera y el teatro de títeres. Adicionalmente incluye eventos culturales de celebración (Festivales, Fiestas y Ferias) de carácter local y que pueden ser de naturaleza informal. (UNESCO, 2009:26)</p> <p>Bien cultural: se define por su utilidad pública tanto como por contenido simbólico que interesa a la memoria, a la identidad individual y colectiva. Federación Andaluza de Municipios, 2009:222)</p> <p>Audiovisuales: medios y lenguajes que integran imágenes y/o sonidos para generar experiencias y percepciones en la audiencia que pueden ser simultáneamente auditivas y visuales. Bajo esta categoría están el cine, la televisión, el video, la radio y los videojuegos. (Federación Andaluza de Municipios, 2009:221)</p> <p>Cultura: es el conjunto de rasgos distintivos, espirituales, materiales, intelectuales y emocionales que caracterizan a los grupos humanos. Comprende, más allá de las artes y las letras, modos de vida, derechos humanos, sistemas de valores, tradiciones y creencias. (Unesco, 2001:18)</p> <p>Espacios culturales: construcciones físicas o espacios naturales que tienen como principal objetivo servir de escenario para el desarrollo de múltiples actividades y prácticas culturales, facilitando el acceso a diversos bienes y servicios culturales por parte de la población en general. Algunos de ellos son las bibliotecas, las casas de la cultura, los museos, las galerías de arte y salas de exposición, centros históricos. (Federación Andaluza de Municipios, 2009:226)</p> <p>Lectura: poner en práctica la acción de leer. Es una actividad compleja que necesita la capacidad del lector para dominar en un determinado grado el mecanismo de lectura con el fin de comprender e interpretar el mensaje del texto escrito. En este caso se hace referencia a la lectura de textos escritos que</p>

 Para tomar decisiones DANE	Ficha Metodológica Encuesta de Consumo Cultural		CÓDIGO: DSO-ECC-FME-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 3 FECHA: 3/12/18
	PROCESO: Diseño		SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE	

CRITERIO	DESCRIPCIÓN
	<p>estén en versión digital o electrónica. (Federación Andaluza de Municipios, 2009:12)</p> <p>Patrimonio: conjunto de bienes a los que reconocemos valor histórico, y en función de éste podemos atribuirle además otros valores o funciones relativos a la conciencia de identidad colectiva, a la conformación de simbologías y aprendizajes sobre los que se sustenta el conocimiento. (Federación Andaluza de Municipios, 2009:232)</p> <p>Publicaciones: medios o canales de información y comunicación para circular entre un grupo de personas o público ideas, historias o experiencias que se estructuran y expresan a través de palabras e imágenes. En esta categoría se encuentran los libros, las revistas y los periódicos en formato físico o digital. (Federación Andaluza de Municipios, 2009:235)</p>
Fuente de datos (tipo de operación)	Encuesta por muestreo probabilístico.
Variables	<p>Presentaciones y espectáculos culturales</p> <ul style="list-style-type: none"> Asistencia a presentaciones y espectáculos culturales: obras de teatro, danza y ópera, conciertos y presentaciones de música en vivo. Asistencia a exposiciones, ferias y muestras de fotografía, pintura, grabado, dibujo, escultura y artes gráficas; ferias y exposiciones artesanales. <p>Publicaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> Lectura y frecuencia de lectura de libros, periódicos y revistas. Razones de no lectura de publicaciones. Tipos de libros (géneros), revistas y secciones de periódicos leídos. Formas de adquisición de publicaciones. Gasto en publicaciones. Número de libros leídos. Lectura digital. <p>Audiovisuales</p> <ul style="list-style-type: none"> Asistencia a cine. Razones de no asistencia a cine. Géneros cinematográficos vistos. Gasto en entradas a cine. Acceso a proyecciones de cine de entrada gratuita. Consumo de cine colombiano. Número de películas colombianas vistas. Consumo de videos. Consumo de televisión. Práctica con videojuegos. Consumo de radio. Consumo de música grabada y géneros de escuchados. Formas de adquisición de videos y música grabada. Gasto en videos y música grabada. Razones del no consumo de videos, escucha de radio y música grabada.

 <p>Para tomar decisiones</p>	<p align="center">Ficha Metodológica Encuesta de Consumo Cultural</p>		<p>CÓDIGO: DSO-ECC-FME-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 4 FECHA: 3/12/18</p>
<p>PROCESO: Diseño</p>	<p>SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural</p>		
<p>ELABORÓ: Temática ECC</p>	<p>REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE</p>	<p>APROBÓ: Director Técnico DIMPE</p>	

CRITERIO	DESCRIPCIÓN
	<p>Espacios culturales</p> <ul style="list-style-type: none"> Asistencia a bibliotecas, casas de la cultura, centros culturales, museos, galerías y salas de exposiciones; monumentos históricos, sitios arqueológicos, monumentos nacionales y centros históricos. Razones de no asistencia a espacios culturales. <p>Formación y práctica cultural</p> <ul style="list-style-type: none"> Asistencia a cursos y talleres en áreas específicas (educación informal). Realización de prácticas culturales.
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> Porcentaje de personas de 12 años y más que asistieron a teatro, danza y ópera en los últimos 12 meses. Porcentaje de personas de 12 años y más que asistieron a conciertos, recitales, presentaciones de música en los últimos 12 meses Porcentaje de personas de 12 años y más que asistieron a exposiciones, ferias y muestras de fotografía, pintura, grabado, dibujo, escultura y artes gráficas en los últimos 12 meses Porcentaje de personas de 12 años y más que asistieron a ferias y exposiciones artesanales en los últimos 12 meses Porcentaje de personas de 12 años y más, que asistieron a Ferias taurinas, novilladas, becerradas, coleo, corralejas en los últimos 12 meses Porcentaje de personas de 12 años y más, que asistieron a Festivales, ferias de publicaciones (libros) y/o audiovisuales (cine, televisión, radio y video) en los últimos 12 meses Porcentaje de personas de 12 años y más, que asistieron a Carnavales, fiestas y/o eventos nacionales en los últimos 12 meses Porcentaje de personas de 12 años y más, que asistieron a títeres o escuchó cuenteros en los últimos 12 meses Porcentaje de personas de 12 años y más, que asistieron a parques, reservas naturales y/o zoológicos en los últimos 12 meses Porcentaje de personas de 12 años y más, que asistieron a Festivales gastronómicos en los últimos 12 meses. Porcentaje de personas de 12 años y más, que asistieron a Fiestas municipales o departamentales en los últimos 12 meses Porcentaje de personas de 12 años y más, que asistieron al circo en los últimos 12 meses Porcentaje de personas de 12 años y más, que asistieron a parques temáticos y/o de diversiones en los últimos 12 meses Porcentaje de personas de 12 años y más que saben leer y escribir Porcentaje de personas de 12 años y más que saben leer y escribir y si leyeron en cualquier formato y/o soporte en los últimos 12 meses Porcentaje de personas de 12 años y más que afirmaron saber leer y escribir y leyeron de libros en los últimos 12 meses Porcentaje de personas de 12 años y más que afirmaron saber leer y escribir y leyeron revistas en los últimos 12 meses Porcentaje de personas de 12 años y más que afirmaron saber leer y escribir y leyeron periódicos en el último mes Porcentaje de personas de 12 años y más que afirmaron saber leer y escribir y leyeron Blogs, foros, páginas Web en el último mes Porcentaje de personas de 12 años y más que afirmaron saber leer y escribir y leyeron Correos electrónicos en el último mes Porcentaje de personas de 12 años y más que afirmaron saber leer y escribir y leyeron Redes sociales en el último mes.

 <p>Para tomar decisiones</p>	<h2 style="text-align: center;">Ficha Metodológica</h2> <h3 style="text-align: center;">Encuesta de Consumo Cultural</h3>		CÓDIGO: DSO-ECC-FME-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 5 FECHA: 3/12/18
PROCESO: Diseño		SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE	

CRITERIO	DESCRIPCIÓN
	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de personas de 12 años y más que asistieron a cine en los últimos 12 meses • Porcentaje de personas de 12 años y más, que vieron videos en el último mes • Porcentaje de personas de 12 años y más, practicaron con videojuegos en el último mes • Porcentaje de personas de 12 años y más, que vieron televisión en la última semana • Porcentaje de personas de 12 años y más, que escucharon radio en la última semana • Porcentaje de personas de 12 años y más, que escucharon música grabada en la última semana • Porcentaje de personas de 12 años y más que asistieron a bibliotecas en los últimos 12 meses • Porcentaje de personas de 12 años y más que asistieron a Casas de la cultura en los últimos 12 meses • Porcentaje de personas de 12 años y más que asistieron a Centros culturales en los últimos 12 meses • Porcentaje de personas de 12 años y más que asistieron a Museos en los últimos 12 meses • Porcentaje de personas de 12 años y más que asistieron a Galerías de arte y salas de exposiciones en los últimos 12 meses • Porcentaje de personas de 12 años y más que asistieron a Monumentos históricos, sitios arqueológicos, monumentos nacionales y centros históricos en los últimos 12 meses. • Porcentaje de personas de 12 años y más que asistieron a cursos y/o talleres en áreas artísticas y culturales en los últimos 12 meses • Porcentaje de personas de 12 años y más que realizaron prácticas culturales en los últimos 12 meses
Parámetros a estimar o calcular	Los parámetros básicos a estimar son proporciones del 10%, con un error estándar relativo no mayor del 5%.
Nomenclaturas y Clasificaciones	La Encuesta de Consumo Cultural usa la DIVIPOLA, para la clasificación geográfica.
Universo de estudio	El universo está conformado por la población civil no institucional residente en los hogares de las cabeceras municipales del territorio nacional.
Población objetivo	Corresponde a la población civil no institucional de 5 años y más, residente en los hogares de las cabeceras del territorio nacional.
Unidades estadísticas de observación, muestreo, respuesta y análisis	<p>Unidad de observación: corresponde a las viviendas, hogares y personas de 5 años y más.</p> <p>Unidad de muestreo: Es la medida de tamaño o segmento, el cual es un área de aproximadamente 10 viviendas contiguas.</p> <p>Unidad de análisis: Cada una de las viviendas y hogares pertenecientes a la MT seleccionada, al igual que las personas de 5 años y más que los conforman.</p>
Marco estadístico	Está conformado por el listado de manzanas en las cabeceras municipales de la base cartográfica del DANE último Censo Poblacional 2005, donde se

	Ficha Metodológica Encuesta de Consumo Cultural		CÓDIGO: DSO-ECC-FME-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 6 FECHA: 3/12/18
PROCESO: Diseño		SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE	

CRITERIO	DESCRIPCIÓN
	identifican y ubican las manzanas, cuenta además, con información auxiliar del total de viviendas. El marco es actualizado permanentemente de forma parcial a través de las encuestas.
Fuentes de Información Primaria y/o Secundaria	La fuente primaria de información son los hogares, para la Encuesta de Consumo Cultural son 8.532 hogares.
Diseño Muestral	<p>Teniendo en cuenta los objetivos de la encuesta el diseño muestral es probabilístico, multietápico, estratificado y de conglomerados, según los siguientes criterios:</p> <p>Probabilístico: Cada unidad de muestreo tiene una probabilidad de selección conocida y superior a cero. Esta información permite determinar a priori la precisión deseada en las estimaciones y posteriormente calcular la precisión de los resultados obtenidos a partir de la información observada.</p> <p>Multietápico: Unidades Primarias de Muestreo (UPM), subdividida en dos estratos de certeza y no certeza:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estrato de certeza o inclusión forzosa: incluye las áreas metropolitanas y el resto de capitales departamentales, y aquellos municipios de tamaño intermedio cuya población es similar o mayor que el tamaño promedio de los estratos de su departamento. - Estrato de no certeza o inclusión probabilística: corresponde a las UPM seleccionadas con probabilidad proporcional al tamaño (PPT) de los estratos conformados por dos o más UPM. - Unidades Secundarias de Muestreo (USM). En las cabeceras municipales, las USM son grupos de manzanas contiguas del mismo municipio, que contienen un mínimo de 12 medidas de tamaño (MT), cada MT con un promedio de 10 viviendas. - Unidades Terciarias de Muestreo (UTM). La selección dentro de cada USM de una o más UTM, dependiendo de las requeridas, del tamaño y cantidad de USM preseleccionadas en cada municipio. Cada UTM es un segmento con un promedio de 10 viviendas contiguas con un intervalo de viviendas contiguas [7 a 14]. <p>Estratificado: Clasifica las unidades de muestreo en grupos homogéneos, en función de variables independientes, altamente asociadas con los indicadores de estudio y poco correlacionadas entre sí. Esto con el objeto de maximizar la precisión de los resultados al disminuir la varianza de las estimaciones.</p> <p>De conglomerados: Corresponde a la unidad final de muestreo, es la medida de tamaño o segmento en un área que contiene un promedio de diez viviendas, en la cual se investigan todas las viviendas, todos los hogares y todas las personas de 18 años y más.</p>
Tamaño de Muestra	El tamaño de la muestra es de 8.392 viviendas.
Precisión requerida	La precisión está medida en términos del error de muestreo el cual es menor o igual a 5% con un nivel de confiabilidad del 95%, para los principales indicadores trabajados en la ECC.
Mantenimiento de la Muestra	El marco se actualiza de forma parcial mediante los ejercicios de recuento que

 <p>Para tomar decisiones</p>	Ficha Metodológica Encuesta de Consumo Cultural		CÓDIGO: DSO-ECC-FME-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 7 FECHA: 3/12/18
PROCESO: Diseño		SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE	

CRITERIO	DESCRIPCIÓN
	se realizan previos a la recolección. Se actualiza en su totalidad cuando se realizan censos de población y vivienda. Los recuentos se realizan de manera permanente, por lo cual la actualización parcial es continua. Los censos de población y vivienda se realizan aproximadamente cada 10 años.
Cobertura geográfica	La Encuesta de Consumo Cultural tiene un cubrimiento a nivel nacional de las cabeceras municipales.
Periodo de referencia	Corresponde al último año
Periodo de recolección	Primer trimestre del año 2018
Periodicidad de la recolección	Bienal
Método de recolección	Se realiza a través de barrido, consiste en que todo el grupo se ubica en un segmento y no pasa a otro segmento hasta que las viviendas y hogares que lo conforman estén trabajadas totalmente.
Desagregación de los resultados	Los resultados están desagregados por sexo, rangos de edad y regiones.
Frecuencia de entrega de resultados	Bienal
Años y periodos disponibles	A partir de 2010
Medios de difusión	<ul style="list-style-type: none"> - Publicación en página Web DANE , el formulario, Boletín técnico y anexos. - Publicación en página Web del DANE en el icono “Datos Abiertos-Microdatos anonimizados” Archivo Nacional de Datos – ANDA ,los microdatos correspondientes a la ECC <p>Los resultados están disponibles en el sitio web del DANE, www.dane.gov.co, en el vínculo estadísticas por tema/ Cultura/</p>