

Departamento Administrativo
Nacional de Estadística



Producción Estadística
PES

Dirección de Metodología y Producción
Estadística (DIMPE)

**Manual de Diligenciamiento y
Conceptos Básicos
Encuesta de Consumo Cultural**

2017



	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 02 PÁGINA: 1 FECHA: 27/10/17
PROCESO: Producción Estadística		SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

TABLA DE CONTENIDO

1	INTRODUCCIÓN	2
2	OBJETIVO	2
3	DEFINICIONES	3
4	CONTENIDO	10
6	REGISTROS	126
7	BIBLIOGRAFIA	126
8	ANEXOS	126

	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 02 PÁGINA: 2 FECHA: 27/10/17
PROCESO: Producción Estadística		SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

1 INTRODUCCIÓN

El DANE presenta la Encuesta de Consumo Cultural, la cual se viene realizando cada dos años con el propósito de garantizar la sostenibilidad en la entrega de resultados y lograr así su posicionamiento como fuente esencial en las agendas estratégicas y de desarrollo del país.

Es importante destacar que la Encuesta de Consumo Cultural se viene desarrollando con una periodicidad bienal (2010-2012-2014-2016), para la aplicación 2018 la encuesta cuenta con 95 preguntas con las que se espera obtener información sobre las prácticas culturales de la población de 5 años y más.

Esta encuesta es una forma de acercarnos al conocimiento de las preferencias y tendencias de consumo cultural, y nos permite conocer los niveles de accesibilidad de las personas 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. A continuación presentamos el manual de diligenciamiento y conceptos básicos, documento que nos mostrará las preguntas, los conceptos, así como las recomendaciones, sugerencias y tips para lograr con éxito el desarrollo de la encuesta.

2 OBJETIVO

Considerando los pasos metodológicos y las estructuras bajo las cuales trabaja el DANE, a continuación presentamos el manual de diligenciamiento y conceptos básicos, documento que nos mostrará las preguntas, los conceptos, así como las recomendaciones, sugerencias y tips para lograr con éxito el desarrollo de la encuesta.

3 DEFINICIONES

En este segundo capítulo, encontraremos un conjunto de conceptos básicos que nos permitirán estar entrenados para asumir, con conocimiento y agilidad, todas las actividades de recolección en campo.

A continuación se describe una serie de conceptos y definiciones que se trabajan desde el recuento:

EDIFICACIÓN



Podemos considerar como edificaciones:

una casa, un edificio, un estadio, un inquilinato, un centro comercial, un cuartel, una vivienda construida con latas y materiales de desecho, un lote cerrado con muros destinado a parqueadero, entre otras.



Conceptos claves: Es toda construcción independiente y separada, compuesta por una o más unidades o espacios. La condición de la edificación debe ser:

Independiente porque tiene acceso desde la vía pública, caminos, senderos o espacios de circulación común.

Separada porque generalmente tiene paredes que la delimitan y diferencian de otras construcciones.

La edificación puede tener varias entradas y está generalmente cubierta por un techo.

Estas unidades o espacios pueden tener diferentes usos, y para esta ENCUESTA SÓLO INTERESAN LAS QUE SEAN UTILIZADAS COMO VIVIENDA, ES DECIR. QUE SEAN DESTINADAS PARA SER



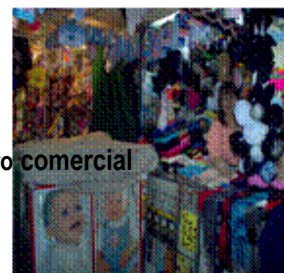
Una casa



Un edificio



Una iglesia



Un centro comercial

Dentro de un segmento pueden encontrarse estructuras no residenciales como iglesias, bodegas, fábricas, hospitales, etc., en las cuales hay personas viviendo, tales como el celador (a) con su familia. Si este lugar es su residencia habitual, los cuartos ocupados por estas personas deben ser considerados como viviendas y ellos constituyen hogares particulares.

PROCESO: Producción Estadística

SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural

ELABORÓ: Temática ECC

REVISÓ: Coordinación Temática Social
DIMPE

APROBÓ: Director Técnico DIMPE



Un hotel

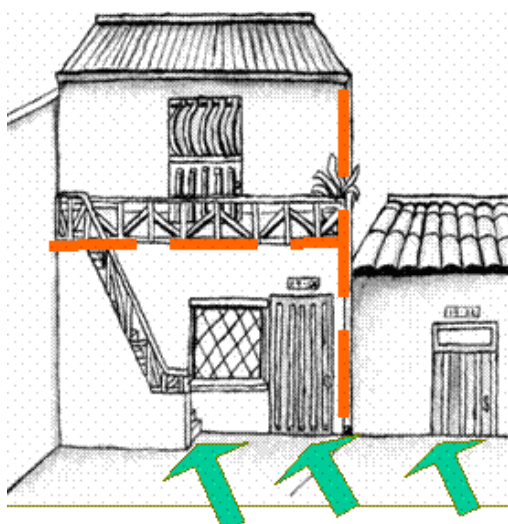


Una cárcel



Una vivienda construida con
latas y material de desecho

VIVIENDA



Conceptos claves: Es una

unidad o espacio independiente y separado con áreas de uso exclusivo, habitado o destinado a ser habitado por una o más personas. Se caracteriza por ser:


***Independiente** porque tiene acceso directo desde la vía pública, caminos, senderos o espacios de circulación común y las personas que la habitan pueden entrar y salir de ella sin pasar por áreas de uso exclusivo de otra vivienda, como la sala, el comedor, la cocina, las habitaciones para dormir, cuartos de estudio y cuartos de costura.

***Separada** porque tiene muros, paredes, tapias u otro tipo de separación fija que permite diferenciarla de otras unidades o espacios.



Tener en cuenta:

Las viviendas que son exclusivamente para uso recreacional y en las cuales nadie reside permanentemente, no deben investigarse pues se consideran como viviendas vacantes. Igualmente sucede cuando la vivienda sólo es ocupada los fines de semana y el resto del tiempo permanece sola.

	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 02 PÁGINA: 5 FECHA: 27/10/17
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

VIVIENDAS EN ESTRUCTURAS NO DESTINADAS PARA HABITACIÓN

Incluye las edificaciones que no han sido construidas para alojar personas, pero que al momento del recuento están habitadas por una o varias personas que comen y duermen allí, por ejemplo el celador (a) con su familia, que reside en fábricas, oficinas, almacenes, etc. En estos casos se debe indagar para precisar si realmente se trata de viviendas ocupadas.

En los Lugares Especiales de Alojamiento (LEA) (hospitales, sanatorios, internados, prisiones, cuarteles, etc.) en los que vive colectivamente un grupo de personas participando en común de los servicios sanitarios, comedores, dormitorios, etc., **desde el recuento se debe indagar por la existencia de viviendas particulares.**

HOGAR

Es una persona o grupo de personas, parientes o no, que ocupan la totalidad o parte de una vivienda; atienden necesidades básicas con cargo a un presupuesto común y generalmente comparten las comidas. Se constituyen, además, como un hogar las personas que se asocian para vivir bajo el mismo techo aunque no compartan las comidas.


En una vivienda pueden encontrarse varios hogares si existen grupos de personas que viven en una parte de la vivienda y preparan sus comidas por separado. También pueden estar conformados por personas no parientes, como tres (3) amigos que se asocian para compartir el lugar de alojamiento.

Los empleados del servicio doméstico y sus familiares, los trabajadores y sus familiares, forman parte del hogar siempre y cuando duerman en la misma vivienda donde trabajan.



Tener en cuenta:

- ▶ No se debe confundir el concepto de hogar con el de familia, pues el hogar lo conforman quienes viven en una vivienda y comparten al menos una de las comidas, sean parientes o no.
- ▶ El concepto de familia implica lazos de consanguinidad entre sus componentes y pueden constituir para efectos del recuento “varios hogares”, si algunos de ellos, viven en otras viviendas. Esto es importante dado que en dos viviendas contiguas pueden vivir padres y madres y en la otra los hijos (as) casados (as) (la persona que realiza la entrevista puede tender a considerarlo un solo hogar, cuando no es así).
- ▶ En una vivienda pueden encontrarse varios hogares, cuando los grupos de personas viven en una parte de la vivienda y preparan sus comidas por separado.
- ▶ En la vivienda pueden existir hogares conformados por inquilinos e inquilinas, por el hogar principal más huéspedes, más pensionistas, más trabajadores(as). Para diferenciarlos se deben tener en cuenta los siguientes criterios:

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 02 PÁGINA: 6 FECHA: 27/10/17
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE



Inquilino(a): Es aquella persona que tiene en arriendo uno o varios cuartos en la vivienda y hace sus comidas aparte. **Los hogares constituidos por inquilinos se deben considerar como hogares independientes.**

Pensionista: La persona que paga por el derecho a la vivienda y los alimentos.

Los pensionistas se consideran miembros del hogar cuando su número es menor o igual a cinco (5). Si se encuentran seis (6) o más de ellos se debe encuestar solamente el hogar principal.

Trabajador(a): es la persona que reside en la vivienda y presta algún servicio laboral como obrero, jornalero o empleado reside en la vivienda y presta sus servicios en la explotación o producción que tiene algún miembro del hogar. Se consideran miembros del hogar cuando su número es menor o igual a cinco (5). Si se encuentran seis (6) o más trabajadores (as) solo se encuesta el hogar principal.




Tener en cuenta:

- ▶ La persona para ser un pensionista debe pagar por su estadía y alimentación, bien sea en especie, dinero o responsabilizándose de algún gasto del hogar **como forma de pago** por dicha estadía y alimentación.
- ▶ Generalmente una persona se considera como **inquilino** cuando posee sus propios enseres y, por lo tanto, cada vez que se muda de la vivienda que habita lo hace con sus pertenencias; mientras que el **pensionista** paga solamente por el derecho a la vivienda y los alimentos y no cuenta con ningún bien, y es el dueño del hogar en el que habita quien le proporciona algunos inmuebles para su comodidad.
- ▶ Los niños y niñas asignados al **cuidado del hogar** dentro del **Programa de Madres Sustitutas**, se deben considerar como pensionistas y miembros del hogar, si su número es menor o igual a cinco (5). Si son más de 5, sólo se encuesta el hogar principal.

CONFORMACIÓN DEL HOGAR

El hogar lo constituyen:

- Las personas residentes habituales (familiares o no).

 <p>DANE Para tomar decisiones</p>	<p align="center">Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural</p>	<p>CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 02 PÁGINA: 7 FECHA: 27/10/17</p>
<p>PROCESO: Producción Estadística</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>

- Las personas que residen habitualmente en el hogar pero que están ausentes **por un tiempo menor a seis (6) meses** por razones de trabajo, salud o porque están de vacaciones en otro sitio y no tienen residencia en otro lugar.
- Las personas que no tengan residencia habitual en otra parte, se consideran residentes habituales del hogar encuestado. Ejemplos: marinos mercantes, los agentes viajeros, etc.
- Los y las pensionistas y trabajadores (as) (si su número es menor o igual a 5)
- Los empleados (as) domésticos (as) y sus hijos (as) se consideran miembros del hogar donde trabajan en los siguientes casos:
 - Cuando duermen en la misma vivienda para la cual trabajan (empleados domésticos internos).
 - Permanecen la mayor parte del tiempo en su trabajo (ejemplo: trabajan de lunes a viernes y retornan a donde sus familiares los fines de semana).
- Los bachilleres que están prestando el servicio militar obligatorio en la Policía Nacional, las y los guardas bachilleres penitenciarios que regresan a sus hogares en la noche se consideran miembros del hogar.



Tener en cuenta:

Los empleados (as) domésticos (as) y sus hijos (as) **no se consideran miembros del hogar** donde trabajan, cuando:

- ▶ Trabajan a distintos hogares (cuenta propia).
- ▶ Trabajan a un solo hogar pero regresan diariamente a su hogar.

En estos casos, los empleados domésticos se incluirán en el hogar donde residen.



Conceptos claves:


- **Jefe(a) de hogar:** Se considera jefe (a) de hogar a la persona que por su edad, por ser el principal sostén económico de la familia o por otras razones, es reconocido por los demás integrantes como la cabeza del grupo.

Puede ser hombre o mujer. En algunos casos, puede ser un menor de edad quien asume la jefatura del hogar. Por ello cuando se solicite la información del hogar, puede en este caso darla el menor de edad quien es jefe (a) del hogar.

- **Residente habitual del hogar:** Es la persona que vive permanentemente o la mayor parte del tiempo en una vivienda aunque en el momento de la entrevista se encuentre ausente.

También son residentes habituales en un hogar, porque no tienen residencia habitual en otra parte:

- ◆ Las personas que se encuentran ausentes por motivos especiales como: vacaciones, cursos de capacitación, viajes de negocio; **siempre y cuando la ausencia sea de 6 meses o menos.**
- ◆ Las y los agentes viajeros, marinos (as) mercantes.
- ◆ Las personas secuestradas sin importar el tiempo de ausencia.
- ◆ las personas enfermas internadas en hospitales o clínicas sin importar el tiempo de ausencia.

	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 02 PÁGINA: 8 FECHA: 27/10/17
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

- ◆ Las personas desplazadas, sin importar el tiempo de permanencia en el hogar que se está entrevistando.
 - ◆ Las personas detenidas temporalmente en inspecciones de policía.
 - ◆ Los que prestan el servicio militar en la policía y duermen en sus respectivos hogares.
 - ◆ Las personas que se desplazan hacia otras ciudades o municipios por motivos de trabajo y por corto tiempo (hasta 6 meses) pero que tienen la seguridad de volver a sus respectivos hogares.
- **Residente no habitual del hogar:** no se considera bajo esta categoría:
 - ◆ Las personas que por razones de estudio trabajo u otro motivo, permanecen la mayor parte del tiempo en un sitio diferente de aquel donde reside su hogar. Éstas se deben considerar residentes habituales del sitio donde desarrollan estas actividades, aunque viajen con regularidad (fines de semana, cada 15 días o mensualmente, por ejemplo) a visitar su hogar.
 - ◆ Las personas que en el momento de la encuesta están pagando condenas en cárceles, prestando servicio militar en cuarteles del ejército, la fuerza aérea o en la armada nacional, internados de estudio, asilos, conventos o monasterios, son residentes de dichos lugares o instituciones.

Si se presenta el caso de personas que por razones de estudio, trabajo u otro motivo **permanecen exactamente la mitad del tiempo en dos sitios diferentes, se deben considerar residentes habituales del sitio donde reside su hogar**; probablemente donde se encuentren personas que de alguna manera tengan lazos de consanguinidad con la persona. Asimismo, si esta persona tiene el mismo grado de consanguinidad con los dos hogares entonces debe ser registrada en el hogar en que se encuentre al momento de aplicar la encuesta.


CONCEPTOS ASOCIADOS A LAS PRÁCTICAS DE CONSUMO CULTURAL

Acceso a bienes y servicios culturales: en la sociedad circulan diversos bienes y servicios culturales producidos por entidades tanto públicas como privadas que constituyen una oferta cultural para las y los ciudadanos, en ese sentido el acceso hace referencia a la consecución u obtención de estas producciones sea de forma gratuita o paga por parte los ciudadanos. (Federación Andaluza de Municipios, 2009:220)

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)

Bienes y servicios culturales: producciones culturales diferentes, ya que mientras los primeros son duraderos (permanecen en el tiempo) y posibilitan su adquisición como propiedad por quien los consume, los segundos sólo pueden apropiarse en su momento de ejecución (no permanecen en el tiempo) y, en consecuencia, no pueden ser propiedad de quien los consume.

Entre los bienes se encuentran, por ejemplo, los libros, los periódicos, la radio y la música grabada. Como servicios culturales están el teatro (entendido como puesta en escena en vivo), la asistencia a cine o un taller de artes plásticas. (Federación Andaluza de Municipios, 2009:222)


	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 02 PÁGINA: 9 FECHA: 27/10/17
PROCESO: Producción Estadística		SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

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)

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 estén en versión digital o electrónica. (Federación Andaluza de Municipios, 2009:12)

Prácticas de Consumo Cultural: prácticas ligadas a procesos de circulación y apropiación de bienes y servicios culturales (oferta cultural), donde las y los ciudadanos de alguna manera reciben, reinterpretan y re-significan los sentidos y mensajes que se materializan en bienes y servicios culturales. (Federación Andaluza de Municipios, 2009:234)

Presentaciones y espectáculos culturales: actividades realizadas por personas, grupos y/o entidades tanto públicas como privadas, con el propósito de promover la circulación de propuestas y producciones vinculadas con una o varias prácticas culturales. En este grupo se incluyen las ferias y exposiciones de artículos y bienes como cuadros, artesanías, esculturas, instalaciones. (Federación Andaluza de Municipios, 2009:234)

	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 02 PÁGINA: 10 FECHA: 27/10/17
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

4 CONTENIDO

OBJETIVOS Y ALCANCES DE LA ENCUESTA DE CONSUMO CULTURAL

En comparación con los años anteriores, la operación estadística mantiene las mismas categorías y variables de estudio, a fin de lograr la comparabilidad de los fenómenos asociados a los consumos culturales de la población de 5 años y más que reside en Colombia.

La información que se produce permite caracterizar las tendencias y gustos de las personas residentes en Colombia, generar indicadores que alimentan los diseños de políticas públicas en curso, así como los sistemas de seguimiento y monitoreo a los lineamientos, planes, programas y proyectos vigentes en el sector cultural.

Objetivo general de la Encuesta de Consumo Cultural

Caracterizar las prácticas culturales asociadas al consumo cultural de la población de 5 años y más.

Objetivos específicos

- Determinar los usos y preferencias que respecto a bienes, servicios y espacios culturales hacen las personas 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 las y los ciudadanos asociadas a la realización de actividades culturales y a la formación en las áreas relacionadas.
- Producir información oficial sobre el tema cultural para la gestión pública.

Población objetivo

Corresponde a la población civil no institucional de 5 años y más residente en las cabeceras municipales del territorio nacional.

Unidad de observación:


Corresponde a las viviendas, hogares y personas de 5 años y más.

Unidad de muestreo:

Es la medida de tamaño o segmento, el cual es un área de aproximadamente 10 viviendas contiguas.

Unidad de análisis:

Corresponden a las viviendas, los hogares y las personas de 5 años y más

	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 02 PÁGINA: 11 FECHA: 27/10/17
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

Muestra de la encuesta

La Encuesta de Consumo Cultural se aplicará en las cabeceras municipales de 117 municipios en 29 departamentos (en las ciudades capitales se incluyen las áreas metropolitanas). Es importante destacar que se trabajarán grupos de segmentos, previamente identificados en DANE Central.

Periodo de recolección

El operativo en campo se efectuará en el primer semestre, en las cabeceras municipales de los municipios elegidos en la muestra.

Periodo de referencia

En la Encuesta de Consumo Cultural los periodos de referencia se asocian a diferentes momentos de tiempo, con base en los hábitos de consumo que tienen las personas respecto a los diferentes bienes y servicios.

En el caso de la lectura de libros y revistas, en la asistencia a espacios culturales y en la asistencia a presentaciones y espectáculos culturales, el periodo de referencia son los últimos 12 meses. Para la lectura de otros contenidos digitales e internet, el periodo de referencia corresponde a los últimos tres meses. En la lectura de periódicos, videos y video juegos, el periodo de referencia corresponde al último mes y para los consumos de audiovisuales como televisión, radio y música grabada, el periodo es la última semana.

Método de recolección

El sistema de recolección utilizado en la ECC es el de barrido, que consiste en que cada equipo de trabajo recorre de forma simultánea un segmento hasta investigar todas las viviendas seleccionadas con sus respectivos hogares. Este sistema de trabajo le permite al supervisor hacer seguimiento a su equipo en las diversas actividades de recolección.


Medio de recolección

El instrumento en el cual se captura la información es en el Dispositivo Móvil de Captura DMC, el cual es operado por el encuestador(a).

Tipo de informantes

La aplicación de la encuesta se realiza a través de dos tipos de informantes:

- ✓ A través de **informante directo** para las personas de 12 años y más, es decir, que cada persona del hogar de 12 años y más entrega la información acerca de sus hábitos y prácticas de consumo cultural y ningún otro miembro la da por él o ella.
- ✓ En el caso de los menores de edad entre los 5 y 11 años, la información es suministrada por los padres o acudientes, pero con la presencia de los niños y las niñas para validar la información entregada. **En este caso la técnica es informante idóneo (a).**

	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 02 PÁGINA: 12 FECHA: 27/10/17
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

¡PARA NO OLVIDAR!

Solo en condiciones extremas por inseguridad o daño del DMC se usará el formulario en papel.

Todos los formularios en papel que sean utilizados para la recolección de información deben devolverse al DANE CENTRAL relacionando:

- (1) Cantidad de formularios recibidos de DANE Central para el operativo.***
- (2) Número de formularios digitados y/o usados.***
- (3) Cantidad de formularios sobrantes en blanco.***

CUANDO SEA NECESARIO USAR EL FORMULARIO EN PAPEL, PREVIAMENTE DEBE CONSULTARSE CON LA SUPERVISIÓN Y CONCERTAR EN QUÉ MOMENTO SE VA A DIGITAR LA INFORMACIÓN QUE SE RECOLECTÓ EN FORMULARIO FÍSICO.


CASOS FRECUENTES A CONSIDERAR SOBRE LOS HOGARES, ¿QUÉ HACER?

Cuando las personas residentes habituales son personas con discapacidades o problemas mentales:

Situación: de las personas con discapacidades o problemas mentales, ¿cómo es posible obtener información para esta encuesta?

Rta!: Se propone utilizar ***el método de informante idóneo (a) para obtener así la información.*** En algunos casos las personas no pueden hablar, pero sus familiares sí tienen un grado de conocimiento de sus hábitos y prácticas

En los hogares conformados por personas sordomudas, se acepta que la información sea proporcionada por cualquier familiar independientemente de la edad y el lugar de residencia, bajo la técnica de informante idóneo (a).

	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 02 PÁGINA: 13 FECHA: 27/10/17
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

Se sugiere que al momento de suministrar la información con el informante idóneo estén presentes las personas sordomudas para validar los datos entregados.

Cuando una persona permanece el mismo tiempo en dos sitios diferentes:

Situación: Si se presenta el caso de personas que por razones de estudio, trabajo u otro motivo **permanecen exactamente la mitad del tiempo en dos sitios diferentes, se deben considerar residentes habituales del sitio donde reside su hogar**, probablemente donde se encuentren personas que de alguna manera tengan lazos de consanguinidad con la persona.

Rta/: Si esta persona tiene el mismo grado de consanguinidad con los dos hogares entonces debe ser registrada en el hogar en que se encuentre al momento de aplicar la encuesta.



Ejemplos... ¡para entendernos!

Karen es madre de Malena quien es la jefa del hogar, pero en el momento de llegar a la residencia, ella manifiesta que está 15 días en el hogar de Malena, y otros 15 días en el hogar de su otra hija, Antonia, y desde tiempo atrás viene haciéndolo de esta manera. Dado que esta persona permanece el mismo tiempo en ambos hogares entonces se le debe aplicar la encuesta en el hogar en que se encuentre en el momento.

Cuando alguna persona que hace parte del hogar está hospitalizada o viajó fuera de la ciudad o el país de residencia:

Situación 1: Una persona que hace parte del hogar se encuentra hospitalizada desde hace un mes y no tiene salida del centro asistencial por todos estos días, ¿qué se debe hacer?


Situación 2: El jefe(a) de un hogar viajó a Venezuela y regresa dentro de 20 a 30 días, ¿qué se puede hacer en estos casos?

Situación 3: Una persona residente habitual está por fuera del país y solo regresará en dos meses. ¿Qué se hace en este caso? ¿Se consiguen los datos con el (la) informante idóneo (a) para él colocando la respectiva observación? ¿Se haría lo mismo para el miembro que está hospitalizado en la situación 1?

Respuesta para los tres casos reseñados: dado que todas son personas que hacen parte del hogar, es decir, son residentes habituales (**teniendo en cuenta las características descritas en las páginas anteriores**) pero no regresan en el periodo en el cual se efectúa el operativo, se les incluye en el hogar y **en el resultado de encuesta para la persona se diligencia Ausente Temporal (AT)**. Recordemos que en ninguno de estos casos se puede usar el informante idóneo (a), es decir, que otra persona del hogar dé la información por él o ella.

Sobre la constitución de los hogares / caso de una persona que es detenida por la Policía:

Situación: Se llega a un hogar y la madre nos dice que su hijo de 18 años el día anterior fue arrestado por la Policía como medida cautelar mientras investigan un caso en particular. ¿Esa persona de 18 años hace parte del hogar o no? Es importante aclarar que a la madre no le dicen cuanto tiempo dura la investigación.

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 02 PÁGINA: 14 FECHA: 27/10/17
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

Rta/: En este caso la persona Sí hace parte del hogar teniendo en cuenta las características de las personas residentes habituales así: "son residentes habituales las personas detenidas temporalmente en inspecciones de policía".

Sobre la constitución de los hogares / caso de niño (a) que se lo lleva el ICBF:

Situación: Se llega a un hogar y la madre o el padre nos dice que su hijo (a) el día anterior, el ICBF se lo llevó bajo protección como medida cautelar mientras investigan si se lo devuelven a la madre o al padre o se lo quitan. ¿Ese niño (a) hace parte del hogar o no? Es importante aclarar que a la madre o el padre no le dicen cuanto tiempo dura el proceso de investigativo.

Rta/: En este caso, recordemos la definición de residente habitual del hogar: "es la persona que vive permanentemente o la mayor parte del tiempo en una vivienda aunque en el momento de la entrevista se encuentre ausente".

Es importante resaltar que si es un niño o niña entre los 5 y los 11 años, la información de la encuesta se obtiene a través de la madre, padre y/o acudiente como informante idóneo (a).


Si es un menor de edad entre los 12 y 17 años, no es posible recoger la información, pues el informante es directo en consonancia con lo que plantea la metodología de la operación estadística.

Se debe tener en cuenta en este caso que los y las menores sí hacen parte del hogar y son residentes habituales, pero es probable que no regresan en el periodo en el cual se efectúa el operativo; se deben incluir en el listado de personas que conforman el hogar, en el resultado de encuesta para la persona se diligencia **Ausente Temporal (AT)** y en las observaciones se explica la situación.

Cuando las personas encuestadas no hablan español

Situación: Es el caso de una persona Wayuu que vive en una zona rural cerca de Bogotá, y que no habla español. ¿Qué hacer en estas situaciones?

Rta/: Se recomienda en estos casos utilizar la técnica del informante idóneo (a), es decir, una persona familiar o acudiente que sepa el idioma y sirva de traductor (a) en estos casos. Por ejemplo, el hijo (a) de la persona quien sabe español y Wayuunaiki (lengua indígena), lo que lo valida como informante idóneo (a).


	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 02 PÁGINA: 15 FECHA: 27/10/17
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

ESQUEMAS, ACTORES Y ORGANIZACIÓN DEL PERSONAL DE CAMPO

La organización del operativo de campo busca responder eficientemente a los requerimientos técnicos, conceptuales y metodológicos propios de la investigación en el tiempo establecido. En tal sentido, el DANE utilizará la infraestructura de las Direcciones Territoriales en las cuales, con base en las directrices del Grupo de Producción y Logística, se adelantará el trabajo de campo bajo el siguiente esquema operativo:



Para el cubrimiento de la muestra en cada municipio, los segmentos seleccionados se deben distribuir previamente entre los diferentes grupos en forma equitativa. A su vez, el grupo, en cabeza de la supervisión, debe conformar rutas de trabajo organizando los segmentos entregados en un determinado

	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 02 PÁGINA: 16 FECHA: 27/10/17
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

orden para su recolección, dentro del tiempo establecido y, especialmente, según la ubicación dentro de los municipios.

El grupo, dependiendo del número de segmentos a encuestar, cuenta con un determinado número de días para la realización del trabajo en su totalidad: recuento de edificaciones, viviendas y hogares, selección de la muestra, recolección, supervisión, control de calidad y envío diario de los archivos totalmente depurados con los correspondientes formatos y demás materiales diligenciados.

Es importante resaltar que en cada ciudad capital donde se aplique la encuesta, habrá una Coordinación de Campo y una persona de la planta del DANE que refuerza esta labor en la parte de coordinación del proceso operativo.

Los grupos de trabajo están conformados por la supervisión, dos (2) o tres (3) personas recolectoras y una persona sensibilizadora. Es necesario aclarar que en el caso de las personas encuestadoras, el número por grupo de recolección varía según la muestra que se tenga por municipio.

Para el rol de persona sensibilizador (a), éste únicamente se establece para los grupos que van a estar en las ciudades capitales tales como Bogotá, Medellín y Cali. En las demás capitales y municipios, las obligaciones de la persona sensibilizador (a) las asume cada persona que va a realizar la supervisión.

ROLES EN EL EQUIPO DE TRABAJO




Conceptos claves:

- **La coordinación general de la encuesta:** la realiza la persona encargada de la dirección técnica y operativa de la encuesta en cada una de las sedes y subsedes del DANE. Para esta actividad se encuentra un funcionario (a) de planta responsable en cada una de las Direcciones Territoriales.
- **Asistencia Técnica:** En el ámbito regional es el responsable de la organización operativa de la encuesta, de él dependen los grupos de trabajo adscritos a su Dirección Territorial con quienes debe mantener comunicación permanente.

Funciones:

- Manejo de la muestra, asignación de Medidas de Tamaño (MT) en segmentos recontados, selección de viviendas a encuestar.
- Suministrar a cada una de las y los supervisores el material, los Dispositivos Móviles de Captura y los elementos necesarios para la ejecución del trabajo de campo, explicando cuales de los elementos deben ser devueltos a fin de que se hagan responsables de ellos y los reintegren una vez finalizada la encuesta.
- Garantizar con la coordinación de Campo que todo el personal que participa en el operativo, porte el carné que lo acredite como funcionario (a) o contratista del DANE.
- Dictar la inducción y el reentrenamiento al personal seleccionado para el recuento y la recolección.
- Atender las consultas de las y los supervisores y solucionar las que estén a su alcance. Debe llevar una hoja de ruta para cada uno de ellos.

	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 02 PÁGINA: 17 FECHA: 27/10/17
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

- Redireccionar al equipo de Producción y Logística de DANE Central las consultas necesarias sobre aspectos metodológicos, operativos y muestrales. Una vez se respondan las dudas y comentarios, socializarlas al supervisor, a fin de que pueda tomar decisiones certeras y efectivas acerca de las diferentes situaciones que surgen en campo.
- Las consultas relacionadas con la muestra deberán formularse a DIMPE (Equipo de Metodología Estadística), con copia al Grupo de Producción y Logística.

Las siguientes funciones se deben tener en cuenta al realizar la encuesta para cabeceras municipales

- ✓ Elaborar para la firma del Director Territorial, las cartas que serán enviadas a las y los alcaldes anunciando la realización de la encuesta en su municipio. Dicha comunicación debe contener la fecha de realización de la encuesta, los nombres de las personas responsables y el objetivo de la misma.
- ✓ Dada la importancia que tiene el manejo de la muestra, es necesario que la recolección se cumpla tal como está prevista para cada ruta. Se debe elaborar un cronograma de actividades para cada supervisor (a), indicando la fecha en la cual debe visitar cada municipio y el tiempo que durará efectuando la recolección de información, con el fin de dar estricto cumplimiento a los periodos de recolección y facilitar la supervisión técnica.
- ✓ Este cronograma de actividades debe ser enviado al grupo de Producción y Logística antes de iniciar el operativo, para verificar que esté acorde con las instrucciones dadas en cada una de las rutas. Esto también sirve para que en caso de supervisión por parte del DANE Central, la persona encargada de dicho seguimiento encuentre de manera ágil y en la fecha prevista a cada uno de los grupos.
- **La Coordinación de campo:** su trabajo está articulado con las directrices de la coordinación general de la encuesta y tiene como función la asignación de las cargas de trabajo y el control en campo de los grupos de supervisión y recolección para lograr el manejo del operativo en cada municipio seleccionado.


Supervisión: El personal de este grupo controla el trabajo de campo en las áreas que le asigne la coordinación de Campo y asumen la responsabilidad de garantizar dentro del proceso de recolección, la calidad y cobertura de la información obtenida por los diferentes grupos de trabajo.

De acuerdo con la muestra asignada en cada municipio, la supervisión puede tener a cargo mínimo dos (2) o máximo cuatro (4) recolectores (as). Ellos garantizan dentro del proceso de recolección, la calidad y cobertura de la información obtenida por los diferentes grupos de trabajo.

- **Personal de recolección:** 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 DMC.

La labor de la persona recolectora (or) es exigente y requiere de un conocimiento preciso de los conceptos y normas que rigen la encuesta, y de un compromiso orientado a lograr la cobertura y los niveles de calidad propuestos.

El trabajo en la parte operativa, correspondiente a la recolección, presenta dificultades, porque en ocasiones se deben visitar zonas de difícil acceso y/o con problemáticas en su ejecución. Por eso es necesario, que la persona recolectora (or) asuma su labor teniendo pleno conocimiento de la

	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 02 PÁGINA: 18 FECHA: 27/10/17
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE


responsabilidad que adquiere dentro de una investigación tan importante para la planificación del desarrollo del país.

- **Soporte de sistemas:** esta persona depende directamente de la coordinación general de la encuesta y es quien se encarga de realizar las actividades de manejo de la información recolectada y su posterior cargue en el aplicativo establecido para tal fin, teniendo en cuenta los procesos de seguridad, transferencia y resguardo de información (back up) de la información.
- **Personal de sensibilización:** dependen directamente de la coordinación General de la Encuesta y son los encargados (as) de visitar todas las viviendas-hogares para informarles del objeto de su trabajo durante un tiempo en el municipio, así como, el objetivo de la encuesta, además de coordinar la fecha de visita a cada uno de los hogares seleccionados para aplicar el instrumento de la encuesta.

Nuestro trabajo es uno de los más trascendentales y de nuestro compromiso, desempeño y sentido de cooperación depende en gran medida que la información tenga la cobertura, calidad y precisión requeridas.

LABORES ESPECÍFICAS DE LOS RECOLECTORES

- Asistir al curso de inducción, aprobar y dominar los conceptos temáticos y operativos impartidos en el taller y estar atento (a) a las instrucciones que se impartan.
- Estudiar las normas y conceptos dados en el presente manual.
- Presentarse puntualmente al centro de operaciones que se le indique.
- Recibir de la supervisión de grupo los materiales necesarios para la encuesta y verificar que estén completos y en buen estado.
- Encuestar a todos los hogares de las viviendas que le asigne el supervisor (a), en su debido tiempo.
- Asegurar la calidad y el correcto diligenciamiento de los formularios de la encuesta en los dispositivos móviles de captura o en los formatos análogos, si así es requerido.
- Establecer citas con los informantes directos y cumplir con éstas estrictamente.
- Leer las preguntas tal como están en el DMC y/o en los formularios físicos para asegurar que en todas partes se haga la misma pregunta.
- Hacer las correcciones, verificaciones o reentrevistas que el supervisor (a) le ordene, regresando a la vivienda si es necesario.
- Responsabilizarse y velar por la conservación del material a su cargo.
- Durante el trabajo de campo llevar consigo y utilizar el manual de diligenciamiento y conceptos básicos, para solventar así cualquier comentario o duda.
- Informar a la supervisión sobre los problemas que encuentre en la realización de su trabajo.
- No mostrar la información que se recoge en esta encuesta a personas ajenas a su trabajo.

	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 02 PÁGINA: 19 FECHA: 27/10/17
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

- No discutir con las personas informantes ni hacerles preguntas ajenas a la encuesta.
- Revisar la encuesta terminada pero **NO CERRARLA**. La supervisión una vez revisada hará las indicaciones pertinentes de rechazo o aceptación.
- Realizar frecuentemente la copia de seguridad de la información capturada en los dispositivos móviles de captura (DMC).
- Portar los elementos de identificación durante el tiempo del proceso de recolección.
- Presentar los informes parciales y finales sobre las actividades desarrolladas.
- Entregar a la supervisión el material sobrante (para el caso de los formularios en limpio), así como aquellos que fueron diligenciados, pues deberán ser enviados al DANE Central.
- Con base en las actividades proyectadas, estar disponible para salir de la ciudad.
- No destruir o negarse a entregar al supervisor (a) los formularios u otros documentos de la encuesta.



Tener en cuenta:


- ▶ Si existen dudas, preguntemos. No hay que tener temor. **El no saber es la mejor oportunidad para aprender 😊**
- ▶ En el ejercicio de nuestra labor NO podemos alterar la información suministrada por las personas encuestadas. Por consiguiente no se admite que se borre o anule la información ya consignada, salvo en los casos que
- ▶ Detecte algún error o inconsistencia cuando esté entrevistando al hogar, o cuando en la revisión que se haga en la oficina y bajo control del supervisor se detecte algún error o equivocación.
- ▶ Portar siempre todos los elementos de identificación en campo, para que la comunidad nos identifique como parte del equipo del DANE.
- ▶ No olvidemos que al terminar todo el proceso, debemos entregar los bienes y recursos suministrados por el DANE para la realización de nuestro trabajo.

Es importante recordar que los datos suministrados a través de esta encuesta son estrictamente confidenciales y en ningún caso tienen fines fiscales ni pueden utilizarse como prueba judicial (Artículo 5, Ley 79 de 1993).

Por ello se constituyen en una base para obtener información actualizada, oportuna y de calidad sobre las prácticas que hacen las personas en cuanto al acceso y apropiación de bienes, servicios y espacios ofertados por el sector cultural.

ELEMENTOS BÁSICOS PARA EL TRABAJO DEL RECOLECTOR

La supervisión nos entrega los equipos y elementos para el desarrollo de nuestra labor. Debemos verificar cada uno de ellos para conocer su estado y establecer la cantidad que tenemos a cargo, saber con claridad cuáles son de carácter devolutivo una vez concluyamos la recolección de la información.

	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 02 PÁGINA: 20 FECHA: 27/10/17
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

Siempre informemos al supervisor(a) cualquier anomalía que encontremos en los equipos y elementos, los cuales son:

- La identificación como recolector/a del DANE (carné institucional el cual debe devolverse).
- La cartografía correspondiente.
- La notificación para el hogar (en el caso del recuento) y el folleto a color para los hogares seleccionados para aplicar la encuesta.
- El Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos es necesario llevarlo siempre para resolver cualquier duda que se tenga en campo.
- Los dispositivos móviles de captura (DMC) y punteros (devolutivos).
- Cargadores de baterías (devolutivos).

SUGERENCIAS PARA EL BUEN DESARROLLO DE LA ENTREVISTA

Completa honestidad: Al comenzar una entrevista, debemos explicar claramente a la persona encuestada el propósito de la encuesta, los objetivos que se persiguen y la entidad responsable de la misma.


Saber con quién está conversando: Es clave darle a la persona encuestada nuestro nombre y el de la entidad para la cual estamos haciendo la encuesta.

Debemos suministrarle a la persona encuestada un nombre y un número telefónico de manera que, si él lo desea, pueda llamar a confirmar la autenticidad de la encuesta y de la entidad que la está desarrollando.

Presentación personal: Nuestra apariencia física es la primera y única imagen que queda en la persona entrevistada sobre la seriedad de la investigación y de la entidad que la realiza. En consecuencia, es clave que seamos pulcros, sin descuidos ni excesos, ni sobreactuados ni muy tímidos.

Forma de expresarnos: La terminología utilizada debe ser la más comprensible para el entrevistado, es decir, que no sea ni presuntuosa o sofisticada ni saturada de dichos (expresiones locales o regionales) o términos modernos (que no puedan identificar de manera clara). Cualquiera de los extremos puede generar antipatía hacia el encuestador (a).

Identificación: Hagámoslo como recolector (a) de la Encuesta de Consumo Cultural que realiza el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), mostrando nuestra credencial o carné. Éste se debe portar en un lugar visible. En caso de pérdida presente la denuncia respectiva e infórmele al supervisor (a) para tramitar en el menor tiempo posible uno nuevo.

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 02 PÁGINA: 21 FECHA: 27/10/17
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE



Ejemplos... ¡para entendernos!

Y si saludamos así:

“Buenos días, soy Santiago Romero. Encuestador de la Encuesta de Consumo Cultural. El objetivo de la encuesta es caracterizar las prácticas culturales asociadas al consumo cultural de la población de 5 años y más.

¿Es claro para el encuestado?

¿Sería la mejor forma?

¿Cómo podríamos ser claros y contundentes con nuestra explicación?

Actitud: Es importante que seamos amables. Ser muy tímidos (as) o mostrarnos autoritarios y agresivos puede ser contraproducente. Seamos conscientes de que las personas poseen distintas características culturales y diferentes reacciones y actitudes ante las situaciones.

Mostrémonos seguros (as) sobre el conocimiento y la comprensión del cuestionario y de la investigación. Si dado el caso, las personas nos hacen preguntas más complejas o tienen dudas muy especializadas, no tengamos temor de decir que no tenemos conocimiento sobre ello y socialicemos con el/a supervisor/a la situación para que sea discutida con el equipo de DANE Central.

Utilicemos un tono de voz adecuado, ni muy alto ni muy bajo y mantengámoslo así durante la entrevista.

No discutamos con los entrevistados, ni formulemos preguntas ajenas a las consignadas en el cuestionario. Ello podría ser agresivo y afectar en gran medida la posibilidad de que contesten la encuesta.

Privacidad: Cualquier observador que nos acompañe deberá portar su carné de identificación. Es responsabilidad de los encuestadores (as), explicar antes de iniciar la encuesta, porqué el observador (a) está con nosotros. Recordemos que las personas encuestadas tienen el derecho de proteger su privacidad.

Saludo: Presentémonos con amabilidad e informemos que estamos trabajando como encuestador(a) de la investigación que sobre prácticas de consumo cultural realiza el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE).



Ejemplos... ¡para entendernos!


Y qué tal si nos presentamos así:

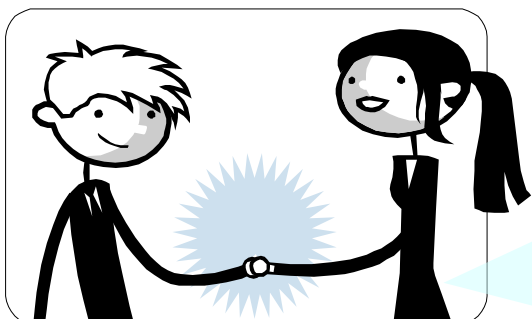
“Buenos días...eh.... Ay perdón, se me olvidó... Ah sí, yo vengo del DANE. ¿Sabe qué es el DANE? El que hace encuestas por todas partes (no miro los ojos de la persona). Bueno, yo estoy en una de esas.
¿Usted sí tiene tiempo o vengo luego?”

¿Qué podría pensar la persona encuestada con esta actitud?

¿Es la mejor para ofrecerle confianza a la persona?

¿Con esta actitud garantizamos obtener la encuesta?

	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 02 PÁGINA: 22 FECHA: 27/10/17
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE



Muy buenos días señor(a):

Mi nombre es Eva García, soy encuestadora de la Encuesta de Consumo Cultural que realiza el DANE (mostremos nuestra identificación para generar mayor credibilidad).

Por favor, solicito su atención para responder las siguientes preguntas...

Presentémonos como se sugiere y expongamos claramente el objetivo de la investigación. No olvidemos que esta encuesta se hace con el fin de

caracterizar las prácticas culturales asociadas al consumo cultural de la población de 5 años y más

Explicación de la encuesta: Muchos encuestados (as) quieren saber cómo fueron seleccionados, porqué su participación es importante, quién tendrá acceso a la información que está suministrando y cuánto tiempo tomará la entrevista. Debemos entonces estar preparados para responder estas inquietudes con la seguridad que nos da el conocimiento del tema de la encuesta.

Estemos preparados para añadir: Una explicación acerca de la selección aleatoria por medio de métodos estadísticos. Expliquémosle al entrevistado (a) que fue seleccionado por azar y no por un conocimiento previo. Usted puede convencerlo de que sus respuestas son importantes porque ellas representan también las de otras personas. Insista en la confidencialidad. Cuénteles al entrevistado que sus respuestas serán sumadas con las de otros y usadas sólo para producir tablas estadísticas de forma agregada y no individual. Busque la forma de dar ejemplos de los posibles usos que se harán de esos resultados.

Aunque las cartas de presentación de las encuestas pueden ser enviadas con anticipación, los entrevistados algunas veces no las leen, así que debemos estar preparados para presentar la encuesta.


Cierre de la encuesta: Una vez terminada la entrevista, despedámonos con cordialidad. Agradecemos a nombre del DANE la colaboración prestada y el tiempo dedicado al suministro de la información, indicando al encuestado (a) que, de ser necesario, volvería al hogar para complementar la información que se requiera.

¿QUÉ HACER DURANTE LA ENTREVISTA?

Primero, llamar al hogar y ubicar a la persona cabeza de hogar (jefe/a) ¹ o a su pareja o cónyuge. Si éstos no se encuentran, solicitar amablemente la presencia de otra persona de 18 años o más que pueda entregar información sobre el hogar.

Durante el diligenciamiento, recuerde que es norma obligatoria leer textualmente la pregunta, tal como aparece en el formulario. Cuando la persona que suministra la información no comprenda la pregunta, el

¹ Se considera **jefe(a) del hogar**, a la persona que por su edad, por ser el principal sostén económico de la familia o por otras razones, es reconocido por sus miembros como tal. Puede ser hombre o mujer.

	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 02 PÁGINA: 23 FECHA: 27/10/17
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

encuestador (a) podrá utilizar la técnica del sondeo para explicar el contenido de la pregunta o aclarar la respuesta si es necesario, pero sin cambiar su sentido, ni inducir la respuesta.

Es necesario seguir estrictamente el orden y la forma de hacer las preguntas del formulario, es decir, respetar los flujos establecidos y las instrucciones de cada capítulo. Recuerde que cualquier modificación alterará la uniformidad de la información o podría ocasionar omisión de la misma.




Pasos a seguir:

- Mantener un ritmo constante y normal en la encuesta, ni muy lento ni muy rápido.
- Mostrar seguridad en el manejo del tema ante la persona encuestada.
- Leer las preguntas pronunciando con claridad cada palabra sin modificar su texto, para hacerlo en forma correcta y de la misma manera a todos las personas. Si por agilidad o por comodidad se cambia alguna frase, es posible que se esté indagando por un tema diferente o se esté haciendo el trabajo desde una perspectiva diferente a la proyectada. ***Es importante respetar la lógica como fueron creadas las preguntas, pues responden a una labor investigativa previa.***
- Ser comprensivo y diligente si la persona encuestada no nos entiende alguna pregunta. En este caso, podemos repetir la pregunta más despacio, explicar algún término o sondear las dudas, para facilitarle a la persona la comprensión del tema por el cual se le está indagando.
- Demos el tiempo suficiente a la persona para pensar sus respuestas, procurando que no se desvíe del tema.
- Solicitar y digitar los datos en el mismo orden en que los va mostrando el DMC. Si por cuestiones de seguridad y/o fuerza mayor se aplica la encuesta en formulario en papel, no olvidar que debe pasarse toda la información al dispositivo móvil de captura (DMC) y entregar a la supervisión el formulario utilizado para la recolección de la encuesta el cual será enviado posteriormente al DANE CENTRAL.

Antes de comenzar cada capítulo, hagamos una breve introducción a la persona encuestada de acuerdo con el tema que vamos a abordar. Esto nos permite ubicarla en las preguntas que se van a realizar.

En los DMC aparecen los objetivos de cada capítulo, como ayuda para hacer un adecuado cambio de capítulo durante la encuesta y así poder explicarle al encuestado cuando abordemos nuevos temas. **USEMOS ESTA INFORMACIÓN PARA HACER MÁS COMPRENSIBLES LOS TEMAS DE LA ENCUESTA.**

	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 02 PÁGINA: 24 FECHA: 27/10/17
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE



Ejemplos... ¡para entendernos!
Qué tal si...

- ✖ Admitimos información de las personas que no son aceptadas de acuerdo con las indicaciones dadas en el presente manual.
- ✖ Hacemos comentarios o generamos discusiones políticas, religiosas, íntimas o de otro tipo en el hogar.
- ✖ Deducimos o sugerimos respuestas sin darnos cuenta, leyendo solo algunas alternativas, haciendo énfasis especial en alguna de ellas, o formulando una pregunta de manera afirmativa (ejemplo: "son casados, ¿verdad?")
- ✖ Mostramos sorpresa o desagrado ante las respuestas que recibimos.
- ✖ Perdemos la calma durante la entrevista.
- ✖ Iniciamos una entrevista de forma forzada.
- ✖ Vamos acompañados de amigos (as) o familiares, personas ajenas al equipo de investigación para hacer la encuesta.

¿Son técnicas correctas como encuestador(a)?

¿Estaríamos haciendo bien nuestro trabajo?


¿Podría esto afectar de alguna manera la recolección de la información?

Con el fin de aclarar una respuesta confusa, incompleta, irrelevante (que no guarda relación con la pregunta) o cuando se sospecha que la información no es verídica, tratemos de precisar a la persona encuestada con preguntas relacionadas que podemos considerar adecuadas.

¿Y SI ALGUNA PERSONA SE NIEGA A ENTREGAR INFORMACIÓN?

Ante todo, guardemos la calma y la tranquilidad. Si alguna persona muestra resistencia a entregar la información, es mejor no discutir con él/ella. Tratemos de ser persuasivos para que cooperen. Recordemos algunos importantes argumentos para ayudar a cambiar la actitud:

- Si usted cree que no es el momento adecuado, dígame cuándo y a qué horas me puede atender. Con gusto vendré cuando usted disponga.
- La información que produce esta investigación es útil para el país en general, para la ciudad y para su comunidad en particular. Más adelante encontraremos algunos argumentos claves y sustanciales para efectuar esta exposición.
- Toda la información suministrada es confidencial (Ley 79/93, artículo 5º). En ningún caso el DANE publica resultados individuales (es decir, haciendo referencia particular a alguna de nuestras fuentes), toda la información es agregada. Se puede mencionar que el DANE recoge información de todo tipo y que, a lo largo de su historia, no se ha presentado ningún caso en que se haya incumplido con el compromiso de guardar la reserva estadística, es decir, respetar los datos personales de las personas que se encuestan.

	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 02 PÁGINA: 25 FECHA: 27/10/17
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

- El desarrollo de estas investigaciones no causa ningún perjuicio, ni va en detrimento de la persona encuestada, ni puede ser utilizada con fines fiscales ni como pruebas judiciales.

No obstante lo anterior, si la persona se niega a dar la información, marquemos el motivo de suspensión de la encuesta de acuerdo con las indicaciones del programa de captura en el DMC (resultado de la encuesta).


FACTORES QUE INFLUYEN EN LA COLABORACIÓN DEL ENCUESTADO

Mientras nos preparamos para las entrevistas, es muy útil estudiar los factores que pueden influir en la cooperación que ofrezca la persona encuestada. Estos aspectos operan durante toda la entrevista, pero son críticos en el momento de comenzarla a través de su presentación.

- ✓ **El deseo del encuestado (a) de ser útil.** Al comienzo de una encuesta la mayoría de los encuestados (as) se mostrarán atentos y muchos querrán ayudar. Para encuestas cortas, esto será suficiente. Para encuestas más largas, que requieran más tiempo por parte del entrevistado (a), debemos apelar a otros elementos positivos sobre esta investigación para mantener su interés en ella.
- ✓ **La sensación de que la encuesta es útil y sus resultados serán benéficos.** La mayoría de las entrevistas exitosas se logran cuando la persona encuestada se ha convencido de que la encuesta es importante y que los resultados que ésta arroja serán útiles. Una presentación bien sustentada deja ver la importancia y los beneficios potenciales.
- ✓ **El interés en el tema.** Un resultado particular puede ser de interés para un grupo específico que tenga las mismas características (por ejemplo, los padres o madres que llevan a sus hijos (as) a diferentes tipos de actividades culturales durante el fin de semana). Sea prudente, no deje que el entrevistado se entusiasme y sea él quien guíe la entrevista.
- ✓ **Un sentido del deber.** Muchos ciudadanos (as) entienden la importancia que tienen las encuestas para orientar las políticas del Gobierno. Este factor puede influir en el grado de cooperación. Por ejemplo, una encuesta sobre un tema que sea de interés para el entrevistado(a) puede motivar su respuesta.

ASPECTOS QUE PUEDEN DISTORSIONAR LAS RESPUESTAS

- ✗ **La sensación de que la entrevista será una pérdida de tiempo.** Nuestra responsabilidad como recolectores (as) es la de atender cualquier inquietud que la persona encuestada tenga sobre la encuesta. El tiempo es valioso y por ello debemos convencer a la persona de que su participación **ES ESTRATÉGICA Y VÁLIDA PARA NUESTRO PAÍS.**
- ✗ **La sensación de que el tema de la encuesta es irrelevante.** Las personas encuestadas pueden llegar a sentir que su participación no es importante debido a que el tema de la encuesta no les concierne o que no están calificados para responder. Para contrarrestar esto, utilicemos ejemplos en donde mostremos que la información que ellos pueden aportar es necesaria para el éxito de la encuesta.
- ✗ **La sensación de que están obligados y no tienen otra salida.** Esta sensación lleva a respuestas pobres y apresuradas. Pero usted puede contrarrestar esto, si hace una buena presentación de la

	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 02 PÁGINA: 26 FECHA: 27/10/17
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

encuesta y le hace sentir a la persona que todas sus respuestas (sean las que sean) son supremamente valiosas.

ETAPAS DE TRABAJO

a) Realización del recuento y la sensibilización: el personal operativo en cada municipio invita y motiva a las personas que conforman los hogares de las viviendas del segmento seleccionado, a colaborar activamente en la entrega de la información que requiere la encuesta. Los recolectores(as) hacemos la lista de todos los hogares que habitan en cada uno de los segmentos seleccionados.

b) Selección de la muestra de hogares para la encuesta: Una vez realizado el *recuento*, mediante procedimientos estadísticos se eligen los hogares a los que se les va aplicar la entrevista. El listado de hogares seleccionados se genera en campo de tal manera que pueda ser rápida y efectiva la recolección de la muestra.

c) Aplicación de la encuesta a los hogares seleccionados: Se entrevista directamente (informante directo (a)) a cada una de las personas de 12 años y más que conforman el hogar seleccionado; en el caso de los menores entre los 5 y 11 años, la información es suministrada con la presencia de los padres o acudientes (informante idóneo (a)) y se captura la información a través del DMC para todos los miembros del hogar de 5 años y más.

d) Control de calidad de la información: La supervisión mediante el acompañamiento al recolector (a) o por reentrevistas (visitas de verificación), examina y verifica la calidad de la información que capturan cada uno de los recolectores (as). Asimismo, se realizan encuentros y reuniones de retroalimentación para verificar que los temas y la forma de tratarlos tengan una misma orientación.


e) Envío de la información al DANE central: Diariamente los soportes de sistemas envían información de encuestas completas a DANE Central. Para este proceso se consolida la información y se realiza la transmisión de datos de la encuesta a través del FTP (File Transfer Protocol).

CONTROL DE COBERTURA Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN

El propósito es obtener la mayor cobertura posible en cada segmento. Podemos llegar al 100% si tenemos todas las entrevistas completas en todos los hogares de la muestra. Para lograr una buena cobertura es esencial que aunemos esfuerzos para obtener la información completa de las personas de cada hogar. **Es importante que hagamos las visitas que sean necesarias al hogar para conseguir todos los datos de sus miembros.**

En aquellos hogares donde no podamos realizar la entrevista completa la primera vez, concertemos una cita en un día y hora adecuados para la persona encuestada y obtener así la información que **esperamos**.

- Cuando hallemos la condición **NADIE EN EL HOGAR**, es necesario visitar el hogar en diferentes momentos para tratar de encontrar la persona que pueda dar la información. Podemos averiguar con los vecinos a qué hora encontramos a las personas de estos hogares.
- En caso de **RECHAZO**, la supervisión visita el hogar y trata de convencer a las personas para que suministren la información.

	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 02 PÁGINA: 27 FECHA: 27/10/17
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

- Prestemos atención cuando estemos reportando muchos casos de no respuesta (como rechazos, entrevistas incompletas, ocupados, ausentes temporales, etc.). ANALICEMOS NUESTRA TÉCNICA DE ENTREVISTA, PREGUNTÉMOSLE A OTROS COMPAÑEROS CÓMO LOGRAN HACERLO Y QUÉ TIPO DE ESTRATEGIAS USAN PARA SER EFICIENTES EN LA CONSECUCCIÓN DE LA INFORMACIÓN. **Posiblemente otros tienen un saber al respecto que yo puedo aprender y aprovechar.**
- Si el problema es serio, acudamos al supervisor(a) y en un segundo momento al coordinador(a) de campo para resolver la situación.



Tener en cuenta: No olvidemos que la coordinación de campo es también responsable de este proceso. Debemos consultarle los casos cuando:

- ▶ Las direcciones seleccionadas no corresponden al número de la manzana según la cartografía, porque la dirección pertenece a otra manzana de la misma sección o porque la dirección no pertenece a ninguna manzana de la sección.
- ▶ No es posible ubicar el segmento en el terreno por demolición comprobada de las viviendas o por cambio de nomenclatura en las direcciones.
- ▶ El segmento está en un conjunto cerrado y los celadores no permiten el acceso a las viviendas.
- ▶ La cartografía no coincide con la identificación del segmento.


DURANTE LAS JORNADAS DEL RECUENTO Y LA RECOLECCIÓN

- Al iniciar la jornada, solicitemos a la supervisión instrucciones claras de trabajo. Hagamos saber nuestras dudas y solicitemos la realización de reuniones de grupo a fin de que las respuestas sean recogidas por todos los miembros del equipo.
- Por lo menos una vez a la semana, es importante que el equipo evalúe de manera conjunta:
 - 1- El tiempo en el que se desarrolla la encuesta (para analizar rendimientos).
 - 2- Las habilidades adquiridas en el manejo del DMC.
 - 3- Las preguntas más difíciles o que son complejas para las personas encuestadas.

En el DANE Central el equipo de la Encuesta de Consumo Cultural estará atento a los comentarios, dudas y recomendaciones que hagan los diferentes equipos de campo.



Todas las opiniones que ustedes expresan, nutren el trabajo de reflexión que se ejecuta en el DANE Central, además de hacer posible hacer ajustes y mejoras año a año.

	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 02 PÁGINA: 28 FECHA: 27/10/17
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

- 4- Estrategias usadas en campo para afrontar dificultades de todo tipo (desplazamientos, accesos, disminución de rechazos en un hogar, ritmo de las encuestas, revisitas).
- 5- Las dudas sobre los flujos y la lógica de las preguntas de cada capítulo. A ello se sumarían las argumentaciones usadas para defender y sustentar frente a las personas encuestadas la investigación.
- 6- Formas de preguntar o introducir capítulos. En este caso, a pesar de que existen directrices similares, puede existir la tendencia a realizar las preguntas según como son entendidas por el recolector (a).

AL FINALIZAR LA RECOLECCIÓN

Días antes de terminar el trabajo en campo, es importante que los equipos se reúnan, debatan sobre la experiencia de la encuesta en todos sus ámbitos (lo técnico, lo administrativo, lo conceptual, las labores en los barrios) y concluyan de manera colectiva sobre:


1) Principales dificultades y fortalezas con relación a:

- ✓ El trabajo en zona.
- ✓ Manejo y estado del dispositivo móvil de captura.
- ✓ Los capítulos y conceptos de la encuesta.
- ✓ El trabajo en equipo y el rendimiento colectivo.
- ✓ El nivel de respuesta del DANE Central frente a las dudas y comentarios.
- ✓ Las diferentes formas en que la encuesta fue recibida por la gente en campo.
- ✓ El apoyo de las entidades locales para el desarrollo del proyecto como Alcaldías, Juntas de Acción Comunal, Policía, entre otros.

2) Recomendaciones para el equipo del DANE Central con respecto a:

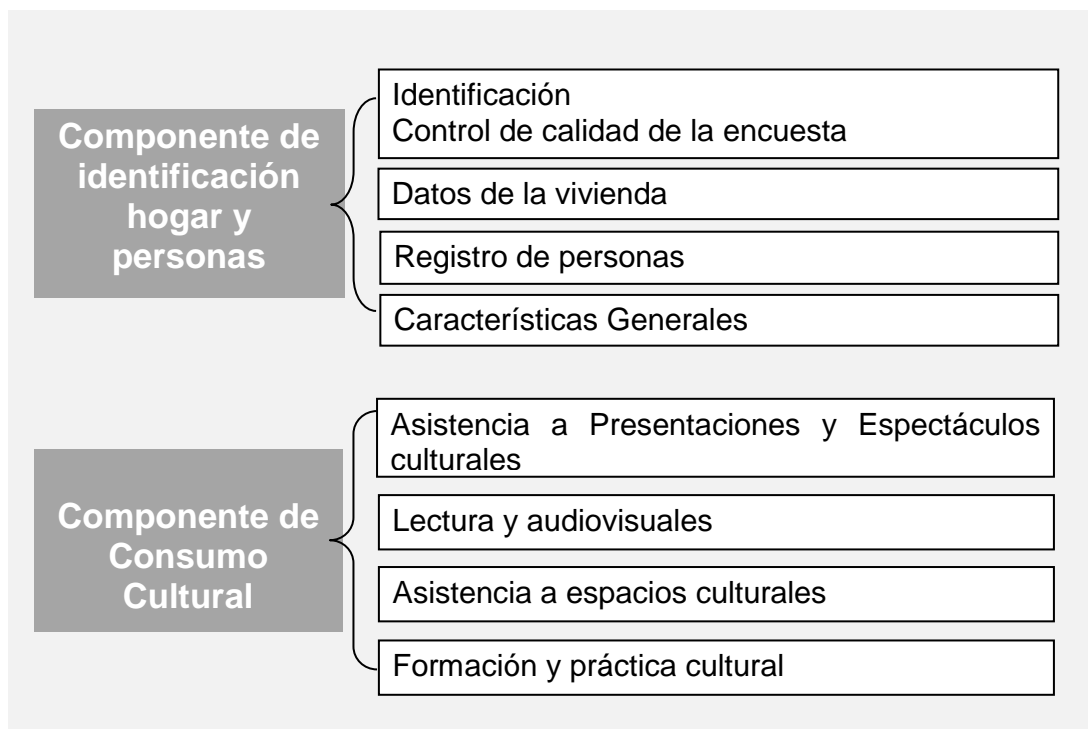
- ✓ Desarrollo temático (estructura del formulario, flujos, validaciones y conceptos asociados).
- ✓ Organización y tiempo del operativo en campo.
- ✓ El rendimiento, facilidad y flexibilidad del programa de captura de la encuesta, así como del nuevo aplicativo web.

Los balances e informes que ustedes hacen, nutren la mirada nacional sobre el proyecto y dan cuenta de lo ocurrido en campo. Estas situaciones explican y dan contexto a la argumentación sobre los datos de la investigación y a las actividades mismas de la encuesta.


 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 02 PÁGINA: 29 FECHA: 27/10/17
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

ESTRUCTURA DEL FORMULARIO

La Encuesta de Consumo Cultural está compuesta por 8 capítulos distribuidos así:



CAPÍTULOS	OBJETIVOS	No. PREGUNTAS
Datos de la vivienda	Caracterizar las viviendas y los hogares a través de variables socio-económicas, de condición de la vivienda, acceso servicios públicos domiciliario y tenencia de bienes y servicios.	2 preguntas
Registro de personas	Registrar a todas las personas que conforman el hogar.	5 preguntas
Características generales	Conocer las características básicas de los encuestados (as) para obtener perfiles socio-demográficos.	10 preguntas
Asistencia a Presentaciones y espectáculos culturales	Caracterizar asistencia, gasto y razones de no asistencia a presentaciones y espectáculos culturales en los últimos 12 meses.	13 preguntas
Lectura y audiovisuales	Indagar por la asistencia (servicios culturales) y uso (bienes culturales), frecuencias, tipos de acceso y razones de no uso/asistencia de bienes y servicios culturales.	46 preguntas
Asistencia a espacios culturales	Determinar asistencia, frecuencia de visitas y razones de no asistencia a espacios culturales.	14 preguntas
Formación y práctica cultural	Conocer las preferencias relacionadas con el acceso a ofertas educativas culturales y artísticas informales, así como con la realización de una práctica cultural en áreas culturales específicas.	5 preguntas


 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 02 PÁGINA: 31 FECHA: 27/10/17
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

A los niños y las niñas se les aplican sólo las preguntas asociadas con las prácticas de consumo y que se responden de manera dicotómica: Sí/No. A los niños NO SE LES INTERROGA por razones de no consumo, ni por gastos ni por tipos de acceso a bienes y servicios culturales.

TIPOS DE INFORMANTES DE LA ECC

Según la estructura del formulario, los y las informantes por capítulo son los siguientes:

CAPITULOS	INFORMANTE
Identificación y control de calidad de la encuesta	Informante persona cabeza de hogar jefe(a) o cónyuge. En el caso de que el jefe(a) de hogar o cónyuge sea un menor de edad, éste contestará este capítulo
Datos de la vivienda y del hogar	Informante persona cabeza de hogar jefe(a) o cónyuge. En el caso de que el jefe(a) de hogar o cónyuge sea un menor de edad, éste contestará este capítulo
Registro de personas	Informante persona cabeza de hogar jefe(a) o cónyuge. En el caso de que la persona cabeza de hogar jefe(a) o cónyuge sea un menor de edad, éste contestará este capítulo
Características generales	Informante directo persona de 12 años y más. Informante idóneo (a) para niños y niñas entre los 5 y 11 años.
Asistencia a Presentaciones y Espectáculos Culturales	Informante directo persona de 12 años y más. Informante idóneo (a) para niños y niñas entre los 5 y 11 años.
Lectura y Audiovisuales	Informante directo persona de 12 años y más. Informante idóneo (a) para niños y niñas entre los 5 y 11 años.
Asistencia a Espacios Culturales	Informante directo persona de 12 años y más. Informante idóneo para niños y niñas entre los 5 y 11 años.
Formación y Práctica	Informante directo persona de 12 años y más. Informante idóneo (a) para niños y niñas entre los 5 y 11 años.

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 02 PÁGINA: 32 FECHA: 27/10/17
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE



Tener en cuenta:

- ▶ Para los capítulos Identificación y Datos de la vivienda, en ningún caso debe suministrar la información el empleado (a) del servicio doméstico, pensionistas, vecinos o menores de edad, **excepto cuando el menor de edad sea el jefe/a del hogar o cónyuge.**
- ▶ Es importante tener en cuenta que las preguntas para niños y niñas entre los 5 y 11 años son menos en comparación con las que se le realizan a las personas de 12 años y más. **ESTAR MUY PENDIENTES PARA NO PERDER LA LÓGICA DE ESTAS DOS POBLACIONES Y NO CONFUNDIR PREGUNTAS.**



Conceptos claves: el informante idóneo (a) es una de las personas del hogar que dada su posición en el grupo familiar, puede contestar las preguntas sobre uno de sus miembros. Para el caso se asumen como informantes idóneos los padres y/o acudientes de los menores entre los 5 y 11 años.

SIN EMBARGO, DADO QUE ESTA ENCUESTA INDAGA POR LAS PRÁCTICAS DE CADA UNO DE LOS MIEMBROS DEL HOGAR, ES IMPORTANTE QUE EL NIÑO O LA NIÑA ESTÉN PRESENTES AL MOMENTO DE REALIZAR LA ENCUESTA PARA CORROBORAR LA INFORMACIÓN QUE SE SUMINISTRA.




Tener en cuenta:

- ▶ En los hogares conformados por personas sordomudas, se acepta que la información sea proporcionada por cualquier familiar independientemente de la edad y el lugar de residencia. Es importante que anotemos esta situación en las observaciones al final del DMC.
- ▶ Si en un hogar son los abuelos o las abuelas quienes mantienen y crían al niño o la niña, son ellos quienes deben estar presentes cuando él o la menor entre los 5 y 11 años vaya a contestar las preguntas de la encuesta.

SUGERENCIAS PARA EL DESARROLLO DE LA ENCUESTA

- ✓ Es importante que mantengamos una máxima concentración que nos permita seguir los saltos o flujos de una pregunta a otra sin perder la lógica del formulario.
- ✓ Para evitar confusiones, atendamos las definiciones incluidas en el manual de diligenciamiento y conceptos básicos. En el DMC aparece descripciones o informaciones relevantes sobre la pregunta que se está desarrollando, para que el encuestador (a) no se pierda.
- ✓ Leamos todas las opciones de respuesta para no limitar las posibilidades de la persona encuestada, así haya enunciado su alternativa antes de que terminara de leer las opciones.


	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 02 PÁGINA: 33 FECHA: 27/10/17
PROCESO: Producción Estadística		SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

PERIODOS DE REFERENCIA

Los periodos son los lapsos de tiempo por los cuales se pregunta en la encuesta. Es decir, que las prácticas y actividades por las que se indaga, no tienen un mismo periodo de realización, o dado el tipo de práctica y hábito, el periodo cambia para lograr así abarcar las frecuencias en las que dichas acciones se efectúan en la cotidianidad de las personas.

A continuación encontraremos la relación de los principales periodos de referencia que explora la Encuesta de Consumo Cultural:

Periodos de referencia	¿En qué capítulos aparece?
<p>ÚLTIMOS 12 MESES: Hace referencia a los doce meses calendario inmediatamente anterior al mes en que se desarrolla la encuesta.</p> <p><i>Ejemplo:</i> si la encuesta se efectúa en septiembre, los últimos 12 meses corresponden al periodo septiembre de 2017 agosto de 2018.</p>	<p>Asistencia a Presentaciones y Espectáculos.</p> <p>Lectura y Audiovisuales (lectura de libros y revistas, cine colombiano, asistencia a cine).</p> <p>Asistencia a Espacios Culturales.</p> <p>Formación y Práctica.</p>
<p>ÚLTIMOS 3 MESES: Se consideran los tres meses calendario inmediatamente anteriores a la realización de la encuesta.</p> <p>Si ésta se realiza en septiembre de 2018 los últimos 3 meses comprenden junio, julio y agosto de 2018.</p>	<p>Lectura (otros contenidos digitales).</p> <p>Formación y Práctica (consumo de internet).</p>
<p>ÚLTIMO MES: Hace referencia al mes calendario inmediatamente anterior al mes en el que se aplica la encuesta.</p> <p>Si la encuesta se efectúa en septiembre, el último mes corresponde a agosto de 2018.</p>	<p>Lectura y Audiovisuales (lectura de periódicos, consumo de videos y de videojuegos).</p>
<p>ÚLTIMA SEMANA: Es la semana calendario (lunes a domingo) inmediatamente anterior a la semana en la que se efectúa la entrevista.</p> <p><i>Ejemplo:</i> Si la encuesta se efectúa el miércoles 14 de septiembre, la última semana hace referencia a los días transcurridos entre el lunes 5 de septiembre y el domingo 11 de septiembre.</p>	<p>Audiovisuales (consumo de televisión, radio y música grabada).</p>

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 02 PÁGINA: 34 FECHA: 27/10/17
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE



Tener en cuenta:

- Se puede dar la situación de que en un hogar hay varias personas las cuales reportaron periodos de referencia distintos, dado que rindieron información en momentos diferentes (unas a finales de agosto y otras a principio de septiembre, por ejemplo).
- Si ocurre que una persona empezó la encuesta, pero no la pudo terminar ese día o la semana, los periodos de referencia deben considerarse teniendo en cuenta el día en el que se hizo la encuesta por primera vez.

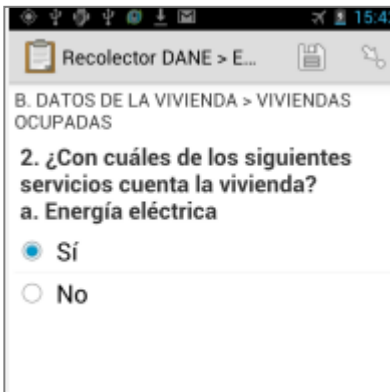
TIPOS DE RESPUESTA

En esta investigación se manejan diferentes tipos de respuesta, que obedecen al diseño de la investigación. Conocer su estructura nos permite estar atentos del alcance de cada una de las preguntas, así:

CLASIFICACIÓN DE LAS PREGUNTAS/RESPUESTAS

Para familiarizarnos con el ambiente de las preguntas y el tipo de estructura que se presentan en el formulario digital, veamos por cada categoría los ejemplos:

- ✓ **De respuesta cerrada - dicotómica:**
 En esta categoría de preguntas están aquellas que tienen una única respuesta, (✓) Sí, No o No sabe/ No informa según el caso.



Recolector DANE > E...


B. DATOS DE LA VIVIENDA > VIVIENDAS OCUPADAS

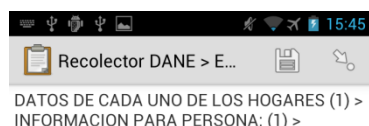
2. ¿Con cuáles de los siguientes servicios cuenta la vivienda?

a. Energía eléctrica

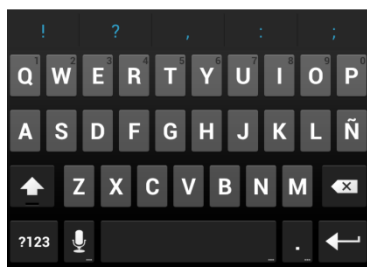
☒ Sí

☐ No

 <p>DANE Para tomar decisiones</p>	<p>Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural</p>	<p>CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 02 PÁGINA: 35 FECHA: 27/10/17</p>
<p>PROCESO: Producción Estadística</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>



¿Con qué?



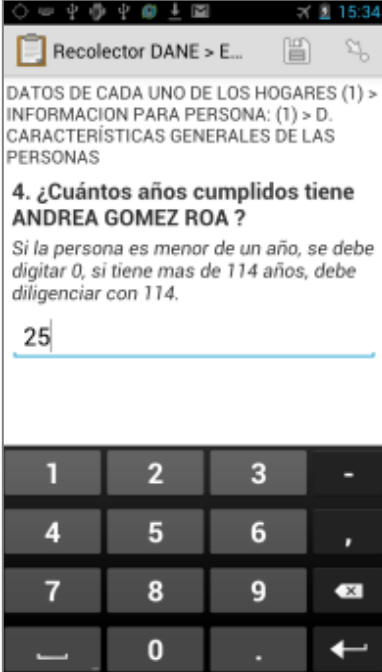
- ✓ **De respuesta abierta:** Estas son el tipo de respuestas que buscan sondear otras alternativas diferentes a las propuestas en el formulario. En la mayoría de casos no exceden los 70 caracteres, deben escribirse las respuestas en mayúsculas y **EN LO POSIBLE CON ORTOGRAFÍA.**


DILIGENCIAMIENTO EN DMC

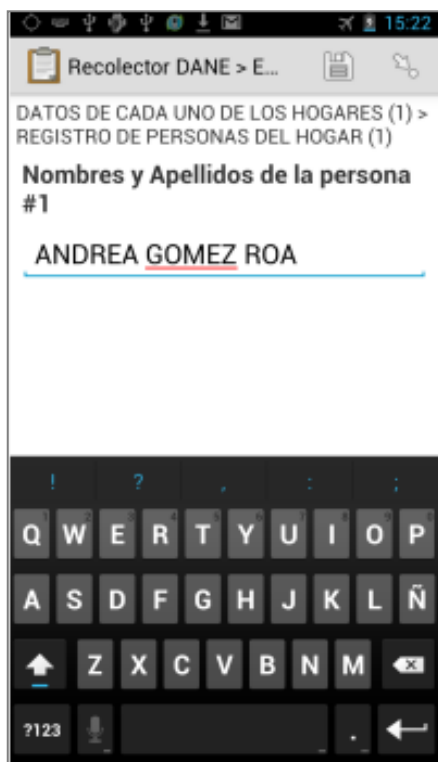
Como recomendación general para el correcto diligenciamiento de las preguntas del formulario, tenga en cuenta:

- ✓ Si la pregunta termina en dos puntos (:) el encuestador (a) debe leer las alternativas.
- ✓ Si la pregunta termina con un signo de interrogación (?) el encuestador (a) debe esperar respuesta.

- ✓ **Número:** Para responder este tipo de pregunta el sistema muestra un teclado numérico, donde se digitan los números que corresponden. Este teclado aparece para el diligenciamiento del teléfono y la edad.



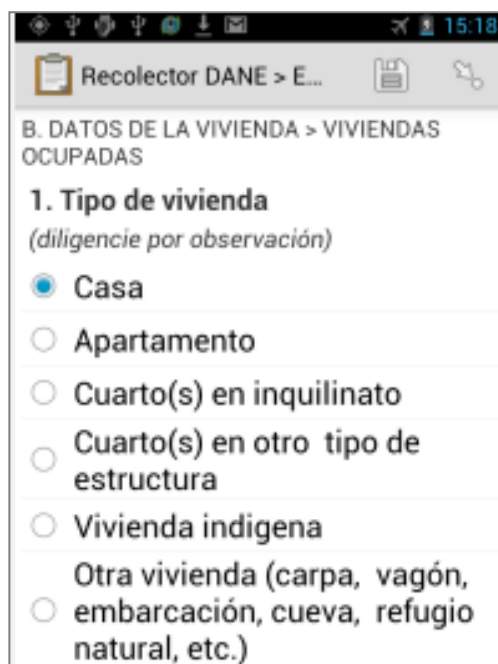
 <p>DANE Para tomar decisiones</p>	<p align="center">Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural</p>	<p>CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 02 PÁGINA: 36 FECHA: 27/10/17</p>
<p>PROCESO: Producción Estadística</p>	<p>SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural</p>	
<p>ELABORÓ: Temática ECC</p>	<p>REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE</p>	<p>APROBÓ: Director Técnico DIMPE</p>




- ✓ **Texto:** Para responder este tipo de pregunta el sistema despliega un teclado alfanumérico, donde se deben registrar los caracteres correspondientes.

Este teclado se despliega para digitar nombres, direcciones, en las opciones de respuesta OTRO, ¿CUÁL? Y para hacer observaciones por persona o por hogar.

- ✓ **Selección única:** se despliegan varias alternativas de respuesta, de las cuales SOLO se debe seleccionar una.



 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 02 PÁGINA: 37 FECHA: 27/10/17
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

CAPÍTULO A. IDENTIFICACIÓN



Objetivo

- Establecer la ubicación y la localización de los hogares a encuestar.
- Determinar el estado de la encuesta y proporcionar información sobre el trabajo de campo realizado.

A.1. IDENTIFICACIÓN	
1. Región:	<input type="text"/> <input type="text"/>
2. Departamento:	<input type="text"/> <input type="text"/>
3. Municipio:	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
4. Clase:	<input type="text"/>
5. Sector:	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
6. Sección:	<input type="text"/> <input type="text"/>
7. Manzana número:	<input type="text"/> <input type="text"/>
8. Segmento número:	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
9. Edificación número:	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
10. Vivienda número:	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
11. Total de hogares de la vivienda:	<input type="text"/> <input type="text"/>
12. Hogar número:	<input type="text"/> <input type="text"/>
13. Total de personas en el hogar:	<input type="text"/> <input type="text"/>
14. Barrio:	<input type="text"/>
15. Dirección de la vivienda:	<input type="text"/>
16. Teléfono:	<input type="text"/>
17. Resultado de la encuesta*	<input type="checkbox"/>

Pregunta No. 1 - Región

0	1
---	---

El código de la región es de dos dígitos. Para el caso de Bogotá se maneja como región para esta investigación.

Pregunta No. 2 - Departamento


1	1
---	---

El código del departamento es de 2 dígitos. Para el caso de Bogotá, por ejemplo, se maneja cartográficamente a la vez como departamento y municipio. En el DMC aparecen los nombres de cada uno de los departamentos que hacen parte de la muestra.

Pregunta No. 3 - Municipio

0	0	1
---	---	---

Aunque en este punto las opciones vienen pre-diligenciadas en el DMC, recordemos que el código tiene 3 dígitos. Por ejemplo, para el caso de Medellín, el número que le corresponde según la tabla de códigos es 001.

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 02 PÁGINA: 38 FECHA: 27/10/17
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

Pregunta No. 4 - Clase

0

Se utiliza para identificar la zona donde se encuentra la manzana seleccionada, para esta investigación siempre se debe diligenciar con el número 1 que corresponde a las manzanas ubicadas en la zona urbana.

Pregunta No. 5 - Sector

0

0

1

1

En este caso las opciones de respuesta para cada municipio vienen listas para ser diligenciados.



Conceptos clave:

Sector es la división cartográfica que equivale generalmente a un barrio y que comprende entre 1 y 9 secciones. Se identifica en la cartografía por un número de cuatro dígitos color magenta. Sus límites se indican con línea gruesa a trazos largos separados por líneas cortas.

Pregunta No. 6 - Sección

0

1



Conceptos clave:

Sección es una subdivisión cartográfica que equivale aproximadamente a 20 manzanas contiguas y pertenecientes al mismo sector o barrio, en el área urbana. Se identifica con un número de dos dígitos **color azul**; sus límites se indican con línea delgada a trazos.

Pregunta No. 7 – Manzana número


0

1



Conceptos clave:

Manzana es la división cartográfica menor establecida en las áreas urbanas y centros poblados. Corresponde a un lote de terreno, edificado o sin edificar, delimitado por vías de tránsito vehicular o peatonal; es decir delimitado por calles, carreras, avenidas, transversales, diagonales, de carácter público. Se identifica con un número de dos dígitos **color negro**.

 DANE <small>Para tomar decisiones</small>	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 02 PÁGINA: 39 FECHA: 27/10/17
PROCESO: Producción Estadística		SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

Pregunta No. 8 – Segmento número

0	0	0	0
---	---	---	---

Se diligencia la numeración según la muestra.

Pregunta No. 9 – Edificación número

0	1	1
---	---	---

En este caso, se coloca la numeración de la edificación consecutiva que se encuentra en la manzana.

Pregunta No. 10 - Vivienda número

0	0	1
---	---	---

Para los datos de número de vivienda registramos consecutivamente un número de tres dígitos, de acuerdo con el número de viviendas encontradas en la manzana iniciando con el 001.

Pregunta No. 11 – Total de hogares de la vivienda

0	3
---	---



Tener en cuenta:

Para diligenciar la pregunta de total de hogares de la vivienda:

- ▶ Realizar una indagación exhaustiva para tratar de conseguir la información durante las visitas establecidas.
- ▶ Es posible que el número de hogares en la vivienda no coincida con los datos entregados en el recuento. El propósito de esta pregunta es verificar la información suministrada en el recuento y corregirla en caso de que se haya tomado mal.


Pregunta No. 12 – Hogar número

0	2
---	---

Corresponde al número de hogar asignado desde el proceso de recuento. Es un dato de dos dígitos.

Pregunta No. 13 – Total de personas en el hogar

0	2
---	---

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 02 PÁGINA: 40 FECHA: 27/10/17
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

Registramos en estas casillas el total de personas que constituyen el hogar (quienes comen y duermen en el hogar), personas desde los cero años. Se diligencia un número no mayor a dos dígitos.

Pregunta No. 14 – Barrio

Teniendo en cuenta la información del recuento, se debe escribir el nombre del barrio donde se encuentra ubicada la vivienda a encuestar.

Pregunta No. 15 – Dirección de la vivienda

En esta pregunta se escribe la dirección completa y precisa con la que se identifica la(s) entrada(s) a la edificación y cada una de las unidades que la componen.


Las siguientes son las abreviaturas para registrar las direcciones:

Abreviaturas para registrar las direcciones:

Calle	CL
Circular	CIR
Carrera	KR
Avenida*	AV
Transversal	TV
Autopista	AUTOP
Diagonal	DG
Carretera	CART
Lote	LT
Avenida Carrera	AK

Camino	CN
Kilómetro	KM
Bloque	BL
Manzana	MZ
Apartamento	AP
Oficina	OF
Habitación	HB
Circunvalar	CIRCV
Interior	IN
Avenida Calle	AC

* Únicamente se elige ésta opción si no se diferencia entre AC o AK.

 <p>DANE Para tomar decisiones</p>	<p align="center">Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural</p>	<p>CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 02 PÁGINA: 41 FECHA: 27/10/17</p>
<p>PROCESO: Producción Estadística</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>

Para propiedad horizontal, además, tenga en cuenta:

Torre	TO
Unidad	UN
Bloque	BL
Módulo	MD
Agrupación	AG
Interior	IN
Manzana	MZ
Local	LC
Garaje	GJ
Penthouse	PH

Sótano	ST
Semisótano	SS
Mezzanine	MN
Planta	PL
Bodega	BG
	CA
Entrada	EN
Oficina	OF
Lote	LT
Piso	PS



Tener en cuenta:

Recuerde que las direcciones se deben escribir en su totalidad en letra mayúscula y sin puntos (es decir una forma incorrecta sería "AV."; la forma correcta es "AV"; No es necesario escribir el carácter N° ó # para indicar el número de la placa. El único carácter especial que debe aparecer en la dirección es guion (-) que separa la placa domiciliaria. Éste no debe tener espacios.



Ejemplos... ¡para entendernos!

KR 76 12-42 Forma Correcta

KR 76 12 - 42 Forma Incorrecta

Si las calles, carreras, avenidas, etc., van seguidas de las palabras NORTE, SUR, ESTE, OESTE, etc., éstas deben escribirse de la siguiente manera:


Norte: **N**, Este: **E**, Oeste: **W**, Sur: **S**

- ✗ KR 76 12-42S Forma Incorrecta
- ✓ **KR 76 12-42 S Forma Correcta**
- ✗ CL 12S 74-71 Forma Incorrecta
- ✓ **CL 12 S 74-71 Forma Correcta**

Como se observa en el ejemplo, se debe escribir la letra inicial de cada palabra y debe estar separada de la vía principal y de la placa. En oeste no debe colocarse la letra O porque puede confundirse con un cero, por eso se digita la letra W.

Otras letras y palabras que acompañan el número de la vía se escriben sin espacios respecto del número de la vía; la palabra BIS se debe escribir completa:

- ✗ KR 34 # 119 b BIS -25 Forma Incorrecta
- ✓ **KR 34 119BBIS -25 Forma Correcta**
- ✗ AV PEPE SIERRA Forma Incorrecta
- ✓ **AV PEPESIERRA Forma Correcta**

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 02 PÁGINA: 42 FECHA: 27/10/17
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

Las anteriores abreviaturas son las que deben utilizarse en el registro de las direcciones, el resto de palabras que hagan parte de la dirección deben registrarse sin abreviaturas tal cual aparecen en terreno.

En las edificaciones que posean varias unidades (bien puede ser comercios, viviendas, oficinas, talleres, consultorios, etc.) debe quedar bien identificadas tanto la edificación como la unidad, es decir se debe tener una identificación general (para la edificación) y debe existir una identificación particular (la unidad).

Pregunta No. 16 – Teléfono

3	1	0	7	6	5	4	3	2	1
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

En este caso en el hogar puede existir una conexión telefónica o disponer de un teléfono celular.

- ✓ Anotamos los dígitos que tenga el número telefónico, incluyendo el básico si existe, Ejemplo: en la ciudad de Montería los números inician en 7, este también deberá escribirse.
- ✓ Se pueden incluir números de celulares o radioteléfonos.
- ✓ Si la persona informa que no tiene teléfono digitamos 7 o 10 veces el número 9 así: 9999999 ó 9999999999.
- ✓ No se deben dejar espacios entre los números.
- ✓ Según las indicaciones, este campo no debe quedar en blanco.
- ✓ Si la persona no tiene teléfono, es incorrecto digitar 7 o 10 veces el mismo número, por ejemplo: 0000000000; 1111111111; 222222.


Como se ha hecho en otras oportunidades, en el caso de encontrar teléfonos como los citados en el ejemplo, serán devueltos a la sede que corresponda como una inconsistencia. Ya existe un lineamiento para los hogares que no cuenten con número de teléfono.

Pregunta No. 17– Resultado de la encuesta

1

Dependiendo el resultado de la encuesta, este campo se diligencia con alguno de los siguientes códigos (en el formulario en papel):

1. Encuesta Completa
2. Encuesta Incompleta
3. Ocupado
4. Nadie en el Hogar
5. Ausente Temporalmente
6. Rechazo
7. Vacante
8. Otro Motivo

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural		CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 02 PÁGINA: 43 FECHA: 27/10/17
	PROCESO: Producción Estadística		SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE	

CONTROL DE CALIDAD DE LA ENCUESTA

A.2. CONTROL DE CALIDAD DE LA ENCUESTA				
1. ENCUESTA				
Encuestador: <input type="text"/> Nombre y apellidos: <input type="text"/>				
Resultado de la encuesta				
Visita núm.	1	2	3	4
Fecha (día-mes)	<input type="text"/> <input type="text"/>	<input type="text"/> <input type="text"/>	<input type="text"/> <input type="text"/>	<input type="text"/> <input type="text"/>
Hora de inicio (hora-minutos)	a.m. <input type="text"/> <input type="text"/> p.m. <input type="text"/> <input type="text"/>	a.m. <input type="text"/> <input type="text"/> p.m. <input type="text"/> <input type="text"/>	a.m. <input type="text"/> <input type="text"/> p.m. <input type="text"/> <input type="text"/>	a.m. <input type="text"/> <input type="text"/> p.m. <input type="text"/> <input type="text"/>
Hora de terminación (hora-minutos)	a.m. <input type="text"/> <input type="text"/> p.m. <input type="text"/> <input type="text"/>	a.m. <input type="text"/> <input type="text"/> p.m. <input type="text"/> <input type="text"/>	a.m. <input type="text"/> <input type="text"/> p.m. <input type="text"/> <input type="text"/>	a.m. <input type="text"/> <input type="text"/> p.m. <input type="text"/> <input type="text"/>
Resultado*				
2. SUPERVISIÓN DE LA ENCUESTA				
Supervisor <input type="text"/> Nombres y apellidos: <input type="text"/>				
Observaciones: <input type="text"/>				
<input type="text"/>				
<input type="text"/>				
<input type="text"/>				
<input type="text"/>				
<input type="text"/>				
<input type="text"/>				

En esta parte, se consignan los códigos como los nombres completos tanto del supervisor/a como del encuestador/a que se encargan del hogar.

→ **Visita número:** se diligencia el número de la visita, es decir, el número de veces que el/a encuestador/a ha visitado el hogar.

→ **Fecha:** se ubica el mes y el día en números.

→ **Duración de la visita:** se diligencian las horas de inicio como de finalización teniendo en cuenta que se manejan los ciclos de 24 horas. Es decir, que la 1:00 PM equivale a las 13:00 horas.


→ **Resultado:** en este espacio se diligencia el número que corresponde a las siguientes convenciones sobre el estado de la encuesta:

1. **Encuesta completa (EC):** cuando se obtiene toda la información requerida del hogar.

2. **Encuesta incompleta (EI):** Cuando falta información para alguna persona del hogar. En tal caso programamos una nueva visita para completar la información. Recordemos que en estas encuestas un hogar se considera completo cuando se tienen todos los datos de principio a fin de los miembros de 18 años y más.

3. **Ocupado (OC):** en el caso de que el informante no atienda al recolector/a por falta de tiempo, acordamos una nueva cita con la persona.

4. **Nadie en el hogar (NH):** se diligencia si no se encuentra a ninguna persona integrante del hogar, si está solo una persona menor de edad o quien se encarga del servicio doméstico. En ese caso, averiguamos con los vecinos, por ejemplo, a qué horas se encuentran las personas que podrían darnos los datos.

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural		CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 44 FECHA: 25/01/16	
			PROCESO: Producción Estadística	
ELABORÓ: Temática ECC		REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE		APROBÓ: Director Técnico DIMPE

5. **Ausente temporal (AT):** cuando las personas que componen el hogar no se encuentran por algún tiempo o durante el proceso de recolección. En estos casos es importante conocer, a través de vecinos por ejemplo, cuando es posible encontrar a los miembros para visitarlos nuevamente.

6. **Rechazo (R):** cuando el informante se niega a suministrar los datos. En ese caso como encuestadores(as) haremos lo posible por convencer a la persona o buscar la manera de conseguir la información a través de otra persona integrante del hogar, en casos extremos. Si no es efectivo el trabajo, solicitemos el apoyo del supervisor(a).

7. **Vacante (V):** corresponde a la vivienda que en el momento de realizar la encuesta se encuentra desocupada.

8. **Otro motivo (O):** en las observaciones, la persona encargada de la supervisión, anota detalles o situaciones importantes que se hayan presentado durante la realización de la encuesta como: inconvenientes de comprensión de preguntas, conceptos, manejo de filtros, interrupciones, entre otros.

9.

CAPÍTULO B. DATOS DE LA VIVIENDA



Objetivo general

Caracterizar las viviendas y los hogares a través de variables socio-económicas, de condición de la vivienda y acceso servicios públicos domiciliarios.


(ESTE CAPÍTULO ES PARA SER DILIGENCIADO POR LA PERSONA CABEZA DE HOGAR JEFE(A) O SU CÓNYUGE, En el caso de que la persona cabeza de hogar o cónyuge sea un menor de edad, éste contestará este capítulo).



Tener en cuenta: Este capítulo debe ser diligenciado sólo para el hogar 01. Si en la vivienda hay más de un hogar, este capítulo debe ser diligenciado por el hogar 01 que preferiblemente debe ser el hogar propietario de la vivienda si es que éste reside allí. Si en algún caso particular resulta imposible entrevistar a este hogar se debe continuar con el siguiente hogar que se encuentre presente, el cual debe asumir el rol del hogar 01.

Pregunta No. 1 – Tipo de vivienda

Tipo de vivienda: Diligencie por observación	1.	a. Casa	1	
		b. Apartamento	2	
		c. Cuarto(s)	3	
		d. Vivienda indígena	4	
		e. Otra vivienda (carpa, vagón, embarcación, cueva, refugio natural, etc.)	5	

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 45 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE



Objetivo

Conocer el tipo de vivienda en el cual se encuentra el hogar.

Tipo de respuesta: única.

¿Quién responde esta pregunta?: esta pregunta es para el jefe/a de hogar o cónyuge. En el caso de que el jefe(a) de hogar o cónyuge sea un menor de edad, éste contestará este capítulo.



Tener en cuenta:

Esta pregunta se le aplica sólo al primer hogar de la vivienda.

Pregunta No. 2 – ¿Con cuáles de los siguientes servicios cuenta la vivienda?

¿Con cuáles de los siguientes servicios cuenta la vivienda?:	2.	a. Energía eléctrica	Sí	<input type="text" value="1"/>	<input type="text"/>	Estrato para tarifa	<input type="text"/>	No	<input type="text" value="2"/>	<input type="text"/>
		b. Gas natural conectado a red pública	Sí	<input type="text" value="1"/>	<input type="text"/>			No	<input type="text" value="2"/>	<input type="text"/>
		c. Alcantarillado	Sí	<input type="text" value="1"/>	<input type="text"/>	Veces por semana	<input type="text"/>	No	<input type="text" value="2"/>	<input type="text"/>
		d. Recolección de basuras	Sí	<input type="text" value="1"/>	<input type="text"/>			No	<input type="text" value="2"/>	<input type="text"/>
		e. Acueducto	Sí	<input type="text" value="1"/>	<input type="text"/>			No	<input type="text" value="2"/>	<input type="text"/>



Objetivo

Esta pregunta busca indagar por el acceso a los servicios domiciliarios (sean a través de conexiones legales o ilegales).

Tipo de respuesta: única por cada ítem.


¿Quién responde esta pregunta?: esta pregunta es para el jefe (a) de hogar o cónyuge. En el caso de que el jefe(a) de hogar o cónyuge sea un menor de edad, éste contestará este capítulo.

a. Energía eléctrica



Tener en cuenta:

- ▶ La vivienda puede disponer del servicio a través de una conexión legal o ilegal y el servicio puede ser administrado o dirigido por una empresa pública, privada o de propiedad de la comunidad, aunque en el momento de la entrevista no se puedan usar o no estén funcionando.
- ▶ Cuando la vivienda está conectada a una red eléctrica pública o de propiedad de particulares y dispone del servicio marque alternativa **1.Sí**. Cuando la conexión es pirata se considera que la vivienda cuenta con energía eléctrica. Si la vivienda no cuenta con este servicio marque alternativa **2. No**.

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural		CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 46 FECHA: 25/01/16
			PROCESO: Producción Estadística
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE	

- ▶ No olvide diligenciar el estrato para tarifa del servicio de energía eléctrica. Tenga en cuenta que si la vivienda tiene energía eléctrica, el estrato para tarifa es **1 al 6**, en la mayoría de las ciudades.
- ▶ Solicite a la persona el último recibo del servicio de energía y registre el estrato.
- ▶ Para el diligenciamiento de estrato para tarifa del servicio de energía eléctrica tenga en cuenta: **si los recibos vienen sin estrato o el servicio es ilegal o pirata registre 0, si la persona tiene planta eléctrica o no conoce el estrato del servicio y no cuenta con un recibo de pago registre 9**. Si se da el caso de que en algunas ciudades los recibos no especifican el estrato, sino que traen categorías residenciales, entonces asimile estas categorías de la siguiente manera:

Categorías	Igual a	Estrato
Bajo - Bajo	=	1
Bajo	=	2
Medio - Bajo	=	3
Medio	=	4
Medio - Alto	=	5
Alto	=	6

- ▶ Cuando en la vivienda se tenga un negocio o pequeña fábrica y por ese hecho el recibo de la energía eléctrica lo paguen con tarifa comercial o industrial. En este caso asigne como estrato el más frecuente de las viviendas del segmento.
- ▶ Si la vivienda tiene planta eléctrica, registre código 9 en el espacio correspondiente a “Estrato para tarifa”.
- ▶ Si se presenta el caso de **conjuntos residenciales o edificios**, en los cuales se aplica la encuesta a varios hogares o viviendas y en uno de los hogares encuestados, la persona que brinda información manifiesta que no sabe cuál es el estrato para tarifa de energía eléctrica, asuma esta información de formularios diligenciados en ese mismo conjunto o edificio.
- ▶ Igualmente, tenga presente que en **una misma cuadra** el estrato puede diferir de una vivienda a otra.

b. Gas natural conectado a red pública

Instalación de gas natural por ducto.


c. Alcantarillado

Conexión a un sistema público o comunal de desagüe que permite la eliminación de residuos y aguas negras a través de una tubería u otro ducto. Si la vivienda en forma particular hace conexión dirigida a un río o quebrada, o al exterior de la vivienda, se considera que ésta no cuenta con servicio de alcantarillado.



Tener en cuenta:

Principalmente en la zona rural se debe ser muy riguroso al momento de registrar esta alternativa de respuesta ya que si una vivienda dispone de un tipo de desagüe con tubería que no hace parte de un sistema de alcantarillado público o comunal, esta vivienda no cuenta con servicio de alcantarillado.

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural		CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 47 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística		SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE	

d. Recolección de basuras



Tener en cuenta:


- ▶ Se considera que una vivienda cuenta con recolección de basuras cuando una entidad pública, privada o comunal **legalmente establecida** le presta este servicio en forma regular o esporádica, en carretas, zorras etc. destinados para este fin. Si la respuesta es afirmativa se preguntará la periodicidad (veces por semana) con la que se presta el servicio. **Si la periodicidad es superior a la semana (cada 10, 12 o 15 días, por ejemplo) registre código 8 en la casilla correspondiente.**
- ▶ Si la basura es recogida en carretas, zorras u otro medio, por personas que **no están constituidas en empresa o en sociedades legalmente establecidas** se considera que la vivienda no cuenta con servicio de recolección de basuras.
- ▶ Si el informante no sabe con qué frecuencia es recogida la basura registre el número 9.

e. Acueducto

Servicio de agua por tubería u otro ducto que está conectado a una red y cuyo suministro es relativamente permanente, puesto que cuenta con un depósito construido para su almacenamiento. Si la conexión es pirata o ilegal se considera que la vivienda tiene acueducto.

Además tenga presente que si una vivienda o grupo de viviendas tiene una conexión a un "tubo madre" en forma provisional o permanente, se considera que la vivienda cuenta con el respectivo servicio.

NO considere que la vivienda tiene acueducto cuando en forma particular se haya construido un sistema de conducción por medio de cañas, guaduas, mangueras, desde un río, pozo o desde otra vivienda.

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 48 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

CAPÍTULO C. REGISTRO DE PERSONAS



Objetivo general

Registrar a todas las personas que forman parte del hogar.

Pregunta No. 1 – ¿Cuáles son los nombres y apellidos de las personas que comen y duermen habitualmente en este hogar, RESIDENTES HABITUALES presentes o no?

<p>¿Cuáles son los nombres y apellidos de las personas que comen y duermen habitualmente en este hogar, RESIDENTES HABITUALES presentes o no?</p> <p>Residente habitual: Persona que vive permanentemente o la mayor parte del tiempo en la vivienda aunque el día de la encuesta esté ausente.</p>	1.	Núm. de orden	
			Nombres y apellidos
			Nombres y apellidos
			Nombres y apellidos
			Nombres y apellidos
			Nombres y apellidos
<p>Tenga en cuenta: Si hay OTRAS personas que HAGAN PARTE de este hogar que no hayan sido incluidas en la lista anterior, por favor inclúyalas. SE INCLUYEN LOS BEBÉS, ES DECIR, LOS NIÑOS Y NIÑAS DESDE LOS 0 AÑOS.</p>			



Objetivo

Establecer con claridad quiénes integran el hogar en el momento de realizar la encuesta.

Pregunta dirigida al jefe(a) del hogar o cónyuge.

Tipo de respuesta: texto / abierta (máximo 70 caracteres por cada nombre)




Tener en cuenta:

Registremos el nombre completo de cada una de las personas del hogar. Iniciemos por la persona cabeza d hogar jefe(a), y continuemos registrando las personas del hogar de acuerdo con las instrucciones del manual.

Se inicia con el registro de todas las personas que forman parte del hogar. Para esto, el encuestador deberá establecer claramente quiénes componen el hogar, según el concepto de **residente habitual**.

Asegurémonos de registrar a todos los miembros del hogar, preguntemos por niños de meses, ancianos, personas ausentes temporalmente, pensionistas y empleados domésticos.

El orden de registro de los miembros del hogar es el siguiente:

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 49 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

1. Jefe(a) del hogar
2. Pareja, esposo(a), cónyuge, compañero(a)
3. Hijo(as) solteros(as), (de mayor a menor) del jefe(a) y/o del cónyuge.
4. Hijos(as) casados(as), viudos(as), separados(as) del jefe(a) y /o del cónyuge en orden descendente de edad, anotando a continuación de cada uno de ellos sus respectivas esposas(os) e hijos.
5. Nietos(as)
6. Otros parientes del jefe (padre, madre, hermanos, tíos, primos, suegro, suegra, etc.).
7. Empleados del servicio doméstico y sus parientes (hijos(as))
8. Pensionistas
9. Otros trabajadores (as) exceptuando las y los empleados domésticos
10. Otros no parientes del jefe(a): amigo(a), primos(as) del cónyuge, etc.



Ejemplos... ¡para entendernos!

El registro de las personas integrantes del hogar se hace teniendo en cuenta los **NÚCLEOS FAMILIARES** al interior del mismo, esto quiere decir que en el momento en que se encuentre durante el diligenciamiento un núcleo familiar, éste debe quedar registrado en forma continua. **Ejemplo:** si en el hogar hay dos hijos casados Juan es de 35 años y Eduardo de 30 años, los dos con hijos, el registro debe hacerse en el siguiente orden:

Jefe, esposa del jefe, Juan (hijo mayor), esposa de Juan, hijos de Juan, Eduardo, esposa de Eduardo, hijos de Eduardo. De la misma forma debe procederse con cualquier otro núcleo familiar.

Si en un hogar se encuentran 5 o menos pensionistas o trabajadores, éstos se toman como miembros del hogar. Si hay 6 o más pensionistas o trabajadores no se toma ninguno como miembro del hogar, pues conforman un hogar colectivo que no es objeto de esta encuesta.

Pregunta No. 2 - Total de personas en el hogar:


Total de personas en el hogar	2.	<input type="text"/> <input type="text"/>	Tenga en cuenta: Pregunta dirigida al jefe(a) del hogar o cónyuge.
-------------------------------	----	---	---

Una vez se ha establecido el listado definitivo de las personas que conforman el hogar, se procederá a totalizarlas en el recuadro **Total de personas en el hogar**.



Tener en cuenta:

- Pregunta dirigida al jefe(a) del hogar o cónyuge.

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 50 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

Pregunta No. 3 – Total de personas menores de 5 años en el hogar:

Total de personas menores de 5 años	3.	<input type="text"/> <input type="text"/>	Tenga en cuenta: Pregunta dirigida al jefe(a) del hogar o cónyuge.
-------------------------------------	----	---	---



Objetivo

Permitir al recolector(a) ratificar el número de personas que contestarán la encuesta, clasificando a quienes no hacen parte de la población objetivo de la investigación.

Tipo de respuesta: número de dos dígitos.



Tener en cuenta:

- ▶ Pregunta dirigida al jefe(a) del hogar o cónyuge.

Pregunta No. 4 – Total de personas de 5 a 11 años:

Total de personas de 5 a 11 años	4.	<input type="text"/> <input type="text"/>	Tenga en cuenta: Pregunta dirigida al jefe(a) del hogar o cónyuge.
----------------------------------	----	---	---



Objetivo

Establecer la población objetivo de la Encuesta de Consumo Cultural.


Tipo de respuesta: número de dos dígitos.



Tener en cuenta:

- ▶ Pregunta dirigida al jefe(a) del hogar o cónyuge.
- ▶ Contabilizamos sólo las personas que tienen entre 5 y 11 años, para poder ir estableciendo los grupos de personas que hacen parte de la población objetivo de la encuesta.
- ▶ La escogencia de este rango de edad parte de la necesidad de entregar información no sólo sobre jóvenes, adultos y personas de la tercera edad, haciéndose expresas las tendencias generales por diferencias generacionales, sino también sobre las preferencias y prácticas de los menores de edad entre los 5 y 11 años. Lo anterior, en consonancia con su reconocimiento como sujetos de derechos y el interés de las entidades que gestan y ejecutan políticas públicas por posicionar en la agenda estatal y de los diferentes sectores, la preocupación por su cuidado y promoción así como por el cumplimiento y responsabilidad compartida en su desarrollo.

Como la encuesta está concebida, no permite indagar de manera adecuada por la población entre los 0 y 4 años de edad, pues dicha vinculación exige un cuestionario diferenciado acerca de bienes y

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 51 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

servicios culturales acotados al periodo de la Primera Infancia. Además, su inclusión exige un tratamiento operativo y logístico diferente, así como una proyección de tiempos de rendimiento diferenciados que amplían el tiempo de trabajo, lo que implica un aumento en el presupuesto que se proyecta cada dos años para esta investigación.

Pregunta No. 5 – Total de personas de 12 años y más

Total de personas 12 años y más	5.	<input type="text"/>	<input type="text"/>	Tenga en cuenta: Pregunta dirigida al jefe(a) del hogar o cónyuge.
---------------------------------	----	----------------------	----------------------	--



Objetivo

Establecer la población objetivo de la Encuesta de Consumo Cultural.

Tipo de respuesta: numérica.



Pasos a seguir:

Contabilizamos las personas que tienen 12 años y más, para poder determinar los grupos de personas que hacen parte de la población objetivo de la encuesta.



Tener en cuenta:


Pregunta dirigida al jefe(a) del hogar o cónyuge.

ACTIVIDADES CON MENORES DE 5 AÑOS

Pregunta No.6 – ¿Cada cuánto se comparten las siguientes actividades con los niños menores de 5 años?

		Todos los días	Varias veces a la semana	Una vez a la semana	Una vez al mes	Una vez cada tres meses	Por lo menos una vez al año	Nunca
Cada cuánto se comparten las siguientes actividades con los niños menores de 5 años:	a. Cantar	1	2	3	4	5	6	7
	b. Leer	1	2	3	4	5	6	7
	c. Contar historias	1	2	3	4	5	6	7
	d. Jugar	1	2	3	4	5	6	7

Nota: Se aplica la pregunta solamente a los hogares que reportaron al menos una persona menor de 5 años en la pregunta 3 -(total de personas menores de 5 años).

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 52 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE



Objetivo

Identificar las actividades que se comparten los niños y niñas menores de 5 años en el hogar y la frecuencia con que las realizan.

¿Quién responde esta pregunta?: Las personas cabeza de hogar o cónyuge, que reportaron por lo menos una persona menor de 5 años en la pregunta 3. Total de personas menores de 5 años



Pasos a seguir:

- Leamos la pregunta y luego cada una de las actividades.
- Esperemos en cada caso la respuesta y marquemos la casilla que corresponde, teniendo en cuenta la frecuencia para cada actividad.



Tener en cuenta:

- ▶ Esta pregunta está dirigida solamente a los hogares que afirmaron tener **al menos un niño o niña menor de 5 años** pregunta 3 -(total de personas menores de 5 años).
- ▶ El contar historias es diferente a leer. La primera actividad es el ejercicio en vivo de hacer relatos entre las personas, y la segunda implica tener algún tipo de texto disponible en cualquier formato (digital o impreso) para leer.

CAPÍTULO D. CARACTERÍSTICAS GENERALES



Objetivo general

Conocer las características básicas de los encuestados para obtener perfiles socio-demográficos, con el propósito de relacionar esta información con el resto de variables de la investigación.

Pregunta No. 1 – Sexo


Sexo:	1.	Hombre	1	
		Mujer	2	



Objetivo

Con esta pregunta se busca determinar el sexo, la condición biológica de la persona encuestada.

Tipo de respuesta: Única 1- Hombre o 2 - Mujer.

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 53 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE



Tener en cuenta:

Se debe tener cuidado al registrar el sexo de la persona porque hay nombres que se utilizan indistintamente para ambos sexos. Ejemplo: Concepción, Dolores, etc. Si tenemos dudas, preguntemos.

Pregunta No. 2 – ¿Cuál es la fecha de nacimiento de...?

¿Cuál es la fecha de nacimiento de ... ?	<div> <div><input type="text"/></div> <div><input type="text"/></div> <div><input type="text"/></div> <div><input type="text"/></div> </div> <div> <div>Día</div> <div>Mes</div> <div>Año</div> </div>	Si no conoce el día, el mes o el año, escriba 9 en los espacios correspondientes a cada uno de ellos.
¿Cuántos años cumplidos tiene ... ?	2. <div> <div>Años</div> <div><input type="text"/></div> <div><input type="text"/></div> <div><input type="text"/></div> </div>	Si es menor de 1 año, escriba 00. Si tiene más de 114 años, diligenciar 114 años.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 5 años y más



Pasos a seguir:

- Leamos la pregunta y esperemos la respuesta.
- Si la persona no conoce el día, el mes o el año, registremos 9 en los espacios correspondientes a cada uno de ellos.
- Diligenciamos el día, el mes y el año en que la persona nació. Cuando el encuestado no recuerda la fecha de nacimiento, solicitamos un documento de identificación donde aparezca la fecha de nacimiento.

Pregunta No. 2 (parte b) – ¿Cuántos años cumplidos tiene...?



Objetivo


Se busca conocer la edad de la persona

Tipo de respuesta: única



Tener en cuenta:

- ▶ Debemos preguntar por los años cumplidos que cada persona tiene en el momento de hacer la encuesta. Si la persona encuestada está cumpliendo años el día de la aplicación de la encuesta, diligenciamos en la casilla la edad nueva que corresponde al día que se recolecta la información.
- ▶ Si la persona tiene más de 114 años, en todos los casos se registra 114, pues el programa valida hasta dicha edad.

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 54 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

- Con la información de la edad se pueden obtener perfiles generacionales y analizar así tendencias y prácticas de consumo cultural basados en los años de las personas. No es lo mismo ver televisión a los 10 años que a los 46, o leer libros cuando se trabaja o cuando se está estudiando una carrera o tecnología.

Así veremos esta pregunta en el DMC

Recolector DANE > EC...

DATOS DE CADA UNO DE LOS HOGARES (1) > INFORMACION PARA PERSONA: (1) > D. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS PERSONAS

2. ¿Cuál es la fecha de nacimiento de Luis Antonio Perez Roa ?

☒ Digite Fecha

☐ No sabe

Recolector DANE > EC...

DATOS DE CADA UNO DE LOS HOGARES (1) > INFORMACION PARA PERSONA: (1) > D. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS PERSONAS

Fecha

09	ago	1957
10	sep	1958
11	oct	1959

Recolector DANE > EC...

DATOS DE CADA UNO DE LOS HOGARES (1) > INFORMACION PARA PERSONA: (1) > D. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS PERSONAS

2. ¿Cuál es la fecha de nacimiento de Luis Antonio Perez Roa ?

☐ Digite Fecha

☒ No sabe

Recolector DANE > EC...


DATOS DE CADA UNO DE LOS HOGARES (1) > INFORMACION PARA PERSONA: (1) > D. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS PERSONAS

4. ¿Cuántos años cumplidos tiene Liliana ramirez pedraza ?

Si la persona es menor de un año, se debe digitar 0, si tiene mas de 114 años, debe diligenciar con 114.

30

1	2	3	-
4	5	6	,
7	8	9	←
Eliminar	0	.	→

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 55 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

Pregunta No. 3 - ¿Sabe leer y escribir?

¿Sabe leer y escribir?	3.	Sí <input type="text" value="1"/> <input type="text"/> No <input type="text" value="2"/> <input type="text"/>
------------------------	-----------	--



Tener en cuenta:

- ▶ Una persona sabe leer y escribir si es capaz de leer y escribir un párrafo sencillo al menos, en su idioma nativo. Cuando la persona informa que sólo sabe firmar o escribir el nombre o algunas palabras o números, marque la alternativa **2 (No)**.
- ▶ Para el caso de personas que en el momento de realizar la encuesta se encuentran enfermas y les es imposible hablar, ver, escribir; pero sabían leer y escribir en el pasado, el recolector (a) deberá registrar en esta pregunta la alternativa **1 (Sí)** y colocar la respectiva observación.



CASOS Y DUDAS MÁS FRECUENTES ¿QUÉ HACER?


Personas que saben leer pero no escribir

Situación: Una señora afirma que sabe leer pero no escribir. Queda la duda si en español es posible saber leer y no escribir o viceversa. ¿Cómo se debe proceder en esta situación?

Rta/: De acuerdo con algunas consultas hechas, es viable que las personas sepan leer pero no escribir, pues la competencia lectora aporta a la habilidad escritural.

La situación expuesta se puede dar, y, para efectos de la encuesta, se sugiere responder Sí en la pregunta sobre lectura y escritura para que la persona pueda contestar el capítulo de lectura. Sin embargo, es importante que se haga la aclaración en las observaciones.

Con base en la asesoría de algunos docentes, es común que en la primaria se presenten casos de personas que leen más y escriben menos por el tipo de motivación que tienen hacia la lectura. En la secundaria, pasa el caso contrario, es decir, algunos adolescentes y jóvenes desarrollan mayores competencias escriturales que lectoras.

 DANE <small>Para tomar decisiones</small>	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 56 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

CAPÍTULO E. ASISTENCIA A PRESENTACIONES Y ESPECTÁCULOS CULTURALES




Objetivo general

Caracterizar asistencia, gasto y razones de no asistencia a presentaciones y espectáculos culturales en los últimos 12 meses.



Conceptos claves:

- Las **presentaciones culturales** son actividades realizadas por individuos, grupos y/o entidades, tanto públicas como privadas, con el propósito de promover la circulación de propuestas y producciones culturales, en diferentes escenarios y a través de diversos medios.
- Las **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 (Framework UNESCO – 2009).
- La **música en vivo** es la presentación en directo de una propuesta o producto musical ante un público que está en un espacio y que implica desplazamiento para escucharlo. *Esta categoría NO incluye, por ejemplo, las serenatas o las presentaciones realizadas en los buses de transporte público, ni los conciertos pregrabados que se emiten en espacios públicos comúnmente denominados video conciertos.*
- Las **artes plásticas y visuales** son formas de expresión que usan diversos medios, tecnologías y materiales potencian la experimentación con formas, colores o sonidos para narrar ideas, emociones o experiencias.
- Las **artes visuales** son formas de arte orientadas a la creación de obras de naturaleza Visual, “que apelan principalmente al sentido visual. Están generalmente enfocadas a la creación de obras de naturaleza visual o representan objetos multidimensionales” (Framework UNESCO – 2009).
- Las **artesanías** se definen como “productos producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto terminado... La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, y religiosa o socialmente simbólicas y significativas” (UNESCO/ITC, 1997).

 <p>DANE Para tomar decisiones</p>	<p>Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural</p>	<p>CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 57 FECHA: 25/01/16</p>
<p>PROCESO: Producción Estadística</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>



Ejemplos... ¡para entendernos!

¿Qué los integra? ¿Qué se mide?	
Presentaciones de artes escénicas	
	Teatro de sala, teatro callejero, danza moderna y contemporánea, ópera (en espacios abiertos como cerrados).
Presentaciones de música en vivo	
	Conciertos o recitales de solistas, dúos, tríos, grupos, bandas, coros, tunas, orquestas, filarmónicas, sinfónicas, DJ, incluyendo todas las posibilidades acústicas, instrumentales y electrónicas.
	<i>No se incluyen las serenatas ni las presentaciones que hacen las personas en los buses y otros transportes de servicio público como medio de supervivencia. Tampoco están vinculadas las actividades con amigos, en las cuales alguno o varios amenizan un encuentro con el uso de instrumentos (en casas, reuniones familiares).</i>
Exposiciones de artes plásticas y visuales	
	Fotografía, pintura, grabado, dibujo, escultura, diseño, instalaciones, plastilina, pintura corporal (body painting), proyecciones de imágenes (no es cine en este caso), video arte.
Exposiciones de artesanías	
	Cestería, orfebrería (trabajo de metales preciosos), platería, tapicería, joyería, ebanistería, tejidos, marroquinería (cueros), alfarería, vitrales, metalurgia.




Tener en cuenta:

- **Oferta cultural:** Los bienes y servicios culturales por los cuales indaga la encuesta no se encuentran en todas las zonas, ni son ofertados de la misma manera. La intención de la encuesta es exponer con claridad cuáles existen o son característicos de cada zona, o a través de qué medios o fuentes las personas tienen acceso a las diferentes opciones de bienes y servicios que ofrecen las organizaciones y entidades del sector cultural, mediante diversos mecanismos.
- **Asistencia y frecuencia:** En las preguntas sobre asistencia (fue a presentaciones, espectáculos o eventos), existe una escala de frecuencia para determinar cada cuánto la persona realiza dichas actividades. Con esta segunda pregunta se determinan hábitos y prácticas.
- **Acceso gratuito y pago:**

Gratuito: Se determina así cuando las entradas no tuvieron ningún tipo de costo para las personas, y fueron los oferentes quienes corrieron con dicho costo. Es decir, cuando la boleta de entrada de algún evento no tiene ningún costo para nadie. Si la boleta era gratis para todo el público, significa que no generó costos a los espectadores, es decir, el espectáculo fue de entrada gratuita para el público.

Pago: Implica los gastos hechos directamente por la persona encuestada en un periodo de 12 meses en boletas y/o entradas a presentaciones y espectáculos. Es importante considerar que estos gastos pudieron ser para sí o para terceros. **NO SE INCLUYEN EN ESTE CASO LOS GASTOS DE**

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 58 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

TRANSPORTE Y COMIDA REALIZADOS EN EL MARCO DE LA ASISTENCIA A LA ACTIVIDAD O PRESENTACIÓN CULTURAL.



Ejemplos... ¡para entendernos!

En las preguntas que indagan por gastos efectuados sólo se tiene en cuenta la inversión económica realizada directamente por la persona encuestada, y que incluye el pago de regalos, planes u otros servicios a otros miembros del hogar

Por ejemplo, muchos padres de familia no asisten a los conciertos, pero compran las boletas de sus hijos. En ese caso, con el dato de los padres se puede observar la transferencia de gasto, es decir, el gasto que hace un miembro del hogar para que otro disfrute del bien y/o servicio cultural, así quien lo haya comprado no lo haga de manera directa.



CASOS Y DUDAS MÁS FRECUENTES ¿QUÉ HACER?

Sobre la asistencia a eventos culturales por fuera del país:

Situación: En las preguntas sobre asistencia a presentaciones y espacios culturales, ¿se incluye también la asistencia que se hace a este tipo de presentaciones por fuera del país en el periodo de tiempo determinado?

Rta/: Dado que es un fenómeno difícil de identificar y por su baja prevalencia (el consumo cultural en otros países), no se ha hecho todavía una diferenciación en la Encuesta de Consumo Cultural para los consumos culturales fuera y dentro del territorio nacional.

LO QUE BUSCA LA ENCUESTA DE CONSUMO CULTURAL ES IDENTIFICAR SI LAS PERSONAS ESTÁN ASISTIENDO TANTO A PRESENTACIONES Y ESPECTÁCULOS COMO A ESPACIOS CULTURALES EN EL TERRITORIO NACIONAL.

En el caso de las personas que viven en zona de frontera como Cúcuta o Ipiales (ciudades dentro de la muestra), se pueden presentar situaciones en las que los encuestados de dichas zonas asisten a presentaciones o espacios culturales en el país vecino y no en Colombia.

SOBRE ASISTENCIA Y FRECUENCIA - PREGUNTAS 1, 4, 7 Y 10


Estas preguntas tienen la misma estructura y se convierten en los interrogantes filtros de las demás.

Pregunta No. 1 - En los últimos 12 meses, ¿usted asistió a teatro, ópera o danza? Con qué frecuencia:

Pregunta No. 4 – En los últimos 12 meses, ¿usted asistió a conciertos, recitales, presentaciones de música en espacios abiertos o cerrados en vivo? Con qué frecuencia:

Pregunta No. 7 – En los últimos 12 meses, ¿usted asistió a exposiciones, ferias o muestras de fotografía, pintura, grabado, dibujo, escultura o artes gráficas? Con qué frecuencia:

Pregunta No. 10 – En los últimos 12 meses, ¿asistió a ferias o exposiciones artesanales? Con qué frecuencia:

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural		CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 59 FECHA: 25/01/16
			PROCESO: Producción Estadística
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE	

Estructura modelo aplicada a las preguntas 1, 4, 7 y 10

En los últimos 12 meses, ¿usted asistió a teatro, ópera o danza?	1.	Sí <input type="text" value="1"/> <input type="text"/> Con qué frecuencia:								
		<table border="0"> <tr> <td>Por lo menos una vez a la semana</td> <td>Una vez al mes</td> <td>Una vez cada tres meses</td> <td>Una vez cada seis meses</td> <td>Una vez al año</td> </tr> <tr> <td>a. <input type="text" value="1"/> <input type="text"/></td> <td><input type="text" value="2"/> <input type="text"/></td> <td><input type="text" value="3"/> <input type="text"/></td> <td><input type="text" value="4"/> <input type="text"/></td> <td><input type="text" value="5"/> <input type="text"/></td> </tr> </table>	Por lo menos una vez a la semana	Una vez al mes	Una vez cada tres meses	Una vez cada seis meses	Una vez al año	a. <input type="text" value="1"/> <input type="text"/>	<input type="text" value="2"/> <input type="text"/>	<input type="text" value="3"/> <input type="text"/>
Por lo menos una vez a la semana	Una vez al mes	Una vez cada tres meses	Una vez cada seis meses	Una vez al año						
a. <input type="text" value="1"/> <input type="text"/>	<input type="text" value="2"/> <input type="text"/>	<input type="text" value="3"/> <input type="text"/>	<input type="text" value="4"/> <input type="text"/>	<input type="text" value="5"/> <input type="text"/>						
		b. ¿Algunas de estas entradas fueron gratuitas? Sí <input type="text" value="1"/> <input type="text"/> No <input type="text" value="2"/> <input type="text"/> NS/NI <input type="text" value="99"/> <input type="text"/> Pase a pregunta 3								
		No <input type="text" value="2"/> <input type="text"/> Pase a pregunta 2								



Objetivo

Conocer si la persona encuestada asistió o no a presentaciones y espectáculos culturales de:

- ☐ Artes escénicas (teatro, danza y ópera).
- ☐ Conciertos, recitales, presentaciones de música en espacios abiertos y cerrados (en vivo).
- ☐ Exposiciones, ferias y muestras de fotografía, pintura, grabado, dibujo, escultura y artes gráficas.
- ☐ Ferias y exposiciones artesanales.

Tipo de respuesta: Única por cada ítem.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 5 años y más




Pasos a seguir:

- Leemos la pregunta y esperamos respuesta.
- En el caso de que la respuesta de la persona encuestada sea negativa, se indaga por las razones de no asistencia.
- Si la persona responde afirmativamente leemos las opciones de frecuencia.
- Esperamos la respuesta y marcamos la casilla que corresponde.
- Luego de marcar la casilla de la frecuencia, leemos la opción b. ¿Algunas de estas entradas fueron gratuitas? Y esperamos respuesta.



Tener en cuenta:

- ▶ Una entrada gratuita es aquella que NO IMPLICA GASTO ALGUNO O ALGÚN INTERCAMBIO en especie, simbólico o comercial. Por ejemplo, participar de una obra de teatro callejero, en alguna plaza o parque, o ir a una obra que es pagada o auspiciada por una entidad o empresa, significa que las entradas son gratuitas para el público.
- ▶ Si la persona fue invitada a varios eventos y no pagó por su entrada, pero la boleta tenía un costo, no debe responder con un Sí en entradas gratuitas, porque no tuvo un costo para la persona, pero el costo de la boleta de entrada fue asumida por un tercero.

 <p>DANE Para tomar decisiones</p>	<p>Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural</p>	<p>CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 60 FECHA: 25/01/16</p>
<p>PROCESO: Producción Estadística</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>

ACERCA DE LAS RAZONES DE NO ASISTENCIA - PREGUNTAS 2, 5, 8 Y 11

Estas preguntas tienen un propósito con una estructura similar. Para analizarlas, presentamos el ejemplo del interrogante 2, con el cual se reconoce el fraseo y tipo de respuestas.

Pregunta No. 2 – Usted no fue a teatro, ópera o danza por:

Pregunta No. 5 - Usted no fue a conciertos, recitales o presentaciones de música en vivo por:

Pregunta No. 8 – Usted no asistió a exposiciones, ferias o muestras de fotografía, pintura, grabado, dibujo, escultura o artes gráficas por:

Pregunta No. 11 - Usted no fue a ferias o exposiciones artesanales por:

Estructura modelo aplicada a las preguntas 2, 5, 8 y 11

<p>Usted no fue a teatro, ópera o danza por:</p>	<p>2.</p>	<p>a. Falta de dinero</p>	<p>Sí</p>	<p>1 <input type="text"/></p>	<p>No</p>	<p>2 <input type="text"/></p>
		<p>b. Desinterés/no le gusta</p>	<p>Sí</p>	<p>1 <input type="text"/></p>	<p>No</p>	<p>2 <input type="text"/></p>
		<p>c. Desconocimiento de la realización de este tipo de presentaciones</p>	<p>Sí</p>	<p>1 <input type="text"/></p>	<p>No</p>	<p>2 <input type="text"/></p>
		<p>d. Falta de tiempo</p>	<p>Sí</p>	<p>1 <input type="text"/></p>	<p>No</p>	<p>2 <input type="text"/></p>
		<p>e. Las salas o espacios donde realizan estas presentaciones están lejos</p>	<p>Sí</p>	<p>1 <input type="text"/></p>	<p>No</p>	<p>2 <input type="text"/></p>
		<p>f. Problemas de salud o discapacidad</p>	<p>Sí</p>	<p>1 <input type="text"/></p>	<p>No</p>	<p>2 <input type="text"/></p>
		<p>g. Ausencia de este tipo de presentaciones</p>	<p>Sí</p>	<p>1 <input type="text"/></p>	<p>No</p>	<p>2 <input type="text"/></p>
		<p>h. Falta de compañía</p>	<p>Sí</p>	<p>1 <input type="text"/></p>	<p>No</p>	<p>2 <input type="text"/></p>
		<p>i. Otro</p>	<p>Sí</p>	<p>1 <input type="text"/></p>	<p>No</p>	<p>2 <input type="text"/></p>
		<p>Notas: (1) Si la persona contesta sí en la opción c., solo puede contestar con un NO la opción g. (2) Debe por lo menos contestar una opción de la a. a la i. con un sí.</p>				



Objetivo

Establecer los principales motivos por los cuales la persona encuestada no asistió a diferentes presentaciones y espectáculos.

Tipo de respuesta: única por cada ítem.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 12 años y más, que respondieron con un NO la pregunta 1.




Pasos a seguir:

- Leemos la pregunta y luego uno a uno de los motivos de no asistencia esperamos la respuesta y marcamos la casilla que corresponde.

Estas preguntas demandan mucho cuidado y atención, pues tienen una consistencia entre sus opciones de respuesta.

Recomendamos leer bien las opciones y entender el tipo de flujo que existe al interior de cada una de las preguntas de razones de no asistencia.

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 61 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE



Tener en cuenta:

- ▶ Las opciones de respuesta c y g en este caso (pregunta No. 2) son excluyentes entre ellas y por lo tanto no se pueden contestar las dos opciones con un Sí.
- ▶ Si la persona responde que afirma desconocer la realización de este tipo de presentaciones (opción c), no puede contestar con un Sí la opción g. Ausencia de este tipo de presentaciones, pues esta segunda es una afirmación, mientras que la primera pone en duda la existencia de estos lugares y posiblemente la persona encuestada no tiene mucha información al respecto.
- ▶ La persona puede contestar en la dos opciones (c. y g.) con un No, pero solo puede contestar afirmativamente una de las dos.

SOBRE PAGOS POR ENTRADAS A PRESENTACIONES Y ESPECTÁCULOS - PREGUNTAS 3, 6, 9 Y 12

Este grupo de preguntas indaga por el pago que hizo cada persona por entradas a presentaciones y espectáculos culturales. Dado que tienen la misma estructura en todos los casos, se expone el modelo de la pregunta 3, así:

Pregunta No. 3 – ¿Pagó usted por entradas a teatro, ópera o danza en los últimos 12 meses?

Pregunta No. 6 - ¿Pagó usted por entradas a conciertos y espectáculos de música en vivo en los últimos 12 meses?

Pregunta No. 9 – ¿Pagó usted por entradas a exposiciones, ferias o muestras de fotografía, pintura, grabado, dibujo, escultura o artes gráficas en los últimos 12 meses?

Pregunta No. 12 - ¿Pagó usted por entradas a ferias o exposiciones artesanales en los últimos 12 meses?

Estructura modelo aplicada a las preguntas 3, 6, 9 y 12

¿Pagó usted por entradas a teatro, ópera o danza en los últimos 12 meses?	3.	<table> <tr> <td>Sí</td> <td><input type="text" value="1"/></td> <td rowspan="3">¿Cuánto pagó? \$ _____</td> </tr> <tr> <td>No</td> <td><input type="text" value="2"/></td> </tr> <tr> <td>NS/NI</td> <td><input type="text" value="99"/></td> </tr> </table> <p>Nota: Validación mínima \$1.000; máximo \$8.000.000 y sin centavos. Si existen casos con pagos menores a mil pesos se aproxima a \$1.000.</p>	Sí	<input type="text" value="1"/>	¿Cuánto pagó? \$ _____	No	<input type="text" value="2"/>	NS/NI	<input type="text" value="99"/>
Sí	<input type="text" value="1"/>	¿Cuánto pagó? \$ _____							
No	<input type="text" value="2"/>								
NS/NI	<input type="text" value="99"/>								




Objetivo

Determinar el gasto asociado con la asistencia a presentaciones y espectáculos culturales por parte de la persona encuestada durante los últimos doce meses.

Tipo de respuesta: Número y única.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 12 años y más

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 62 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE



Tener en cuenta:

- ▶ Esta pregunta se realiza tanto a las personas que asistieron como a las que no, ya que estas últimas pudieron pagar por las entradas para un tercero (hijos (as), familiares, amigos (as) y pareja, por ejemplo). Vaya
- ▶ En todos los casos, si la persona encuestada afirma que hizo algún gasto, éste no puede ser menor a \$1.000. Si existen casos con pagos menores a mil pesos se aproxima a \$1.000.



Ejemplos... ¡para entendernos!

- Si el esposo invita a su pareja a varios eventos y ésta no paga, cuando la pareja contesta la encuesta en los gastos, pone cero (0) en el caso en el que no haya hecho ningún pago, pues fue el esposo quien asumió el gasto.
- En cambio, si es el esposo quien contesta la encuesta, al responder la pregunta por el pago, debe sumar tanto el costo de sus entradas como los de su invitada.

Pregunta No.13 – En los últimos 12 meses, ¿asistió a las siguientes actividades culturales?

En los últimos 12 meses, asistió a las siguientes actividades culturales:	13.	a. Ferias taurinas, novilladas, becerradas, coleo, corralejas	Sí <input type="text"/> 1 <input type="text"/> No <input type="text"/> 2 <input type="text"/>
		b. Festivales, ferias de publicaciones (libros) o audiovisuales (cine, televisión, radio y video)	Sí <input type="text"/> 1 <input type="text"/> No <input type="text"/> 2 <input type="text"/>
		c. Carnavales, fiestas o eventos nacionales	Sí <input type="text"/> 1 <input type="text"/> No <input type="text"/> 2 <input type="text"/>
		d. Vio títeres o escuchó cuenteros	Sí <input type="text"/> 1 <input type="text"/> No <input type="text"/> 2 <input type="text"/>
		e. Visitó parques, reservas naturales o zoológicos	Sí <input type="text"/> 1 <input type="text"/> No <input type="text"/> 2 <input type="text"/>
		f. Festivales gastronómicos	Sí <input type="text"/> 1 <input type="text"/> No <input type="text"/> 2 <input type="text"/>
		g. Fiestas municipales o departamentales	Sí <input type="text"/> 1 <input type="text"/> No <input type="text"/> 2 <input type="text"/>
		h. Fue al circo	Sí <input type="text"/> 1 <input type="text"/> No <input type="text"/> 2 <input type="text"/>
		i. Asistió a parques temáticos o de diversiones	Sí <input type="text"/> 1 <input type="text"/> No <input type="text"/> 2 <input type="text"/>



Objetivo

Conocer el tipo de actividades culturales y artísticas a los cuales asistieron las personas encuestadas en los últimos doce meses.


Tipo de respuesta: única por cada ítem.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 5 años y más



Pasos a seguir:

- Leemos la pregunta e iniciemos con la opción a.

 <p>DANE Para tomar decisiones</p>	<p>Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural</p>	<p>CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 63 FECHA: 25/01/16</p>
<p>PROCESO: Producción Estadística</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>

→ Esperemos la respuesta y respondamos cada una de las opciones.




Conceptos claves:

- **Las ferias taurinas** incluyen las becerradas, **corralejas**, novilladas, coleo y demás actividades relacionadas con el mundo de la tauromaquia.
- **Los festivales y ferias de publicaciones y audiovisuales** son eventos públicos como privados que comercializan una actividad, un servicio, un producto cultural o un conjunto de ellos, como las ferias del libro, festivales de cine o de video.
- **Los carnavales, fiestas y eventos nacionales** son celebraciones de importancia nacional, desarrolladas en fechas y lugares definidos históricamente, reconocidas por la mayoría de ciudadanos, e identificadas por entidades como el Ministerio de Cultura como celebraciones de importancia nacional dado el sentido e identidad que le confiere a la sociedad colombiana como nación.
- **Los títeres y marionetas** son figuras y muñecos artificiales que, gracias al movimiento de las manos, de hilos, cuerdas, fuelles, palancas y otros artificios, parece que tuvieran movimientos propios. Por lo general, son usados para recrear historias.
- **Los cuenteros** son las personas que se dedican al arte de contar historias recurriendo a la palabra hablada como medio de expresión.
- **Los parques** son espacios físicos que combinan elementos naturales y artificiales en los que se pueden desarrollar diferentes de actividades deportivas, lúdicas y recreativas de carácter activo, pasivo o contemplativo. Hay parques de carácter metropolitano (atienden a grandes poblaciones, son de carácter municipal en la mayoría de casos), zonales (que abarca la demanda de varios barrios o sectores) y barriales (dados en escenarios más pequeños).
- **Las reservas naturales** son áreas geográficas protegidas por las leyes nacionales e internacionales por su biodiversidad. Algunos ejemplos son el Parque Natural Tayrona, el Nevado del Cocuy o la Serranía de la Macarena.
- **Los festivales gastronómicos** son las ferias y fiestas que tienen por objeto la difusión, promoción, degustación y comercialización de alimentos de distinto tipo, generalmente asociados a una cultura o sociedad específica.

Algunas fiestas y carnavales nacionales son:

- ◆ Reinado Nacional de la Belleza (Cartagena)
- ◆ Carnaval de Barranquilla
- ◆ Festival Vallenato en Valledupar
- ◆ Ferias de Cali
- ◆ Feria de las Flores y Desfile de Silleteros en Medellín
- ◆ Feria de Manizales
- ◆ Fiestas de San Pedro en Neiva
- ◆ Semana Santa en Popayán
- ◆ Carnaval de Negros y Blancos en Pasto
- ◆ Festival Iberoamericano de Teatro en Bogotá
- ◆ Festival Internacional de Cine en Cartagena
- ◆ Festival del Porro en San Pelayo, Córdoba
- ◆ Festival Internacional de Poesía en Medellín
- ◆ Carnaval de Riosucio (La Fiesta del Diablo) en Caldas
- ◆ Festival del Mono Núñez en Ginebra, Valle del Cauca

	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 64 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

- **Las fiestas municipales o departamentales** son celebraciones reconocidas por la comunidad como parte de su memoria colectiva, y desarrolladas en fechas definidas tradicionalmente. Un ejemplo son las fiestas de las fundaciones de los municipios, el nacimiento o muerte de algún prócer, o festividades relacionadas con artículos específicos como las fiestas de la papa que hay tanto en Pupiales, Nariño, como en Chocontá, Cundinamarca, bajo el nombre del Reinado Departamental de la Papa.
- En los **parques de diversiones** se encuentran atracciones mecánicas, orientadas al juego y la recreación activa. Ejemplos de ellos son Mundo Aventura, Salitre Mágico, entre otros.
- **Los parques temáticos** son aquellos que orientan sus actividades y atracciones a un tema central o a una línea argumental única. En Colombia encontramos parques agrícolas como Panaca, el Parque del Café; parques ecológicos como Los Caimanes (Córdoba), Los Ocarros (Villavicencio) o El Portal (Bucaramanga), entre otros.

Varias de las preguntas de la Encuesta de Consumo Cultural indagan por elementos propios del patrimonio cultural colombiano. Según la ley, el patrimonio cultural de nuestra nación: "...

Está constituido por todos los bienes materiales, las manifestaciones inmateriales, los productos y las representaciones de la cultura que son expresión de la nacionalidad colombiana, tales como la lengua castellana, las lenguas y dialectos de las comunidades indígenas, negras y creoles, la tradición, el conocimiento ancestral, el paisaje cultural, las costumbres y los hábitos, así como los bienes materiales de naturaleza mueble e inmueble a los que se les atribuye, entre otros, especial interés histórico, artístico, científico, estético o simbólico en ámbitos como el plástico, arquitectónico, urbano, arqueológico, lingüístico, sonoro, musical, audiovisual, filmico, testimonial, documental, literario, bibliográfico, museológico o antropológico"²

¡PARA NO OLVIDAR!

¡Todas las notas de validación y consistencia que aparecen tanto en el formulario físico como digital son imprescindibles!

Con ellas se asocian flujos y poblaciones según las preguntas. No ser consciente de ellas, puede generar un error importante en la recolección de la información.

² Ley 1184 de 2008. Artículo 1, que modifica el artículo 4 de la Ley 397 de 1997.

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 65 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

CAPÍTULO F - LECTURA Y AUDIOVISUALES



Objetivo general

Indagar por la asistencia (servicios culturales) y uso (bienes culturales), frecuencias, tipos de acceso y razones de no uso/asistencia de bienes y servicios culturales.




Conceptos claves:

- **Lectura:** Es poner en práctica la acción de leer. La lectura es una actividad compleja, inteligente y que necesita la capacidad del lector para dominar en un determinado grado su mecanismo con el fin de captar, comprender e interpretar el mensaje escrito. Para el propósito metodológico se delimitó la lectura como el acto de leer textos escritos.
- **Lectura por gusto o entretenimiento:** Es aquella que no responde a una exigencia externa (académica o de trabajo), sino que se da por motivación propia, ya sea para recrearse o por el placer o conocimiento que se deriva de la lectura.
- **Lector (a):** Es quien activamente interpreta el texto escrito en un contexto sociocultural y a través de múltiples prácticas. esta persona es quien recupera el sentido del texto escrito, establece comparaciones y produce resignificaciones. Para ello, previamente ha adquirido la habilidad y el conocimiento para leer y tiene el hábito de lectura por necesidad, obligación o por gusto.
- **Los audiovisuales:** son medios que usan imágenes y sonidos en movimiento para transmitir una información. Entre otros están el cine, la televisión, el video, la radio, la música y los videojuegos.



Tener en cuenta:

- ▶ En el capítulo de lectura se incluyen la lectura de revistas físicas y las leídas por internet, libros impresos y digitales, los periódicos físicos y los leídos por internet. **En este capítulo se tienen en cuenta los formatos digitales** (PDF, Word, JPG, etc.).
- ▶ En audiovisuales se incorporan los consumos realizados a través de diversos dispositivos tecnológicos (reproductor casero de música, reproductor de música de automóvil, Internet, celular, IPOD, Wii, X-Box, Play Station, DVD, Blu Ray, MP3, MP4, etc.).
- ▶ Tanto en lectura como en audiovisuales encontramos un primer grupo de preguntas orientado al uso personal de estos bienes (que incluyen verbos conjugados como 'leyó', 'vio', 'jugó', 'escuchó') y un segundo enfocado a las formas de acceso a esos bienes (con verbos como compró, prestaron, regalaron).

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 66 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

LECTURA



Tener en cuenta:

Las preguntas relacionadas con Lectura están dirigidas a las personas de 12 años y más que respondieron con un Sí la pregunta 3. ¿Sabe leer y escribir? Del Capítulo D. Características Generales. **En el caso de los niños y niñas entre los 5 y 11 años se le realizan las preguntas tanto a los niños que saben leer como a los que no.**

Pregunta No. 1 – En los últimos doce meses ¿usted leyó en cualquier formato o soporte? (incluya lectura impresa y digital)

En los últimos 12 meses, ¿usted leyó en cualquier formato o soporte? (incluya lectura impresa y digital)	1.	<div> Sí <input type="text" value="1"/> <input type="text"/> </div> <div> No <input type="text" value="2"/> <input type="text"/> </div> <div> Nota: para esta pregunta tenga en cuenta lectura de libros, revistas, periódicos, blogs, foros, páginas web, correos electrónicos y redes sociales. </div>
--	----	---



Objetivo

Contar con información sobre la lectura en general realizada por las personas de 12 años y más.

Tipo de respuesta: Única.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 12 años y más, que respondieron que sí saben leer y escribir.



Pasos a seguir:

→ Leemos la pregunta y esperamos respuesta.




Tener en cuenta:

- ▶ Para esta pregunta debemos realizar un buen sondeo, indaguémosle a la fuente si leyó libros, revistas, periódicos, blogs, foros, páginas web, correos electrónicos y redes sociales.
- ▶ En esta pregunta no se incluye publicidad, recetas de cocina, tarjetas de presentación, invitaciones, participaciones, vallas publicitarias etc.

ACERCA DE LA LECTURA DE LIBROS, REVISTAS Y PERIÓDICOS - PREGUNTAS 2, 10 Y 15

Este conjunto de preguntas explora la lectura de libros y revistas (en el periodo de los últimos 12 meses) y de periódicos (en el último mes). Si las personas tienden a contestar de manera negativa, dicha información se convierte en un indicador estratégico para las políticas públicas asociadas al tema.

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural		CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 67 FECHA: 25/01/16
			PROCESO: Producción Estadística
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE	

El hecho de que las personas no lean o no hagan ciertas prácticas culturales, no significa que sus respuestas no sean válidas. Al contrario, con la encuesta se hacen evidentes estas problemáticas asociadas a la oferta y al interés por la lectura.

Considerando que algunas preguntas tienen estructuras similares, a continuación se presenta la estructura modelo en este caso:

Pregunta No. 2 – En los últimos 12 meses, ¿leyó libros? (incluya libros impresos o digitales). Con qué frecuencia:

Pregunta No. 10 - ¿Leyó revistas en los últimos 12 meses? (incluya revistas impresas o digitales). Con qué frecuencia:

Pregunta No. 15 – En el último mes, ¿leyó periódicos? (incluya periódicos impresos o digitales). Con qué frecuencia:

Estructura modelo aplicada a las preguntas 2, 10 y 15

En los últimos 12 meses, ¿leyó libros? (incluya libros impresos y digitales)	2.	Si <input type="text" value="1"/> <input type="text"/> Con qué frecuencia:														
		<table border="0"> <tr> <td>a.</td> <td>Todos los días</td> <td>Varias veces a la semana</td> <td>Una vez a la semana</td> <td>Una vez al mes</td> <td>Una vez cada tres meses</td> <td>Por lo menos una vez al año</td> </tr> <tr> <td></td> <td><input type="text" value="1"/> <input type="text"/></td> <td><input type="text" value="2"/> <input type="text"/></td> <td><input type="text" value="3"/> <input type="text"/></td> <td><input type="text" value="4"/> <input type="text"/></td> <td><input type="text" value="5"/> <input type="text"/></td> <td><input type="text" value="6"/> <input type="text"/></td> </tr> </table>	a.	Todos los días	Varias veces a la semana	Una vez a la semana	Una vez al mes	Una vez cada tres meses	Por lo menos una vez al año		<input type="text" value="1"/> <input type="text"/>	<input type="text" value="2"/> <input type="text"/>	<input type="text" value="3"/> <input type="text"/>	<input type="text" value="4"/> <input type="text"/>	<input type="text" value="5"/> <input type="text"/>	<input type="text" value="6"/> <input type="text"/>
		a.	Todos los días	Varias veces a la semana	Una vez a la semana	Una vez al mes	Una vez cada tres meses	Por lo menos una vez al año								
	<input type="text" value="1"/> <input type="text"/>	<input type="text" value="2"/> <input type="text"/>	<input type="text" value="3"/> <input type="text"/>	<input type="text" value="4"/> <input type="text"/>	<input type="text" value="5"/> <input type="text"/>	<input type="text" value="6"/> <input type="text"/>										
No <input type="text" value="2"/> <input type="text"/> Pase a pregunta 3																

Pase a pregunta 4



Objetivo

Identificar si las personas de 5 años y más leen libros, revistas y periódicos.

Tipo de respuesta: Única en cada ítem.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 12 años y más, que respondieron que sí saben leer y escribir y todas las personas de 5 a 11 años.




Pasos a seguir:

- Leemos la pregunta y esperamos respuesta.
- En el caso de que su respuesta sea negativa se indaga por las razones de no lectura tanto para libros, como para revistas y periódicos.
- Si la persona responde afirmativamente leemos las opciones de frecuencia.
- Esperamos la respuesta y marcamos la casilla que corresponde.



Conceptos claves:

- **Libro:** Obra científica, artística, literaria, cultural o de cualquier índole que constituye una publicación unitaria en uno o varios volúmenes y que puede aparecer impresa o en cualquier soporte susceptible de lectura –libro digital, electrónico o en formato de audio- (Ley 1379 de 2010).

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 68 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

Según la definición de la Unesco, un libro debe tener 50 o más páginas (25 hojas o más). Desde cinco hasta 49 páginas es un folleto (desde tres hasta 24 hojas). Desde una hasta cuatro páginas se consideran hojas sueltas (una o dos hojas). También se llama "libro" a una obra de gran extensión publicada en varios "tomos" o "volúmenes".

SOBRE LAS RAZONES DE NO LECTURA DE LIBROS, REVISTAS Y PERIÓDICOS - PREGUNTAS 3, 11 Y 16

Aunque para el caso de los libros las opciones de respuesta son mayores, se presenta dicha estructura de base para entender el flujo y los tipos de respuestas asociadas.

Pregunta No. 3 – Usted no leyó libros en los últimos 12 meses por:

Pregunta No. 11 - Usted no leyó revistas por:

Pregunta No. 16 – Usted no leyó periódicos en el último mes por:

Estructura modelo aplicada a las preguntas 3, 11 y 16

Usted no leyó libros en los últimos 12 meses por:	3.	a. Falta de tiempo	Sí	1	No	2	3
		b. Desinterés/no le gusta	Sí	1	No	2	3
		c. Las bibliotecas y los sitios donde se consiguen están lejos	Sí	1	No	2	3
		d. Falta de dinero	Sí	1	No	2	3
		e. Prefiere leer revistas, periódicos u otros contenidos	Sí	1	No	2	3
		f. Problemas de salud o discapacidad	Sí	1	No	2	3
		g. Porque tiene otro tipo de preferencias	Sí	1	No	2	3
		h. Falta de libros en casa	Sí	1	No	2	3
		i. Otro	Sí	1	No	2	3
		Pase a pregunta 7					
Nota: Debe contestar por lo menos una opción de la a. a la i. con un sí.							



Objetivo

Establecer los principales motivos por los cuales la persona encuestada no leyó libros, revistas y periódicos en los periodos de referencia respectivos.


Tipo de respuesta: Única por cada ítem.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 12 años y más, que respondieron con un NO la pregunta 2.



Pasos a seguir:

- Leamos la pregunta, y luego uno a uno de los motivos de no lectura.
- Esperemos en cada caso la respuesta y marquemos la casilla que corresponde.

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 69 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

Pregunta No. 4 – En los últimos 12 meses, ¿cuántos libros leyó?

En los últimos 12 meses, ¿cuántos libros leyó?	4.	<p>Total <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> Mínimo 1 - máximo 250.</p> <p>a. De esos libros, ¿cuántos eran textos escolares o de estudio? <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> El número registrado debe ser menor o igual al reportado en la cantidad total de libros leídos.</p> <p>b. De todos los libros leídos, ¿cuántos eran impresos o físicos? <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> El número registrado debe ser menor o igual al reportado en la cantidad total de libros leídos.</p> <p>c. De todos los libros leídos, ¿cuántos estaban en soportes digitales o electrónicos? <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> El número registrado debe ser menor o igual al reportado en la cantidad total de libros leídos.</p> <p>Nota: La suma de los libros registrados en b y c debe ser igual al total de libros leídos en los últimos 12 meses.</p>
---	----	---



Objetivo

Determinar la cantidad de libros leídos en los últimos doce meses por la persona encuestada e identificar el soporte en el cual fue leído.

Tipo de respuesta: Numérica. Máximo tres dígitos.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 5 años y más que afirmaron leer libros.




Pasos a seguir:

- Leemos la pregunta y esperamos respuesta.
- Registramos en las primeras casillas el número total de libros leídos por la persona.
- Leemos la opción a. y registramos la cantidad de los libros leídos que la persona nos indique como textos escolares.
- Leemos la opción b. y registramos la cantidad libros que fueron leídos en soportes impresos y/o físicos
- Leemos la opción c. y registramos la cantidad libros que fueron leídos en soportes digitales y/o electrónicos.
- Recordemos que la cantidad de libros que vamos a registrar en las opciones a, b y c debe ser menor o igual al total de libros leídos por la persona.



Tener en cuenta:

- ▶ Para que un libro sea considerado como 'leído', la persona debió haber leído por lo menos la mitad del mismo.
- ▶ Se acepta como respuesta mínima 1 libro y máxima 250 libros.
- ▶ Cuando se habla de libros se incluyen aquellos destinados para niños, aquellos narrativos y de poesía, los ensayos, los libros de autoayuda y superación, religión, los libros de historia, política y ciencias sociales; los de esoterismo, historietas, artes y aquellos de carácter técnico-científico, los textos escolares y universitarios, así como las guías y manuales producidas en el marco del trabajo o el estudio.

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 70 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

CASOS Y DUDAS MÁS FRECUENTES ¿QUÉ HACER?

Sobre el hábito de la lectura y la relación con el número de libros leídos

Situación: una persona nos dice que todos los días lee, y aclara que es la Sagrada Biblia. ¿Para qué se tome como libro completo debe haber leído de corrido todos los pasajes de la misma? (sobre número de libros leídos).

Rta/. Para que la Sagrada Biblia sea tomada como libro completo, no es que haya leído de corrido, sino que la persona haya leído la mitad o más de todo su contenido. Es decir, que pudo leer el Pentateuco (Antiguo Testamento), los libros de los profetas (Nuevo Testamento) y todos los cantares, y posiblemente esto dé la mitad o más de las hojas que contiene todo el libro.

Sobre el hábito de la lectura y los niños en periodo escolar

Situación: en un hogar existe un niño de 12 años, quien durante todo el año escolar, consulta sus libros escolares (el de matemáticas, el de naturales), para realizar talleres y estudiar algunos temas vistos en el colegio. ¿Se considera que este niño lee libros?

Rta/. Los textos escolares, manuales y guías de estudio son considerados libros, de acuerdo con las directrices de la Comisión para el Fomento del Libro y la Lectura en América Latina (CERLALC), oficina encargada del tema en la región. Por lo tanto, se cuenta como lectura para la Encuesta de Consumo Cultural.

Pregunta No. 5 - Usted leyó libros por:

Usted leyó libros por:	5.	a. Gusto	Sí	1	<input type="text"/>	No	2	<input type="text"/>
		b. Requerimientos del trabajo	Sí	1	<input type="text"/>	No	2	<input type="text"/>
		c. Exigencia del estudio	Sí	1	<input type="text"/>	No	2	<input type="text"/>
		d. Cultura general	Sí	1	<input type="text"/>	No	2	<input type="text"/>
		e. Desarrollo personal	Sí	1	<input type="text"/>	No	2	<input type="text"/>
		f. Compartir con niños	Sí	1	<input type="text"/>	No	2	<input type="text"/>
		g. Otra razón	Sí	1	<input type="text"/>	No	2	<input type="text"/>
		Nota: Debe contestar con un sí por lo menos de las opciones de la a. a la g.						




Objetivo

Conocer las principales razones que tienen las personas encuestadas para leer libros en el periodo de referencia establecido.

Tipo de respuesta: Única por cada ítem.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 12 años y más, que afirmaron leer libros.

 <p>DANE Para tomar decisiones</p>	<p>Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural</p>	<p>CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 71 FECHA: 25/01/16</p>
<p>PROCESO: Producción Estadística</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>



Pasos a seguir:

- Leemos la pregunta y luego cada una de las opciones, esperamos respuesta y marquemos la casilla que corresponda.

Pregunta No. 6 - ¿Qué tipo de libros leyó durante los últimos 12 meses?

¿Qué tipo de libros leyó durante los últimos 12 meses?:	6. a. Literatura o ficción	Sí	1		No	2	
	b. Religión o espiritualidad	Sí	1		No	2	
	c. Cocina, manualidades o asuntos prácticos	Sí	1		No	2	
	d. Guías o manuales (incluye material o guías de trabajo)	Sí	1		No	2	
	e. Textos escolares/universitarios	Sí	1		No	2	
	f. Historia, política o sociales	Sí	1		No	2	
	g. Autoayuda y superación	Sí	1		No	2	
	h. Libros infantiles	Sí	1		No	2	
	i. Científico - técnico	Sí	1		No	2	
	j. Otro	Sí	1		No	2	
	<p>Nota: Debe contestar por lo menos una opción de la a. a la i. con un sí.</p>						



Objetivo

Conocer los géneros de los libros que la persona encuestada leyó en los últimos 12 meses.

Tipo de respuesta: Única por cada ítem.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 12 años y más, que afirmaron leer libros.




Pasos a seguir:

- Leamos la pregunta y cada una de las opciones. Esperemos que al final de leer cada opción la persona diga si leyó o no ese género.
- En el caso que sea necesario, aclaremos el significado de cada género e incluyamos ejemplos.
- Recordemos que en el dispositivo existen ayudas temáticas para que podamos aclarar los diferentes conceptos a la persona encuestada.




Conceptos claves:

- **Libros para niños y niñas** son cuentos, historias, novelas, poesías y, en general, todo tipo de textos escritos específicamente para un público infantil. *Algunos de ellos son los libros de dibujos o imágenes, las historias de Rafael Pombo (la pobre viejecita, Rin Rin Renacuajo, Simón el Bobito), los cuentos de los hermanos Grimm (el Gato con Botas, la Cenicienta, Hansel y Gretel, Blanca Nieves), El Principito, la Historia Sin Fin, Alicia en el país de las maravillas, Momo. En general, libros elaborados para un público infantil o comúnmente asociados con él.*
- **Los textos narrativos** hacen referencia a una sucesión de hechos que se desarrollan durante un tiempo determinado y que involucra la participación de diversos personajes. Entre estos se incluyen las novelas, los cuentos y las leyendas, como *El coronel no tiene quien le escriba* de Gabriel García Márquez, *La iliada* de Homero, *María* de Jorge Isaacs, *Satanás* de Mario Mendoza, *El perfume* de Patrick Suskind.

	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 72 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

- **Las poesías** son textos que buscan exponer las sensaciones y posiciones del autor, a través del uso estético del lenguaje. *Algunos autores importantes son Pablo Neruda, Walt Whitman, Vicente Huidobro, Darío Jaramillo, Alejandra Pizarnik, César Vallejo, María Mercedes Carranza, Álvaro Mutis y Piedad Bonnet.*
- **Los ensayos** son textos que buscan sustentar una opinión frente a un tema en particular, a través del uso de argumentos y de pruebas empíricas o textuales.
- **La biografía** es un relato que expone la historia de una persona, relacionándola con el contexto social, cultural y político de la época en la que ésta vive o vivió.
- **Los libros de autoayuda y superación** son textos que presentan técnicas y guías para que las personas alcancen el éxito individual, por medio de la superación de problemas y obstáculos cotidianos. Se incluyen aquí los libros de meditación, de control mental, de técnicas espirituales o guías antiestrés, entre otros. *Algunos de ellos son los textos escritos por Walter Riso como ¿Quién se ha llevado mi queso?, otros como Deja ir el estrés, El arte de la felicidad; Yo estoy bien, tú estás bien; Leyes eternas* 3.
- **Los libros de religión** son textos que presentan los mandatos o reglas de una religión y que narran su historia, los acontecimientos importantes a ella asociados o la vida de sus líderes, guías y representantes. *El Corán, la Biblia y otros libros de religiones como la cristiana, evangélica y católica, los cuales pueden incluir biografías, ritos y cantos.*
- **Los libros de historia, política y ciencias sociales** son textos que exponen temas relacionados con la historia, la antropología, la economía, la lingüística, la psicología, la sociología, las ciencias políticas, la demografía, el derecho, la educación, la ecología, la geografía, la pedagogía, el urbanismo, la filosofía, la teología, las ciencias de la comunicación, las ciencias de la información, la semiótica o el trabajo social, entre otros campos. Algunos de ellos son *El capital* de Marx; los libros de filosofía de autores como Aristóteles, Platón, Deleuze y los libros sobre hechos históricos.
- **Los libros de esoterismo** exponen las prácticas y el desarrollo de aquellos fenómenos asociados a lo oculto, lo paranormal y a los poderes psíquicos o espirituales. Aquí se incluyen, entre otros, la magia, el tarot, la quiromancia o la brujería.
- **Las historietas/tiras cómicas** narran acontecimientos a través de dibujos o ilustraciones de personajes, contextos e historias. Se incluyen aquí las tiras cómicas de superhéroes, el género manga o las caricaturas seriales.
- **Los libros de artes** son textos que exponen temas relacionados con música, artes escénicas, artes visuales, literatura, arquitectura o diseño, entre otros campos.
- **Los libros científico-técnicos** son textos que desarrollan temas relacionados con ciencias naturales, medicina, veterinaria, ingeniería, física, tecnologías, matemáticas, entre otros.
- **Los textos escolares y universitarios** son publicaciones relacionadas específicamente con las temáticas o materias a desarrollar en asignaturas escolares o universitarias. Son todos aquellos libros y guías que se usan dentro de un currículo pedagógico. Si los textos anteriores están incluidos en el pensum de materias de alguna de las personas encuestadas se incorpora en esta categoría. El Álgebra

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural		CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 73 FECHA: 25/01/16
			PROCESO: Producción Estadística
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE	

de Baldor es un texto básico de matemáticas pero que en la mayoría de casos, hace parte del currículo de matemáticas de los colegios.

- **Las guías y manuales** son textos que compendian las pautas y orientaciones necesarias para la realización de alguna actividad. Por lo general, se asocian con el trabajo o el estudio. Guías producidas en el trabajo cotidiano para orientar procesos y procedimientos, y que tienen por objeto ser directrices o lineamientos de trabajo. *En el caso del DANE los manuales de diligenciamiento, del supervisor/a y del operativo.*

Pregunta No. 12 - ¿Qué tipo de revistas leyó?

Qué tipo de revistas leyó:	12.	a. Arte y cultura	Sí	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>
		b. Actualidad	Sí	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>
		c. Cocina, hogar, jardinería, decoración, manualidades	Sí	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>
		d. Ciencia y tecnología	Sí	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>
		e. Entrenimiento o guías de ocio	Sí	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>
		f. Economía, negocios o política	Sí	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>
		g. Religiosas	Sí	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>
		h. Salud o Deportes	Sí	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>
		i. Otra	Sí	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>
	Nota: Debe contestar por lo menos una opción de la a. a la i. con un sí.					



Objetivo

Conocer los tipos revistas a los cuales accedió la persona en los últimos 12 meses.

Tipo de respuesta: Única por cada ítem.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 12 años y más, que afirmaron leer revistas.




Tener en cuenta:

Cuando se pregunta por REVISTAS se indaga por aquellas que son leídas en un soporte físico (papel) o las que se leen por internet.




Ejemplos... ¡para entendernos!

TIPOS DE REVISTAS	
Arte y cultura	
<input type="checkbox"/>	El Malpensante, Número, Proyecto Diseño, Rolling Stones, Axxis, P&M, Prometeo, Ipiales Cyberzine, revistas de fotografía (Enfoque Visual).
Actualidad	
<input type="checkbox"/>	Semana, Diners, Credencial, Cromos.

	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 74 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

TIPOS DE REVISTAS	
Cocina, hogar, jardinería y decoración	
	Habitar, Casa y Estilo, Ser Familia, Ideas para tu hogar, Casa viva Cocina, Ideas para tu hogar.
Manualidades	
	Casa viva Decoración, Revista Foamy, Croché, Tejidos dos agujas Arte Country, Fácil de hacer, Pintura en Tela, Porcelana Fría, Tejido en punto de cruz.
Ciencia y tecnología	
	Enter 2.0, Muy Interesante, National Geographic, PC World, Caldasia, Revista Colombiana de Antropología, Revista Colombiana de Sociología.
Entretenimiento / Variedades, magazines, pasatiempos, historietas	
	Fotonovelas, cómics, Shock, Soho, Caras, Jet Set, Tú, Motor, crucigramas, sopas de letras, Gatopardo, 15 minutos, La Hoja de Medellín, Revista Gente, Luna, La Guía, Vea, Revista Coné. Se incluyen revistas pornográficas y eróticas.
Guías de ocio, televisión, esparcimiento y turísticas	
	Viajar, Plan B, guías de televisión por cable, Agenda Cultural, Go guía del ocio, El Andariego
Economía, negocios y política	
	Poder, Dinero, La Nota Económica, Portafolio, Análisis Político, Revista Foro. Es importante aclarar que son aquellas que tienen enfoque directo en los temas que se señalan.
Salud	
	Salud Colombia, Registro Médico, Revista Bienestar Sanitas,
Deportes	
	Diario Deportivo, Revista el Gráfico, Deporte Gráfico, En la Jugada, La Cancha, ColSports, Nuevo Estadio, Récord, Revista Autos.

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural		CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 75 FECHA: 25/01/16
			PROCESO: Producción Estadística
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE	

Pregunta No. 17 – Cuando leyó periódicos, qué secciones consultó: (Incluya lectura de periódicos impresos y digitales)

Cuando leyó periódicos, qué secciones consultó: (incluya lectura de periódicos impresos y digitales)	17.	a. Todo el periódico Sí <input type="checkbox"/> Pase a pregunta 18 No <input type="checkbox"/> Continúe en la opción b.	
		b. Noticias Nacionales	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
		c. Noticias internacionales	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
		d. Noticias locales/regionales	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
		e. Opinión	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
		f. Política	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
		g. Economía y negocios	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
		h. Deportes	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
		i. Cultura y Entretenimiento	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
		j. Sociales	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
k. Clasificados	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>		
l. Judiciales	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>		
m. Ciencia y tecnología	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>		
Nota: Si la persona respondió con un No la opción a. de la pregunta 17 debe contestar por lo menos una de las opciones de la b. a la m. con un Sí.			



Objetivo

Conocer las secciones consultadas por las personas que leyeron periódicos en el último mes.

Tipo de respuesta: Única por cada ítem.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 12 años y más, que afirmaron leer periódicos.



Tener en cuenta:

Cuando se pregunta por PERIÓDICOS se indaga por aquellos que son leídos en un soporte físico (papel) o que están en versiones digitales a los cuales se puede acceder por Internet.




Ejemplos... ¡para entendernos!

EJEMPLOS DE PERIÓDICOS POR ÁMBITOS GEOGRÁFICOS	
Locales	Los periódicos de colegios, pequeños grupos, asociaciones, sindicatos.
Regionales	Vanguardia Liberal y El Universal de la Costa Atlántica, La Patria de Manizales, El País de Cali, Medellín Gente, Al día Santa Marta, Extra Llanos, ADN Barranquilla La Crónica del Quindío, El Tiempo Siete Días en sus diferentes versiones regionales, entre otras.
Nacionales	En este grupo se encuentran El Tiempo, Hoy, El Espectador, Nuevo Siglo, Voz, Polo.

<p>¿Compró, le prestaron, le regalaron, o consiguió de manera gratuita libros en los últimos 12 meses?</p>	Sí	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
	a. Los compró	Sí	<input type="text"/>	Continúe en la opción 1.
		No	<input type="text"/>	Pase a la opción b.
	¿Dónde los compró?:			
	1. Librerías	Sí	<input type="text"/>	No <input type="text"/>
	2. Ventas ambulantes	Sí	<input type="text"/>	No <input type="text"/>
	3. Almacenes de cadena	Sí	<input type="text"/>	No <input type="text"/>
	4. Por internet	Sí	<input type="text"/>	No <input type="text"/>
	5. Ferias del Libro	Sí	<input type="text"/>	No <input type="text"/>
	6. Otro	Sí	<input type="text"/>	No <input type="text"/>
7.	b. Pagó por la fotocopia de los libros	Sí	<input type="text"/>	No <input type="text"/>
	c. Se los regalaron	Sí	<input type="text"/>	No <input type="text"/>
	d. Se los prestaron	Sí	<input type="text"/>	No <input type="text"/>
	e. Los pidió prestados en bibliotecas	Sí	<input type="text"/>	No <input type="text"/>
	f. Los consiguió de forma gratuita por internet	Sí	<input type="text"/>	No <input type="text"/>
	g. Los tenía en su biblioteca personal	Sí	<input type="text"/>	No <input type="text"/>
	h. Otro	Sí	<input type="text"/>	No <input type="text"/>
	No	<input type="text"/>	<input type="text"/>	Pase a pregunta 10

Notas: (1) Debe responder con un sí por lo menos una de las opciones de la a. a la h.
 (2) Si la persona respondió No en las opciones a y b, pasa a la pregunta 10, pero antes debe responder todas las opciones de la pregunta 7.
 (3) Si respondió Sí en las opción a o b, continúa en la pregunta 8, pero antes debe responder todas las opciones de la pregunta 7.
 (4) Si respondió con un sí la opción a. Los compró, debe contestar con un sí alguna de las opciones de de la 1. a la 6.
 (5) Las personas que contestaron que sí leyeron libros deben responder con un sí esta pregunta.

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 77 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE



Objetivo

Conocer si la persona encuestada compró, le prestaron, le regalaron o consiguió de manera gratuita libros, revistas y periódicos en los últimos doce meses.

Tipo de respuesta: Única por cada ítem.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 12 años y más, que respondieron que sí saben leer y escribir



Pasos a seguir

- Leemos la pregunta y esperamos respuesta.
- En el caso de que su respuesta sea negativa continúa con el flujo.
- Si la persona responde con un sí esta pregunta, leemos una a una las opciones y esperamos respuesta en cada caso.



Conceptos claves:

- La opción '**se los prestaron**' abarca una amplia gama de alternativas en torno a quién los prestó (amigos, amigas, familiares, entre otros) mientras que 'los pidió prestados en bibliotecas' indica que la fuente de los libros fueron las bibliotecas a las que la persona tuvo acceso, sea de manera física o vía Internet.
- Es importante diferenciar el **acceso pago y el gratuito** a través de Internet. Dentro de la categoría 'acceso pago' se contemplan la compra de libros digitales, el pago por acceder a ciertos capítulos de libros, a bases bibliográficas o de datos.
- Las **ventas ambulantes** hacen referencia a los puestos fijos o ambulantes, automóviles, camiones, entre otros, ubicados en las calles, que ofrecen a los transeúntes libros y otro tipo de textos. Por su parte, las 'ventas de segunda' implican comercio organizado y estacionario de artículos usados.

SI LA PERSONA ENCUESTADA DIJO QUE:

Sí leyó libros en los últimos 12 meses...(pregunta 2)


Debe contestar con un sí la pregunta 7. Compró, le prestaron, le regalaron o accedió de manera gratuita....

Sí leyó revistas en los últimos 12 meses... (pregunta 10)

Debe contestar con un sí la pregunta 13. Compró, le prestaron, le regalaron o accedió de manera gratuita....

Sí leyó periódicos en el último mes...(pregunta 15)

Debe contestar con un sí la pregunta 18. Compró, le prestaron, le regalaron o accedió de manera gratuita....

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 78 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE



Tener en cuenta:

- ▶ Esta pregunta indaga por el acceso, lo que la diferencia de las anteriores que están enfocadas en la lectura. Por ello es importante aclararle a la persona encuestada que la pregunta hace referencia a los libros, revistas y periódicos que obtuvo, sin importar si los leyó o no, o si eran o no para ellos.
- ▶ Las primeras opciones de respuesta se refieren a mecanismos en los cuales fue necesario que la persona hiciera algún tipo de pago. En el segundo combo son adquisiciones en las cuales la persona no tuvo que realizar ningún tipo de gasto de manera directa. Posiblemente alguien le compró un libro para regalo, y, en ese caso, el costo no lo asume quien recibió el regalo, sino quien hizo de manera directa la compra.

Esta misma pregunta la realizamos en revistas y periódicos. Es importante que estemos pendientes de las formas de adquisición (gratuito o pago) porque para algunos casos varían en número y concepto.

SOBRE EL PAGO POR LA COMPRA DE LIBROS, PERIÓDICOS Y REVISTAS – PREGUNTAS 8, 14 Y 19

En este caso, se indaga por el gasto hecho en este tipo de bienes en el año, tanto para el uso propio como para otros. Es importante destacar que se pregunta por el gasto así no haya leído algún libro, revista o periódico. Puede ser que la persona encuestada no haya leído ningún libro, pero que, dada su posición en la familia por ejemplo, ser el jefe(a) de hogar, compró este tipo de bienes para sus hijos (as). El modelo de la pregunta lo podemos observar el interrogante 8:

Pregunta No. 8 - ¿Cuánto pagó por libros en los últimos 12 meses?

Pregunta No. 14 - ¿Cuánto pagó por revistas en los últimos 12 meses?

Pregunta No. 19 - ¿Cuánto pagó por periódicos en los últimos 12 meses?

Estructura modelo aplicada a las preguntas 8, 14 y 19

¿Cuánto pagó por libros en los últimos 12 meses?	8.	<div> Informa <input type="text" value="1"/> <input type="text" value=""/> Valor \$ _____ NS/NI <input type="text" value="99"/> <input type="text" value=""/> </div> <div> Notas: (1) Sólo para quienes contestaron con un Sí las opciones a.o b. de la pregunta 7. (2) Validación mínima \$1.000; máximo \$8.000.000 (7 dígitos) y sin centavos. Si existen casos con pagos menores a mil pesos se aproxima a \$1.000. </div>
--	----	---




Objetivo

Conocer el gasto asociado con la adquisición de libros, revistas y periódicos que hacen las personas.

Tipo de respuesta: Número y única.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 12 años y más, que saben leer y escribir, y respondieron con un sí alguna de las opciones de pago.

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 79 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE



Tener en cuenta:

- ▶ Solo se les pregunta sobre pago a las personas que contestaron con un Sí por lo menos una de las opciones de pago de las preguntas 7, 13 y 18.
- ▶ En todos los casos, si la persona encuestada afirma que hizo algún gasto, éste no puede ser menor a \$1.000. Si existen casos con pagos menores a mil pesos se aproxima a \$1.000.

Pregunta No. 9 - ¿Cuántos libros compró?

¿Cuántos libros compró?	9.	<p>a. Total <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> Mínimo 1 - Máximo 250.</p> <p>b. De los libros que compró, ¿cuántos eran textos escolares o de estudio? <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> El número registrado debe ser menor o igual al reportado en la opción a.</p> <p>Nota: Sólo para quienes contestaron con un Sí las opciones a.o b. de la pregunta 7.</p>
-------------------------	----	--



Objetivo

Conocer la cantidad de libros comprados por las personas e identificar cuántos de ellos fueron textos escolares.

Tipo de respuesta: Numérica. Máximo tres dígitos

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 12 años y más, que saben leer y escribir, y respondieron con un sí las opciones a o b de la pregunta 7.



Pasos a seguir:

- Leemos cada una de las opciones y esperamos respuesta.
- Registremos en la opción a. el total de libros comprados por la persona.
- Para la opción b. recordemos que la cantidad de textos escolares que nos reporte la persona encuestada, debe ser menor o igual al valor registrado en la opción a.




Tener en cuenta:

Las personas pueden comprar más libros de los que en realidad leen. En la encuesta podemos encontrar que una persona contestó que leyó 4 libros en la pregunta 4, y en la pregunta 9. ¿Cuántos libros compró? Puede responder que compró un total de 7 libros. Esto puede ocurrir porque los compró pero en el periodo de referencia de la pregunta no los leyó o porque los compró para regalar.

ACERCA DE LA LECTURA DE OTROS CONTENIDOS DIGITALES

En esta parte de la encuesta indagaremos por la lectura de otros contenidos digitales y los soportes utilizados para dicha lectura.

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 80 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE



Conceptos claves:

Blog: en español también **bitácora digital**, **cuaderno de bitácora**, **ciber bitácora**, **ciber diario**, o **web blog**, es un sitio web en el que uno o varios autores publican cronológicamente textos o artículos, apareciendo primero el más reciente, donde el autor conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente y donde suele ser habitual que los propios lectores participen activamente a través de sus comentarios. Un blog puede servir para publicar ideas propias y opiniones sobre diversos temas.

Foro en internet: es una aplicación web que da soporte a discusiones u opiniones en línea. Dicha aplicación suele estar organizada en categorías que contienen foros. Estos últimos foros son contenedores en los que se pueden abrir nuevos temas de discusión en los que los usuarios de la web responderán con sus opiniones.

Pregunta No. 20 - En el último mes usted leyó:


En el último mes usted leyó :	<div>20.</div> <p>a. Blogs, foros o páginas Web</p> <p>Sí <input type="checkbox"/> Continúe en la opción a1</p> <p>No <input type="checkbox"/> Pase a la opción b</p> <p>a1. ¿Con qué frecuencia?</p> <table border="0"> <tr> <td>Todos los días</td> <td>Varias veces a la semana</td> <td>Una vez a la semana</td> <td>Una vez al mes</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> 1</td> <td><input type="checkbox"/> 2</td> <td><input type="checkbox"/> 3</td> <td><input type="checkbox"/> 4</td> </tr> </table> <p>b. Correos electrónicos</p> <p>Sí <input type="checkbox"/> Continúe en la opción b1</p> <p>No <input type="checkbox"/> Pase a la opción c</p> <p>b1. ¿Con qué frecuencia?</p> <table border="0"> <tr> <td>Todos los días</td> <td>Varias veces a la semana</td> <td>Una vez a la semana</td> <td>Una vez al mes</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> 1</td> <td><input type="checkbox"/> 2</td> <td><input type="checkbox"/> 3</td> <td><input type="checkbox"/> 4</td> </tr> </table> <p>c. Redes sociales (Twitter, Facebook, etc.)</p> <p>Sí <input type="checkbox"/> Continúe en la opción c1</p> <p>No <input type="checkbox"/> Pase a la opción d</p> <p>c1. ¿Con qué frecuencia?</p> <table border="0"> <tr> <td>Todos los días</td> <td>Varias veces a la semana</td> <td>Una vez a la semana</td> <td>Una vez al mes</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> 1</td> <td><input type="checkbox"/> 2</td> <td><input type="checkbox"/> 3</td> <td><input type="checkbox"/> 4</td> </tr> </table> <p>Nota: Si la persona contesta con un Sí por lo menos una de las opciones de la a. a la c. de la pregunta 20 debe continuar en la pregunta 21.</p> <p>Si la persona contestó con un No las preguntas 2, 10, 15 y No en todas las opciones de la pregunta 20 debe pasar a la pregunta 23 (audiovisuales).</p>	Todos los días	Varias veces a la semana	Una vez a la semana	Una vez al mes	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	Todos los días	Varias veces a la semana	Una vez a la semana	Una vez al mes	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	Todos los días	Varias veces a la semana	Una vez a la semana	Una vez al mes	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
	Todos los días	Varias veces a la semana	Una vez a la semana	Una vez al mes																					
	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4																					
	Todos los días	Varias veces a la semana	Una vez a la semana	Una vez al mes																					
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4																						
Todos los días	Varias veces a la semana	Una vez a la semana	Una vez al mes																						
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4																						



Objetivo

Conocer si las personas de 12 años y más leyeron otros contenidos digitales como Blogs, foros, páginas Web, Correos electrónicos o Redes sociales (Twitter, Facebook, etc.) en el último mes y con qué frecuencia lo hicieron.

Tipo de respuesta: Única en cada ítem.

 <p>DANE Para tomar decisiones</p>	<p align="center">Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural</p>	<p>CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 81 FECHA: 25/01/16</p>
<p>PROCESO: Producción Estadística</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>

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 12 años y más, que respondieron que sí saben leer y escribir.



Pasos a seguir:

- Leemos la pregunta y una a una las opciones, esperemos en cada caso respuesta.
- Si la respuesta es negativa, pasamos a la opción b.
- Si la persona responde afirmativamente la opción a. Blogs, foros o páginas Web, continuamos en la opción a1. ¿Con qué frecuencia?, leemos cada una de las opciones de frecuencia.
- Esperamos la respuesta y marcamos la casilla que corresponde.

- Si la persona responde afirmativamente la opción b. Correos electrónicos, continuamos en la opción b1. ¿Con qué frecuencia?, leemos cada una de las opciones de frecuencia.
- Esperamos la respuesta y marcamos la casilla que corresponde.
- Si la respuesta es negativa, pasamos a la opción c.

- Si la persona responde afirmativamente la opción c. Redes sociales (Twitter, Facebook, etc.), continuamos en la opción c1. ¿Con qué frecuencia?, leemos cada una de las opciones de frecuencia.
- Esperamos la respuesta y marcamos la casilla que corresponde.




Tener en cuenta:

- ▶ Si la persona contesta con un Sí por lo menos una de las opciones de la a. a la c. de la pregunta 20 debe continuar en la pregunta 21.
- ▶ Si la persona contestó con un No las preguntas 2 (libros), 10 (revistas), 15 (periódicos) y No en todas las opciones de la pregunta 20 debe pasar a la pregunta 23 (audiovisuales / cine).

Pregunta No. 21 - Leyó en alguno de los siguientes dispositivos electrónicos:

<p>Leyó en alguno de los siguientes dispositivos electrónicos: (se incluye lectura de libros, revistas, periódicos y otros contenidos digitales)</p>	<p align="center">21.</p>	<p>a. Computador de escritorio o portátil</p> <p>b. Tableta</p> <p>c. Celular o Smartphone</p> <p>d. Lector de libros electrónicos</p> <p>e. Otro</p> <p>¿cuál? _____</p> <p align="center"><small>(máximo 70 caracteres)</small></p>	<table border="1"> <tr> <td>Sí</td><td>1</td><td></td><td>No</td><td>2</td><td></td></tr> <tr> <td>Sí</td><td>1</td><td></td><td>No</td><td>2</td><td></td></tr> <tr> <td>Sí</td><td>1</td><td></td><td>No</td><td>2</td><td></td></tr> <tr> <td>Sí</td><td>1</td><td></td><td>No</td><td>2</td><td></td></tr> <tr> <td>Sí</td><td>1</td><td></td><td>No</td><td>2</td><td></td></tr> </table>	Sí	1		No	2		Sí	1		No	2		Sí	1		No	2		Sí	1		No	2		Sí	1		No	2	
		Sí	1		No	2																											
Sí	1		No	2																													
Sí	1		No	2																													
Sí	1		No	2																													
Sí	1		No	2																													
<p>Nota: Solo para quienes contestaron con un Sí por lo menos una de las preguntas 2, 10, 15 o 20.</p> <p>Si contesta con un No todas las opciones de la a. a la e. de la pregunta 21, debe pasar a la pregunta 23 (audiovisuales).</p> <p>Si la persona registró algún valor en la opción c. De todos los libros leídos, ¿cuántos estaban en soportes digitales o electrónicos? de la pregunta 4. debe contestar con un sí por lo menos una de las opciones de esta pregunta.</p>																																	

 <p>DANE Para tomar decisiones</p>	<p align="center">Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural</p>	<p>CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 82 FECHA: 25/01/16</p>
<p>PROCESO: Producción Estadística</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>



Objetivo

Conocer cuál es el dispositivo electrónico que usan las personas de 12 años y más para leer.

Tipo de respuesta: Única en cada ítem.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 12 años y más, que saben leer y escribir y respondieron con un sí algunas de las preguntas 2 (libros), 10 (revistas), 15 (periódicos) o 20 (otros contenidos digitales).



Pasos a seguir:

- Leemos la pregunta y una a una las opciones, esperamos en cada caso respuesta.
- Marquemos la casilla que corresponde.



Tener en cuenta:

- ▶ Ésta pregunta solo se le realiza a las personas que contestaron con un sí por lo menos una de las preguntas 2 (libros), 10 (revistas) 15 (periódicos) o 20 (otros contenidos digitales).
- ▶ Si la persona contesta con un No todas las opciones de la a. a la d. de la pregunta 21, debe pasar a la pregunta 23.
- ▶ Si la persona contesta por lo menos una de las opciones de la a. a la d. con un sí pasa responder la pregunta 21.
- ▶ Las personas que registraron algún valor en la opción c. De todos los libros leídos, ¿cuántos estaban en soportes digitales o electrónicos? de la pregunta 4, del capítulo de Lectura; deben responder con un sí por lo menos una opción de esta pregunta.



Conceptos claves:


Lector de libros electrónicos o e-Reader: es un dispositivo electrónico que reproduce los contenidos de libros electrónicos, con una calidad de lectura como en papel gracias a la tecnología de tinta electrónica.

Los lectores de libros electrónicos no solo se usan para leer libros, la mayoría de los lectores electrónicos pueden cargar PDF, mantener libros de texto, revistas, periódicos e incluso historietas.

Libro electrónico: es una versión electrónica o digital de un libro tradicional impreso en papel. Es un archivo que contiene texto e imágenes, que puede ser leído en computadores y otros dispositivos electrónicos, en algunos casos constan de imágenes escaneadas directamente de los libros originales o texto acompañado de gráficos. También se les conoce como e-book, eBook, libro digital, ciberlibro o ecolibro.

Los libros electrónicos se pueden encontrar en diferentes sitios de internet, se pueden leer directamente o descargarlos para guardarlos y leerlos offline.

Tableta: es una computadora portátil en el que se puede interactuar a través de una pantalla táctil o Multitáctil, sin necesidad de teclado físico, o mouse. Entre las más populares está la comercializada por Apple® denominada iPad.

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 83 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE



Tener en cuenta:

, Quienes leen libros electrónicos pueden guardar notas, cargar archivos PDF, mantener libros de texto, revistas, periódicos.

Pregunta No. 22 - ¿Qué leyó en los dispositivos electrónicos?:

Qué leyó en los dispositivos electrónicos:	22.	a. Libros b. Revistas c. Periódicos d. Blogs, foros o páginas Web e. Correos electrónicos f. Redes sociales (Twitter, Facebook, etc.) g. Materiales de estudio o trabajo h. Otro ¿cuál? _____ <small>(máximo 70 caracteres)</small>	Sí 1 <input type="checkbox"/>	No 2 <input type="checkbox"/>
			Sí 1 <input type="checkbox"/>	No 2 <input type="checkbox"/>
			Sí 1 <input type="checkbox"/>	No 2 <input type="checkbox"/>
			Sí 1 <input type="checkbox"/>	No 2 <input type="checkbox"/>
			Sí 1 <input type="checkbox"/>	No 2 <input type="checkbox"/>
			Sí 1 <input type="checkbox"/>	No 2 <input type="checkbox"/>
			Sí 1 <input type="checkbox"/>	No 2 <input type="checkbox"/>
			Sí 1 <input type="checkbox"/>	No 2 <input type="checkbox"/>
			Sí 1 <input type="checkbox"/>	No 2 <input type="checkbox"/>
			Sí 1 <input type="checkbox"/>	No 2 <input type="checkbox"/>
Nota: Solo para quienes contestaron con un Sí por lo menos una de las opciones de la a. a la e. de la pregunta 21. Debe contestar con un Sí por lo menos una de las opciones de la a. a la h.				



Objetivo

Identificar qué están leyendo las personas de 12 años y más en los dispositivos electrónicos.

Tipo de respuesta: Única en cada ítem.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 12 años y más, que saben leer y escribir y respondieron con un sí algunas de las opciones de la a. a la e. de la pregunta 21.




Pasos a seguir:

- Leemos la pregunta y una a una las opciones, esperamos en cada caso respuesta.
- Marquemos la casilla que corresponde.

PERSONAS DE 5 A 11 AÑOS

En el capítulo de lectura existen 4 preguntas dirigidas solamente a las personas de 5 a 11 años, que nos permitirán identificar las razones por las cuales los niños y las niñas no están leyendo, así como identificar si les gusta leer y quien prefiere que les lea.

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural		CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 84 FECHA: 25/01/16
	PROCESO: Producción Estadística		SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE	

¿Por qué razones el niño o la niña, no leyó o no le leyeron en los últimos 12 meses?

¿Por qué razones el niño o la niña, no leyó o no le leyeron en los últimos 12 meses?	5	a. Desinterés/no le gusta	Sí	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>
		b. Le parece difícil	Sí	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>
		c. Le parece aburrido	Sí	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>
		d. Nadie lee en el hogar	Sí	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>
		e. Tiene otro tipo de preferencias	Sí	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>
		f. Falta de materiales para leer	Sí	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>
		g. Otra razón	Sí	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>
		¿Cuál? _____ (máximo 70 caracteres)				
		Nota: Solo para quienes contestaron con No las preguntas 1,3 y 4 Si el niño o la niña responde con un Sí la opción a.Desinterés/no le gusta, no debe responder la pregunta 8. Debe responder con un sí por lo menos una de las opciones de la a. a la g.				



Objetivo

Determinar las razones por las cuales los niños no realizaron ningún tipo de lectura en los últimos doce meses.

Tipo de respuesta: Única en cada ítem.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 5 a 11 años, que respondieron que no leyeron libros, revistas y periódicos.



Pasos a seguir:

- Leamos la pregunta y luego cada una de las opciones.
- Esperemos la respuesta y marquemos la casilla que corresponde.


Al niño o la niña ¿le gusta que le lean?

Al niño o la niña ¿le gusta que le lean?	6	a. Sí <input type="text"/> Continúe en 7 b. No <input type="text"/> Pase a pregunta 8
--	----------	--



Objetivo

Identificar si a los niños y niñas entre los 5 y 11 años de edad les gusta que les lean.

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural		CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 85 FECHA: 25/01/16
	PROCESO: Producción Estadística		SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE	

Tipo de respuesta: Única.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 5 a 11 años.



Pasos a seguir:

- Leamos la pregunta y luego cada una de las opciones.
- Esperemos la respuesta y marquemos la casilla que corresponde.



Tener en cuenta:

- ▶ Si el niño o la niña responde No debe continuar en la pregunta **¿Al niño o la niña le gusta leer?**
- ▶ Si el niño o la niña contesta con un Sí pasa a responder la pregunta **A... ¿quién prefiere que le lea?**

A... ¿quién prefiere que le lea?

Al niño o la niña ¿quién prefiere que le lea?	7	a. Los abuelos u otros familiares	1	<input type="checkbox"/>
		b. El papá	2	<input type="checkbox"/>
		c. La mamá	3	<input type="checkbox"/>
		d. El (la) profesor(a)	4	<input type="checkbox"/>
		e. El (la) bibliotecario(a)	5	<input type="checkbox"/>
		f. Otro tipo de persona	6	<input type="checkbox"/>
		¿Cuál? _____ <small>(máximo 70 caracteres)</small>		



Objetivo

Establecer qué persona prefieren los niños y niñas de 5 a 11 años que les lea.


Tipo de respuesta: Única.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 5 a 11 años, que respondieron que sí les gusta que les lean.



Pasos a seguir:

- Leamos la pregunta y luego cada una de las opciones.
- Esperemos la respuesta y marquemos la casilla que corresponde.

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 86 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

¿Al niño o la niña le gusta leer?

¿Al niño o la niña le gusta leer?	8	<p>Sí <input type="text" value="1"/> Con qué frecuencia:</p> <table border="0"> <tr> <td>a.</td> <td>Todos los días</td> <td>Varias veces a la semana</td> <td>Una vez a la semana</td> <td>Una vez al mes</td> <td>Una vez cada tres meses</td> <td>Por lo menos una vez al año</td> </tr> <tr> <td></td> <td><input type="text" value="1"/></td> <td><input type="text" value="2"/></td> <td><input type="text" value="3"/></td> <td><input type="text" value="4"/></td> <td><input type="text" value="5"/></td> <td><input type="text" value="6"/></td> </tr> </table> <p>No <input type="text" value="2"/> Pase a pregunta 9</p>	a.	Todos los días	Varias veces a la semana	Una vez a la semana	Una vez al mes	Una vez cada tres meses	Por lo menos una vez al año		<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>	<input type="text" value="6"/>
a.	Todos los días	Varias veces a la semana	Una vez a la semana	Una vez al mes	Una vez cada tres meses	Por lo menos una vez al año										
	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>	<input type="text" value="6"/>										



Objetivo

Identificar si los niños y niñas de 5 a 11 años tienen gusto por la lectura y con qué frecuencia lo hacen.

Tipo de respuesta: Única.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 5 a 11 años, que respondieron que sí les gusta leer.




Pasos a seguir:

- Leamos la pregunta y luego cada una de las opciones.
- Esperemos la respuesta y marquemos la casilla que corresponde.



Tener en cuenta:

- ▶ Esta pregunta indaga por la lectura que el niño o la niña hace solo(a), por la actividad individual en la que por su propia iniciativa toma algún libro, periódico o revista y lo lee.
- ▶ Si el niño o la niña contesta afirmativamente esta pregunta, pasa a responder la frecuencia de esta práctica.
- ▶ Si el niño o la niña responde que No le gusta leer, debe pasar a las preguntas sobre audiovisuales.

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 87 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

AUDIOVISUALES

ACERCA DEL CINE, DEL VIDEO Y EL VIDEOJUEGO

Pregunta No. 23 En los últimos 12 meses, ¿usted fue a cine?

En los últimos 12 meses, ¿usted fue a cine?	23.	<p>Si <input type="checkbox"/> 1 Con qué frecuencia:</p> <table border="0"> <tr> <td>Por lo menos una vez a la semana</td> <td>Una vez al mes</td> <td>Una vez cada tres meses</td> <td>Una vez cada seis meses</td> <td>Una vez al año</td> </tr> </table> <p>a. <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>b. ¿Algunas de estas entradas fueron gratuitas?</p> <p>Si <input type="checkbox"/> 1 No <input type="checkbox"/> 2 NS/NI <input type="checkbox"/> 99 Pase a pregunta 25</p> <p>No <input type="checkbox"/> 2 Continúe en la pregunta 24</p>	Por lo menos una vez a la semana	Una vez al mes	Una vez cada tres meses	Una vez cada seis meses	Una vez al año
		Por lo menos una vez a la semana	Una vez al mes	Una vez cada tres meses	Una vez cada seis meses	Una vez al año	



Objetivo

Determinar si la persona encuestada fue a cine en los últimos doce meses y cada cuánto lo hizo.

Tipo de respuesta: Única.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 5 años y más.




Pasos a seguir:

- Leemos la pregunta y esperamos respuesta.
- En el caso de que su respuesta sea negativa continúa en la pregunta 24 que indaga por las razones de no asistencia.
- Si la persona responde afirmativamente leemos las opciones de frecuencia.
- Esperamos la respuesta y marcamos la casilla que corresponde.
- Luego de marcar la casilla de la frecuencia, leemos la opción b. ¿Algunas de estas entradas fueron gratuitas? Y esperamos respuesta.



Tener en cuenta:

- ▶ 'Ir a cine' es una práctica que implica la asistencia a un espacio (la sala de cine), la interpretación de un lenguaje (el cinematográfico), la interacción con un medio (el cine) y, desde su uso cotidiano, también la acción de 'ver una película'. En todo caso, indica desplazamiento, salir de casa para observar un producto cinematográfico en un sitio acondicionado para ello.

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 88 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE


- ▶ En este caso se incluyen todas las proyecciones de cine (o de películas sobre una pantalla de proyección) públicas o privadas realizadas en espacios abiertos o cerrados a las que asistió la persona encuestada durante el período señalado.
- ▶ **NO SE INCLUYEN LAS PELÍCULAS QUE VEMOS EN TELEVISIÓN, EN SOPORTES COMO DVD O FICHEROS QUE PODEMOS BAJAR POR INTERNET.**
- ▶ En el caso de cine, una entrada gratuita significa que la entidad o institución que oferta la película, no está exigiendo ningún tipo de pago por la boleta de entrada.



Conceptos claves:

Cuando hablamos de la asistencia a cine, nos estamos refiriendo a:

- **Los auditorios públicos** son escenarios subsidiados o manejados por el Estado, orientados a la presentación de producciones artísticas y culturales para un público amplio y permanente. Se incluyen aquí algunos teatros, teatritos, salas de conciertos o pequeñas salas de cine ubicados en alcaldías, ministerios, colegios y universidades públicas, museos, etc.
- **Las salas privadas** son espacios dedicados a la circulación de producciones artísticas y culturales, pero de acceso restringido por medio del cobro de entradas. Un ejemplo de este tipo de escenarios son las salas de cine de Cine Colombia o Cinemark.
- **Los espacios públicos** abiertos hacen referencia a escenarios de libre acceso por parte de la ciudadanía, donde se realizan presentaciones artísticas o culturales. En esta categoría se incluyen, por ejemplo, las proyecciones de cine realizadas en parques, plazas, vías, plazoletas.
- Cuando hablamos de géneros cinematográficos, la encuesta indaga por: acción, ciencia ficción, cine arte, comedia y humor, drama, animación (diferencia a cine para niños), documental, erótico, infantil, suspenso y terror, pornográfico y religioso.

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 89 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

Pregunta No. 24 - Usted no fue a cine en los últimos 12 meses por:

Usted no fue a cine en los últimos 12 meses por:	a.	Las salas y espacios quedan muy lejos	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
	b.	Prefiere ver películas en video en DVD, Blu Ray, VHS, BETAMAX u otros equipos de reproducción	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
	c.	Falta de dinero	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
	d.	Problemas de salud o discapacidad	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
	e.	Desinterés/no le gusta	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
	f.	Ausencia de este tipo de proyecciones o salas de cine	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
	g.	Porque ve las películas por televisión	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
	24. h.	Falta de tiempo	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
	i.	Desconocimiento de la realización de este tipo de proyecciones	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
	j.	Prefiere verlas o descargarlas por internet	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
	k.	Falta de compañía	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
	l.	Otro	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>

Pase a pregunta 26

Notas: (1) Si la persona contesta si en la opción f., solo puede contestar con un NO la opción i.
 (2) Debe contestar por lo menos una opción de la a. a la l. con un Sí.



Objetivo

Conocer los motivos por los cuales la persona encuestada no fue a cine en los últimos 12 meses.

Tipo de respuesta: única por cada ítem.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 12 años y más, que respondieron con No fueron a cine (pregunta 23).




Pasos a seguir:

- Leamos la pregunta y luego uno a uno de los motivos de no asistencia.
- Esperemos en cada caso la respuesta y marquemos la casilla que corresponde.



Tener en cuenta:

- ▶ Las opciones de respuesta f. (Ausencia de este tipo de proyecciones) e i. (Desconocimiento de la realización de este tipo de proyecciones) son excluyentes entre ellas y por lo tanto no se pueden contestar las dos opciones con un Sí.
- ▶ La persona puede contestar en la dos opciones (f. e i.) con un No, pero solo puede contestar afirmativamente una de las dos.

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural		CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 90 FECHA: 25/01/16	
			PROCESO: Producción Estadística	
ELABORÓ: Temática ECC		REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE		APROBÓ: Director Técnico DIMPE

Pregunta No. 25 - Cuando fue a cine, ¿qué género de películas vio?:

Cuando fue a cine, qué género de películas vio:	25.	a. Acción	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
		b. Ciencia ficción	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
		c. Cine arte	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
		d. Comedia/humor	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
		e. Drama	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
		f. Histórico	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
		g. Animación (diferente a infantil)	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
		h. Documental	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
		i. Erótico	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
		j. Infantil	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
		k. Suspenso/terror	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
		l. Pornográfico	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
		m. Religioso	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
		n. Musicales	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
		o. Otro	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>

Nota: Debe contestar por lo menos una opción de la a. a la o. con un sí.



Objetivo

Conocer el género cinematográfico de las películas que vio en cine en los últimos 12 meses.

Tipo de respuesta: Única por cada ítem.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 12 años y más, que respondieron con Sí fueron a cine (pregunta 23).



Pasos a seguir:

- Leamos la pregunta y luego uno a uno de los géneros cinematográficos.
- Esperemos en cada caso la respuesta y marquemos la casilla que corresponde.




Conceptos claves:

El cine de acción es un género cinematográfico en el que prima la espectacularidad de las imágenes mediante el uso de efectos especiales. Sus elementos más frecuentes son armas, persecuciones, tiroteos, peleas, explosiones, robos y asaltos. *Algunas de las películas son: Arma Mortal, Duro de Matar, El Santo, James Bond, la Gran Estafa, Misión Imposible.*

El cine de ciencia ficción es aquel en el que se cuentan historias futuristas, relacionadas con avances científicos y tecnológicos existentes e imaginados y sus posibles efectos sobre la humanidad. *Yo Robot, E.T, Inteligencia Artificial, Matrix, la Guerra de las Galaxias, El Planeta de los Simios,* son algunas de las películas que pertenecen a este género.

El cine arte se caracteriza por tener un alto componente conceptual y estético, que se centra en la transmisión de opiniones o experiencias. Por lo general, está asociado a producciones independientes y a fines artísticos

	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 91 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

más que lucrativos. *El Ciudadano Kane, Y la Nave Va, Tiempo Modernos (Chaplin), Metrópolis* son algunos ejemplos importantes.

El propósito de la **comedia y el humor** es divertir a través de la puesta en escena de situaciones penosas e insólitas, sorpresas, chistes y bromas expresadas de forma verbal como corporal. *La familia de mi novia, el Todopoderoso, American Pie, Dos tontos muy tontos, Mi abuelo, mi papá y yo.*

En el **cine de drama** la exposición de conflictos personales o grupales entre los personajes del relato, con el ánimo de generar emociones en la audiencia es su principal propósito. *Entre ellas están Rosario Tijeras, Babel, Rocky, Titanic, el Aviador, La vida es bella, Hable con ella.*

La narración de sucesos históricos es el propósito central del **cine histórico**. *Troya, El Gladiador, Corazón Valiente, María Antonieta, Ana y el Rey, la lista de Schindler, El Pianista, Eva Perón.*

El **cine de animación** utiliza las imágenes en movimiento como mecanismo de transmisión. Son películas para adultos hechas bajo técnicas de animación similares a las del cine infantil. *Quien mató a Roger Rabbit, Black Jack, Val Helsing, Sin City, Los Simpsons* son muestra de esta categoría.

En el **documental** se narran eventos reales, pasados o presentes, y en el que participan las personas que los viven o los han vivido. *Fahrenheit 9/11, Una verdad incómoda, Rodrigo D No Futuro, La Vendedora de Rosas, Bowling for Columbie, La Sierra* son algunos documentales conocidos.


El **cine erótico narra** las pasiones, placeres y deseos sexuales del ser humano, a través de imágenes que se acercan a lo sensual sin ser explícitas.

El **cine infantil** está específicamente dirigido a un público infantil. En muchos casos es animado. *Algunas películas de este género son Harry Potter, Charlie y la fábrica de chocolates, Narnia, Babe el cerdito valiente, Monsters INC., La Era del Hielo, Valiente, las sagas de Walt Disney.*

El cine de **suspense y terror** busca provocar miedo, horror y angustia en la audiencia, mediante la presencia de personajes malvados y terroríficos o ambientes sobrenaturales o espantosos. *Sexto sentido, Exterminio, la Sierra, Hostal, El Aro, Psicosis, Pesadilla sin fin, el Exorcista, las series de Freddy Krueger y Chucky* son una muestra.

El **cine pornográfico** muestra prácticas o relaciones sexuales de forma explícita, en el cual son visibles los genitales de los participantes.

El **cine religioso** es un género cinematográfico cuyas historias giran en torno a las virtudes religiosas y a los conflictos espirituales experimentados por personas asociadas con algún credo religioso. *El Enviado, la Pasión de Cristo, el Pequeño Buda,* son algunas de ellas.

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural		CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 92 FECHA: 25/01/16
	PROCESO: Producción Estadística		SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE	

Pregunta No. 26 - ¿Pagó usted por entradas a cine en los últimos 12 meses?

¿Pagó usted por entradas a cine en los últimos 12 meses?	26.	Sí <input type="text" value="1"/> <input type="text"/>	¿Cuánto pagó? \$ _____
		No <input type="text" value="2"/> <input type="text"/>	
		NS/NI <input type="text" value="99"/> <input type="text"/>	
		Nota: Validación mínima \$1.000; máximo \$5.000.000 (7 dígitos) y sin centavos. Si existen casos con pagos menores a mil pesos se aproxima a \$1.000.	



Objetivo

Conocer si la persona encuestada hizo algún gasto en entradas a cine en los últimos 12 meses.

Tipo de respuesta: Número y única.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 12 años y más



Pasos a seguir

- Leamos la pregunta.
- Si la persona afirmó haber pagado, indagemos por el gasto realizado.




Tener en cuenta:

- ▶ Esta pregunta se realiza tanto a las personas que asistieron como a las que no, ya que estas últimas pudieron pagar por las entradas para un tercero.
- ▶ En todos los casos, si la persona encuestada afirma que hizo algún gasto, éste no puede ser menor a \$1.000. Si existen casos con pagos menores a mil pesos se aproxima a \$1.000.

Pregunta No. 27 - ¿Usted vio videos en el último mes, y con qué frecuencia? (incluya videos vistos por internet)

¿Usted vio videos en el último mes? (incluya videos vistos por internet)	27.	Si <input type="text" value="1"/> <input type="text"/> Con qué frecuencia:
		a. Todos los días Varias veces a la semana Una vez a la semana Una vez al mes
		<input type="text" value="1"/> <input type="text"/> <input type="text" value="2"/> <input type="text"/> <input type="text" value="3"/> <input type="text"/> <input type="text" value="4"/> <input type="text"/> Pase a pregunta 29
		No <input type="text" value="2"/> <input type="text"/> Pase a la pregunta 28

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural		CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 93 FECHA: 25/01/16
	PROCESO: Producción Estadística		SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE	



Objetivo

Conocer si la persona encuestada vio videos en el último mes y cada cuánto lo hizo.

Tipo de respuesta: única.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 5 años y más



Pasos a seguir:

- Leemos la pregunta y esperamos respuesta.
- En el caso de que su respuesta sea negativa, pasamos a la pregunta 28 que indaga por las razones por las cuales no vio videos.
- Si la persona responde afirmativamente leemos las opciones de frecuencia.
- Esperamos la respuesta y marcamos la casilla que corresponde.



Tener en cuenta:

Se incluyen como video las películas en soportes, los musicales, los videos familiares y caseros. Se incluyen estos últimos, dado que en muchas familias la práctica de grabación de actividades y hechos trascendentales se ha convertido en una costumbre importante y continua.



Conceptos claves:

Se indaga por los videos que vemos en reproductores caseros, reproductores de automóvil, Internet, celular, IPOD, Wii, X-Box, Play Station, DVD, BluRay, MP3, MP4. **NO SE INCLUYEN LOS VIDEOS QUE VEMOS POR TELEVISIÓN.**

Pregunta No. 28 - ¿Por qué no vio videos en el último mes?:

Usted no vio videos en el último mes por:	a.	Falta de dinero	Sí	1		No	2	
	b.	Desinterés/no le gusta	Sí	1		No	2	
	c.	Prefiere verlos en televisión	Sí	1		No	2	
	d.	Falta de equipos para verlos	Sí	1		No	2	
	28. e.	Problemas de salud o discapacidad	Sí	1		No	2	
	f.	Falta de tiempo	Sí	1		No	2	
	g.	Otro	Sí	1		No	2	
	Pase a pregunta 31							
Nota: Debe contestar por lo menos una opción de la a. a la g. con un sí.								




Objetivo

Conocer las razones por las cuales la persona encuestada no vio videos en el último mes.

Tipo de respuesta: Única por cada ítem.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 12 años y más, que respondieron con un NO la pregunta 27.

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 94 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE



Pasos a seguir

- Leamos la pregunta y luego una a una de las razones por las cuales la persona encuestada no vio videos.
- Esperemos en cada caso la respuesta y marquemos la casilla que corresponde.
- Luego de responder esta pregunta debe continuar en la pregunta 31.

Pregunta No. 29 - ¿Qué tipo de videos vio en el último mes?:

Qué tipo de videos vio en el último mes:	29.	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">a. Películas</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">Sí</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">1 <input type="checkbox"/></td> <td style="width: 10%; text-align: center;">No</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">2 <input type="checkbox"/></td> <td rowspan="4" style="width: 10%; vertical-align: middle; padding-left: 10px;"> Pase a pregunta 31 </td> </tr> <tr> <td>b. Musicales</td> <td style="text-align: center;">Sí</td> <td style="text-align: center;">1 <input type="checkbox"/></td> <td style="text-align: center;">No</td> <td style="text-align: center;">2 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>c. Videos familiares/caseros</td> <td style="text-align: center;">Sí</td> <td style="text-align: center;">1 <input type="checkbox"/></td> <td style="text-align: center;">No</td> <td style="text-align: center;">2 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>d. Otro</td> <td style="text-align: center;">Sí</td> <td style="text-align: center;">1 <input type="checkbox"/></td> <td style="text-align: center;">No</td> <td style="text-align: center;">2 <input type="checkbox"/></td> </tr> </table> <p style="margin-top: 10px;"> Nota: La persona debe contestar todas las opciones de la a. a la d. Sin embargo, si en la opción a. Películas dice Sí, continúa en la pregunta 30. Si responde NO en la opción a. Películas, pasa a la pregunta 31. Debe responder por lo menos una de las opciones de la a. a la d. con un Sí. </p>	a. Películas	Sí	1 <input type="checkbox"/>	No	2 <input type="checkbox"/>	Pase a pregunta 31	b. Musicales	Sí	1 <input type="checkbox"/>	No	2 <input type="checkbox"/>	c. Videos familiares/caseros	Sí	1 <input type="checkbox"/>	No	2 <input type="checkbox"/>	d. Otro	Sí	1 <input type="checkbox"/>	No	2 <input type="checkbox"/>
a. Películas	Sí	1 <input type="checkbox"/>	No	2 <input type="checkbox"/>	Pase a pregunta 31																		
b. Musicales	Sí	1 <input type="checkbox"/>	No	2 <input type="checkbox"/>																			
c. Videos familiares/caseros	Sí	1 <input type="checkbox"/>	No	2 <input type="checkbox"/>																			
d. Otro	Sí	1 <input type="checkbox"/>	No	2 <input type="checkbox"/>																			



Objetivo

Identificar los tipos de videos que las personas encuestadas vieron en el último mes.

Tipo de respuesta: Única por cada ítem.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 12 años y más, que respondieron que sí vieron videos (pregunta 27).




Pasos a seguir:

- Leamos la pregunta y luego uno a uno los tipos de videos.
- Esperemos en cada caso la respuesta y marquemos la casilla que corresponde.



Tener en cuenta:

- ▶ Si la persona encuestada respondió con un Sí la opción a. Películas, debemos indagar por el género de películas visto (pregunta 30). Pero antes debemos leer las opciones b, c y d y esperar la respuesta de cada una de ellas.
- ▶ Si la persona encuestada respondió con un No la opción a. Películas, no se le debe aplicar la pregunta 30.
- ▶ **Sin importar la respuesta que nos den las personas en la opción a. Películas debemos leer todas las opciones (b, c y d) de la pregunta 29.**

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 95 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

Pregunta No. 30 - ¿Qué género de películas vio en video en el último mes?

Qué género de películas vio en video en el último mes:	30. a.	Acción	Sí	1		No	2	
	b.	Ciencia ficción	Sí	1		No	2	
	c.	Cine arte	Sí	1		No	2	
	d.	Comedia/humor	Sí	1		No	2	
	e.	Drama	Sí	1		No	2	
	f.	Histórico	Sí	1		No	2	
	g.	Animación (diferente a infantil)	Sí	1		No	2	
	h.	Documental	Sí	1		No	2	
	i.	Erótico	Sí	1		No	2	
	j.	Infantil	Sí	1		No	2	
	k.	Suspenso/terror	Sí	1		No	2	
	l.	Pornográfico	Sí	1		No	2	
	m.	Religioso	Sí	1		No	2	
	n.	Musicales	Sí	1		No	2	
	o.	Otro	Sí	1		No	2	
Nota: (1) Solo para quienes contestaron con un Sí la opción a. Películas de la pregunta 29. (2) Debe contestar por lo menos una opción de la a. a la o. con un sí.								



Objetivo

Conocer los géneros de las películas que la persona encuestada vio en video.

Tipo de respuesta: única por cada ítem.


¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 12 años y más, que respondieron que sí en la opción a. Películas de la pregunta 29.



Pasos a seguir:

- Leamos la pregunta y luego uno a uno los géneros de películas.
- Esperemos en cada caso la respuesta y marquemos la casilla que corresponde.

Para mayor información sobre géneros cinematográficos, podemos remitirnos a la pregunta 25, donde se explican y ejemplifican cada uno de ellos (páginas 97 y 98 de este manual).

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural		CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 96 FECHA: 25/01/16
			PROCESO: Producción Estadística
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE	

Pregunta No. 31 - Compró, le prestaron, le regalaron, o consiguió de manera gratuita videos en los últimos 12 meses:

Compró, le prestaron, le regalaron, o consiguió de manera gratuita videos en los últimos 12 meses:	31.	Sí <input type="text" value="1"/> <input type="text"/>	a. Los compró en almacenes de cadena, tiendas y lugares especializados	Sí <input type="text" value="1"/> <input type="text"/> No <input type="text" value="2"/> <input type="text"/>
			b. Los compró en ventas ambulantes	Sí <input type="text" value="1"/> <input type="text"/> No <input type="text" value="2"/> <input type="text"/>
			c. Los alquiló	Sí <input type="text" value="1"/> <input type="text"/> No <input type="text" value="2"/> <input type="text"/>
			d. Los compró por internet	Sí <input type="text" value="1"/> <input type="text"/> No <input type="text" value="2"/> <input type="text"/>
			e. Se los prestaron (amigos, familiares, en bibliotecas)	Sí <input type="text" value="1"/> <input type="text"/> No <input type="text" value="2"/> <input type="text"/>
			f. Se los regalaron	Sí <input type="text" value="1"/> <input type="text"/> No <input type="text" value="2"/> <input type="text"/>
			g. Los consiguió por internet de forma gratuita	Sí <input type="text" value="1"/> <input type="text"/> No <input type="text" value="2"/> <input type="text"/>
			h. Se los compartieron por redes sociales o por WhatsApp	Sí <input type="text" value="1"/> <input type="text"/> No <input type="text" value="2"/> <input type="text"/>
			i. Otro	Sí <input type="text" value="1"/> <input type="text"/> No <input type="text" value="2"/> <input type="text"/>
			No <input type="text" value="2"/> <input type="text"/> Pase a pregunta 33	

Nota: (1) Si la persona respondió NO en todas las opciones de la a. a la d., pasa a la pregunta 33.
 (2) Si respondió SÍ en por lo menos una de las opciones de la a. a la d., continúe en la pregunta 32.



Objetivo

Determinar si la persona encuestada accedió a videos en los últimos doce meses y cómo lo hizo.

Tipo de respuesta: Única por cada ítem.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 12 años y más




Pasos a seguir:

- Leemos la pregunta y esperamos respuesta.
- En el caso de que su respuesta sea negativa pasamos a la pregunta 33.
- Si la persona responde afirmativamente leemos una a una las opciones de acceso y esperamos respuesta.



Tener en cuenta:

- ▶ Esta pregunta indaga por el acceso, por ello es importante aclararle a la persona encuestada que la pregunta hace referencia a los videos que obtuvo, sin importar si los vio o no, o si eran o no para sí mismo, pues es posible que los haya comprado para otros (regalos, hijos (as)).
- ▶ Aunque la persona pudo haber dicho que No vio videos en el último mes, esta pregunta se le hace ya que pudo adquirirlos para otra persona integrante de su familia o para sus amigos (as).

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 97 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

SI LA PERSONA ENCUESTADA DIJO QUE:

Sí vio videos en el último mes...
(pregunta No. 27)

Debe contestar con un sí la pregunta 31

Pregunta No. 32 - ¿Cuánto pagó por videos en los últimos 12 meses?

¿Cuánto pagó por videos en los últimos 12 meses?	<div> Informa <input type="text" value="1"/> <input type="text" value=""/> Valor \$ <input type="text"/> </div> <div> NS/NI <input type="text" value="99"/> <input type="text" value=""/> </div> <div> 32. Nota: (1) Validación mínima \$1.000; máximo \$5.000.0000 (7 dígitos) y sin centavos. Si existen casos con pagos menores a mil pesos se aproxima a \$1.000. (2) Solo para quienes contestaron con un Sí alguna de las opciones de la a. a la d. de la pregunta 31. </div>
--	---



Objetivo

Determinar el gasto que hacen las personas encuestadas en videos.

Tipo de respuesta: Número y única.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 12 años y más, que respondieron alguna de las opciones de compra de la pregunta 30.



Tener en cuenta

En todos los casos, si la persona encuestada afirma que hizo algún gasto, éste no puede ser menor a \$1.000. Si existen casos con pagos menores a mil pesos se aproxima a \$1.000.

Pregunta No. 34- ¿Usted vio películas de cine colombiano en los últimos 12 meses? (incluya películas vistas por internet)

¿Usted vio películas de cine colombiano en los últimos 12 meses? (incluya películas vistas por internet)	<div> Sí <input type="text" value="1"/> <input type="text" value=""/> Pase a pregunta 35 </div> <div> No <input type="text" value="2"/> <input type="text" value=""/> Pase a pregunta 37 </div> <div> 34. Nota: Cuando se pregunta por cine colombiano, incluye el que se exhibe en las salas de cine, el que se ve por televisión, en video, por internet, en festivales, parques, plazas, bibliotecas etc. </div>
---	--




Objetivo

Saber si la persona vio cine colombiano en el último año a través de cualquier medio (cine, televisión o video)

Tipo de respuesta: Única.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 12 años y más

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 98 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE



Pasos a seguir:

- Leamos la pregunta y esperemos respuesta.
- Si la respuesta es afirmativa continuamos en la pregunta 35.
- Si la persona responde que No vio cine colombiano, pasamos a la pregunta 37.



Conceptos claves:

El cine colombiano es aquel dirigido, escrito y/o producido por equipos nacionales, y que, en la mayoría de casos, tienen relación con las realidades colombianas.

Pregunta No. 35- ¿Cuántas películas colombianas vio en los últimos 12 meses?

¿Cuántas películas colombianas vio en los últimos 12 meses?	35.	<div style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 40px; height: 20px; margin-right: 5px;"></div> <div style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 40px; height: 20px; margin-right: 5px;"></div> Mínimo 1 - máximo 99 películas
---	------------	--

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 12 años y más, que respondieron que sí vieron películas de cine colombiano (pregunta 34)



Tener en cuenta:


- ▶ Esta pregunta la responden quienes afirmaron ver cine colombiano en el último año.
- ▶ En este caso se debe digitar mínimo una y máximo 99 películas en este periodo.
- ▶ No se permiten blancos o vacíos en esta pregunta.



Ejemplos... ¡para entendernos!

Algunas de las siguientes películas son consideradas colombianas:

- ✓ Visa USA
- ✓ Carne de tu carne
- ✓ La Estrategia del Caracol
- ✓ María, llena eres de gracia
- ✓ Confesión a Laura
- ✓ La Lectora
- ✓ Bluff
- ✓ San Andresito
- ✓ El Embajador de la India
- ✓ Perder es cuestión de método
- ✓ Colombian Dream
- ✓ Perro come perro

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural		CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 99 FECHA: 25/01/16
			PROCESO: Producción Estadística
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE	

- ✓ María Cano
- ✓ Paraíso Travel
- ✓ Bolívar Soy Yo
- ✓ Sístole y Diástole
- ✓ La vuelta del Cangrejo
- ✓ Rosario Tijeras
- ✓ El Rey
- ✓ Cóndores no entierran todos los días
- ✓ Los Viajes del Viento
- ✓ El Páramo
- ✓ El Paseo

Pregunta No. 36 - ¿En qué medio vio las películas colombianas?:

En qué medio vio las películas colombianas:	36. a. Televisión	Sí	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>
	b. DVD, Blu Ray, VHS, BETAMAX u otros equipos de reproducción	Sí	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>
	c. Fue a las salas de cine	Sí	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>
	d. Bajó la película de internet o la vio en línea	Sí	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>
	e. En el colegio, escuela o universidad	Sí	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>
	f. Otro	Sí	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>
¿cuál? _____ <small>(máximo 70 caracteres)</small>					



Objetivo

Conocer los medios que la persona encuestada utilizó para ver películas de cine colombiano.


Tipo de respuesta: Única por cada opción.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 12 años y más, que respondieron que sí vieron películas de cine colombiano (pregunta 34)



Pasos a seguir:

- Leamos la pregunta y luego cada uno de los medios utilizados para ver las películas.
- Esperemos en cada caso la respuesta y marquemos la casilla que corresponde.

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural		CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 100 FECHA: 25/01/16
			PROCESO: Producción Estadística
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE	

Pregunta No. 37 - ¿Usted jugó con algún videojuego en el último mes? (Incluya videojuegos por internet)

¿Usted jugó con algún videojuego en el último mes? (Incluya videojuegos por internet)	37.	Si <input type="text" value="1"/> <input type="text"/> Con qué frecuencia:										
		<table border="0"> <tr> <td>a.</td> <td> Todos los días de la semana </td> <td> Varias veces a la semana </td> <td> Una vez a la semana </td> <td> Una vez al mes </td> </tr> <tr> <td></td> <td> <input type="text" value="1"/> <input type="text"/> </td> <td> <input type="text" value="2"/> <input type="text"/> </td> <td> <input type="text" value="3"/> <input type="text"/> </td> <td> <input type="text" value="4"/> <input type="text"/> </td> </tr> </table>	a.	Todos los días de la semana	Varias veces a la semana	Una vez a la semana	Una vez al mes		<input type="text" value="1"/> <input type="text"/>	<input type="text" value="2"/> <input type="text"/>	<input type="text" value="3"/> <input type="text"/>	<input type="text" value="4"/> <input type="text"/>
		a.	Todos los días de la semana	Varias veces a la semana	Una vez a la semana	Una vez al mes						
	<input type="text" value="1"/> <input type="text"/>	<input type="text" value="2"/> <input type="text"/>	<input type="text" value="3"/> <input type="text"/>	<input type="text" value="4"/> <input type="text"/>								
No <input type="text" value="2"/> <input type="text"/>												



Objetivo

Saber si la persona encuestada practicó con videojuegos en el último mes y con qué frecuencia lo hizo.

Tipo de respuesta: Única.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 5 años y más.



Conceptos claves:

- Los videojuegos** son programas de computadora que recrean entornos, situaciones y personajes virtuales dando la posibilidad a los jugadores de controlarlos y de sentirse parte de la acción. Entre ellos se incluyen los juegos para computadoras, celulares o videoconsolas, las cuales son especiales para el caso como: Súper Nintendo, Wii, PlayStation, Xbox, Sega, Game Cube, etc.), o portátiles (Gameboy, Nintendo DS, Play Station Portable).


SOBRE EL CONSUMO DE TELEVISIÓN, RADIO Y MÚSICA GRABADA – PREGUNTAS 33, 38 Y 42

Estas preguntas indagan en su orden por el consumo de televisión, la escucha de radio y música grabada. En todos los casos, se explora por las prácticas efectuadas en la última semana. El ejemplo en este caso, lo revisaremos teniendo en cuenta la pregunta 38 sobre radio.

Pregunta No. 33 – En la última semana, ¿usted vio televisión? (incluya televisión vista por internet) Con qué frecuencia.

Pregunta No. 38 – En la última semana, ¿usted escuchó radio? (incluya radio escuchada por internet) Con qué frecuencia.

Pregunta No. 42 - ¿Usted escuchó música grabada en la última semana? (incluya música grabada escuchada por internet) Con qué frecuencia.

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 101 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

Estructura modelo aplicada a las preguntas 33, 38 y 42

En la última semana, ¿usted escuchó radio? <i>(incluya radio escuchada por internet)</i>	<div>38.</div> <div>Si <input type="text" value="1"/> Con qué frecuencia:</div> <div> <div>Todos los días de la semana</div> <div>Varias veces a la semana</div> <div>Una vez a la semana</div> </div> <div>a.</div> <div> <input type="text" value="1"/> <input type="text" value="2"/> <input type="text" value="3"/> </div> <div>Pase a pregunta 40</div> <div>No <input type="text" value="2"/> Pase a pregunta 39</div>
---	--



Objetivo

Establecer el nivel de consumo de las personas con relación a la televisión, la radio y la música grabada.

Tipo de respuesta: Única.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 5 años y más.




Pasos a seguir:

- Leemos la pregunta y esperamos respuesta.
- Si la persona responde afirmativamente, leemos las opciones de frecuencia.
- Esperamos la respuesta y marcamos la casilla que corresponde.



Conceptos claves:

- **La radio** es un medio de comunicación basado en la transmisión de sonidos, musicales o verbales, a través de ondas que son recibidas usando un aparato receptor que permite sintonizar las emisoras de una localidad o región. Sin embargo, en este caso también es válido incluir las emisoras que se escuchan por Internet.
- En este caso **se indaga por los programas escuchados** como musicales, opinión/entrevistas, informativos/noticieros, deportivos, magazines, radionovelas, infantiles, humor/comedias, religiosos, salud/medicina, religiosos, salud/medicina, espectáculo y farándula.
- También **se consideran programas de radio** los espectáculos y farándula que están en las transmisiones en vivo o en diferido como reinados, ferias, verbenas populares; los conciertos en vivo o diferido así como las transmisiones de vueltas ciclísticas, partidos de fútbol y ferias taurinas.
- La **música grabada** es aquella que se almacena, reproduce y circula por medio de dispositivos tecnológicos (CD, acetatos, cassettes, IPOD, MP3, entre otros), se incluye la música grabada escuchada por Internet. **NO SE INCLUYE LA MÚSICA QUE SE ESCUCHA POR MEDIOS COMO LA TELEVISIÓN O LA RADIO.**

 <p>DANE Para tomar decisiones</p>	<p>Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural</p>	<p>CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 102 FECHA: 25/01/16</p>
<p>PROCESO: Producción Estadística</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>



Tener en cuenta:

- ▶ **Sobre la escucha de radio**, es importante aclararle a la persona encuestada que ‘escuchar radio’ no es lo mismo que ‘escuchar música’. La música puede ser escuchada en las emisoras como en los aparatos de reproducción (grabadora, equipo de sonido, computador, DVD, entre otros). **Cuando escucha la programación musical de una emisora, está escuchando radio.**
- ▶ Existen operadores de televisión que transmiten emisoras, esto también se incluye con escuchar radio.

Pregunta No. 40 – En la última semana, qué tipo de emisoras escuchó:

<p>En la última semana, qué tipo de emisoras escuchó:</p>	<p>40.</p> <p>a. Privadas/comerciales</p> <p>b. Universitarias (públicas y privadas)</p> <p>c. Indígenas</p> <p>d. Ejército o Policía Nacional</p> <p>e. Estatales (gubernaciones, alcaldías y otras entidades del estado)</p> <p>f. Comunitarias</p>	<p>Sí <input type="text"/> 1 <input type="text"/> No <input type="text"/> 2 <input type="text"/></p> <p>Sí <input type="text"/> 1 <input type="text"/> No <input type="text"/> 2 <input type="text"/></p> <p>Sí <input type="text"/> 1 <input type="text"/> No <input type="text"/> 2 <input type="text"/></p> <p>Sí <input type="text"/> 1 <input type="text"/> No <input type="text"/> 2 <input type="text"/></p> <p>Sí <input type="text"/> 1 <input type="text"/> No <input type="text"/> 2 <input type="text"/></p> <p>Sí <input type="text"/> 1 <input type="text"/> No <input type="text"/> 2 <input type="text"/></p>
		<p>Nota: Debe contestar por lo menos una opción de la a. a la f. con un sí.</p>



Objetivo

Conocer el tipo de emisoras escuchadas por las personas de 12 años y más.

Tipo de respuesta: Única por cada ítem.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 12 años y más, que respondieron que Sí escucharon radio (pregunta 38).




Conceptos claves:

- **Las emisoras comunitarias** son aquellas emisoras administradas y dirigidas por comunidades organizadas. Tienen como finalidad el desarrollo de proyectos que permitan un mayor desarrollo en los municipios donde se encuentran, en especial desde la comunicación. Se diferencian de las emisoras comerciales porque no usan las propagandas como medio de financiación ni buscan el lucro para sus miembros.

Además, en las emisoras comunitarias prima la información local y la promoción de los valores e identidades de pequeñas comunidades. Algunos ejemplos son las emisoras administradas por Juntas de Acción Comunal, organizaciones sociales y algunas parroquias. Entre ellas tenemos *Radio Payumat* (Santander de Quilichao), *Red Montemariana* (Carmen de Bolívar), *Cauca Negro* (Cali), *Red Norte de Nariño*, *Piendamó Estéreo*, *Ecos del Pacífico* (Buenaventura), *La Cometa* (San Gil), *Red de Emisoras Costa Atlántica* (Barranquilla).

- Las emisoras catalogadas como **privadas o comerciales** son administradas por empresas de comunicación con ánimo de lucro, y tienen como propósito la entrega de programas informativos, de entretenimiento y musicales.

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural		CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 103 FECHA: 25/01/16
	PROCESO: Producción Estadística		SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE	

En este grupo están *W Radio, Todelar, Radio Santa Fe, Blu, las 40 principales, Bésame, Radioactiva, la Súper estación, la X, Tropicana, Candela, Cali de Rumba, La Mega, la FM, Amor Estéreo, Radio Uno, Rumba Estéreo, Latina Estéreo, Tolima Estéreo.*


- Las emisoras **de interés público** dirigen sus esfuerzos hacia el fomento de la educación, la cultural y los valores cívicos. En este grupo se encuentran:
 - ✓ Emisoras del Ejército o de la Policía Nacional.
 - ✓ Emisoras de los cabildos indígenas, las cuales de forma expresa se constituyeron para promover y salvaguardar la cultura de dichas comunidades.
 - ✓ Emisoras estatales de alcaldías y gobernaciones, las cuales son catalogadas como de interés. Se ubican en diferentes zonas del país.
 - ✓ Las emisoras universitarias son aquellas que pertenecen a una institución educativa superior. En este caso existen públicas y privadas, las primeras pertenecientes a instituciones del sector público.

Entre ellas se encuentran: *Univalle Estéreo (Universidad del Valle – Cali), Javeriana Estéreo (Pontificia Universidad Javeriana - Bogotá), UM Radio (Universidad de Manizales), LAUD Estéreo (Universidad Distrital Francisco José de Caldas), Radio Universidad de Nariño (Pasto), Emisora Universidad Minuto de Dios (Bogotá), la UFM Estéreo (Universidad Francisco de Paula Santander – Cúcuta), UniNorte FM (Universidad del Norte, Barranquilla), Radio Universidad del Chocó (Universidad Tecnológica del Chocó – Quibdó).*

Pregunta No. 44 – ¿Qué géneros de música grabada escuchó en la última semana?:

Qué géneros de música grabada escuchó en la última semana:	a.	Vallenato	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	b.	Rancheras, corridos prohibidos	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	c.	Baladas	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	d.	Rock (español e inglés)	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	e.	Música llanera (joropos, pasaje, seis)	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	f.	Reggaetón	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	g.	Música guasca	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	h.	Pop (español e inglés)	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	i.	Música del Pacífico (marimba, chirimía, etc.)	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	j.	Tropical (merengue y salsa)	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	k.	Música de despecho	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	l.	Electrónica (tecno, dance, house)	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	44. m.	Música andina (colombiana y del sur de Latinoamérica)	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	n.	Jazz, blues, soul	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	o.	Reggae, soca, champeta	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	p.	Música del Atlántico (gaita, bullerengue, millo, banda pelayera)	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	q.	Hip-Hop, rap	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	r.	Música clásica	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
s.	Boleros	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
t.	Tango	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
u.	Otro	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Nota: Debe contestar por lo menos una opción de la a. a la u. con un Sí.

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 104 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE



Objetivo

Conocer los géneros musicales que la persona encuestada escuchó en la última semana.

Tipo de respuesta: Única por cada ítem.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 12 años y más, que respondieron que Sí escucharon música grabada (pregunta 42).



Pasos a seguir:

→ Leemos la pregunta y luego cada una de las opciones, esperamos respuesta en cada caso.




Tener en cuenta:

- ▶ **Sobre los géneros musicales se aclara** que la música religiosa y de protesta responde a líneas temáticas más que a formatos. Se puede encontrar música religiosa en rock como en salsa. Por ello no se incluye como género.
- ▶ Una situación similar ocurre con la música instrumental, pues existen muchas versiones de diversas músicas tocadas sin uso de la voz. Aunque los Rolling Stones o los Beatles sean rock, existen versiones ejecutadas por orquestas y convertidas en música instrumental no cantada. Lo mismo sucede con algunos tangos, boleros y otras músicas populares.
- ▶ En el rock se integran el punk, el hard core, el metal, el nuevo rock, el rock suave, el industrial, el progresivo, el grunge, entre otros subgéneros.



Ejemplos... ¡para entendernos!

Géneros de música grabada	
Folclórica pacífica	
	Aguabajo, arrullo, berejú, bunde chocoano, chirimía, contradanza chocoana, currulao, makerule, patacoré, pregón, saporondón, tiguarandó La marimba y la chirimía hacen referencia al formato como a los instrumentos con los cuales se hace este tipo de música.
Folclórica atlántica	
	Cumbia, chandé, cumbión, bullerengue, fandango, gaita, guacherna, mapalé, merecumbé, millo, porro, tambora, entre otros. La gaita como la banda pelayera son formatos propios de esta música.
Música andina	
	<div> <input type="checkbox"/> Colombiana: bambuco, bunde, guabina, guasca, pasillo, sanjuanero, torbellino, trova y valeses, entre otros. </div> <div> <input type="checkbox"/> Peruana y boliviana: huaylas, huaynos, carnavalitos, yaravíes y sayas, entre otros. </div>

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 105 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

Géneros de música grabada	
	Nota: La música andina también es característica de Ecuador, Chile y Argentina.

En **otro** puede incluirse la música brasilera, turca, folclor de otros países diferentes a los expuestos en el cuestionario.

Pregunta No. 45 - ¿Compró, le prestaron, le regalaron, o consiguió de manera gratuita música grabada en los últimos 12 meses?

¿Compró, le prestaron, le regalaron, o consiguió de manera gratuita música grabada en los últimos 12 meses?	Sí	1				
	a. La compró en almacenes de cadena, lugares y eventos especializados	Sí	1	No	2	
	b. La compró en ventas ambulantes	Sí	1	No	2	
	c. La compró y/o pagó por el servicio por internet	Sí	1	No	2	
	d. Se la prestaron	Sí	1	No	2	
	e. Se la regalaron	Sí	1	No	2	
	f. La descargó o escuchó por internet de forma gratuita	Sí	1	No	2	
	g. La tenía en su colección personal	Sí	1	No	2	
	No	2		Pase al capítulo F. Asistencia a espacios culturales, pregunta 1.		
	Nota: (1) Si la persona respondió NO en las opciones de la a. a la c. pasa al capítulo F. Asistencia a espacios culturales, pregunta 1. (2) Si respondió Sí en por lo menos una de las opciones de la a. a la c. continúa en pregunta 46.					



Objetivo

Determinar si la persona encuestada escuchó música grabada en la última semana y cada cuánto lo hizo.


Tipo de respuesta: Única en cada ítem.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 12 años y más



Pasos a seguir:

- Leemos la pregunta y esperamos respuesta.
- En el caso de que su respuesta sea negativa pasamos al capítulo F. Asistencia a espacios culturales, pregunta 1.
- Si la persona responde afirmativamente leemos una a una las opciones y esperamos respuesta.

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 106 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

SI LA PERSONA ENCUESTADA DIJO QUE:

Sí escuchó música grabada en la última semana...
(pregunta No. 42)

Debe contestar con un sí la pregunta 45.



Tener en cuenta:

Esta pregunta indaga por el acceso a música grabada en disco, cassette, CD, DVD o la escuchada a través de Internet, por ello es importante aclararle a la persona encuestada que la pregunta hace referencia a la música grabada que obtuvo, sin importar si la escuchó o no. Si era para sí o para otros (regalo, préstamo, compra hogar).

Pregunta No. 46 - ¿Cuánto pagó por música grabada en los últimos 12 meses?

¿Cuánto pagó por música grabada en los últimos 12 meses?	46.	<div> Informa <input type="text" value="1"/> <input type="text"/> Valor \$ <input type="text"/> </div> <div> NS/NI <input type="text" value="99"/> <input type="text"/> </div> <div> Nota: Validación mínima \$1.000; máximo \$5.000.000 (7 dígitos) y sin centavos. Si existen casos con pagos menores a mil pesos se aproxima a \$1.000. </div>
--	------------	--



Objetivo

Establecer el gasto que hace cada persona en este tipo de bien cultural.


Tipo de respuesta: única y número.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 12 años y más, que respondieron con un sí por lo menos una de las opciones de la a. a la c. de la pregunta 45.



Tener en cuenta:

- ▶ Esta pregunta se realiza si la persona contestó por lo menos con un sí las opciones de la a. a la c. de la pregunta 45, sobre pago.
- ▶ Así la persona no haya escuchado música grabada en la última semana, es importante esta pregunta en tanto que permite observar el gasto para sí o para otros.
- ▶ En todos los casos, si la persona encuestada afirma que hizo algún gasto, éste no puede ser menor a \$1.000. Si existen casos con pagos menores a mil pesos se aproxima a \$1.000.

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 107 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

CAPÍTULO G. ASISTENCIA A ESPACIOS CULTURALES



Objetivo general

Determinar asistencia, frecuencia de visitas y razones de no asistencia a espacios culturales.



Conceptos claves:

- **Biblioteca:** Una organización, o parte de una organización, que tiene como principales objetivos acopiar y mantener colecciones de materiales impresos, y facilitar el uso de esta información e instalaciones consideradas necesarias para satisfacer las necesidades de información, investigación y educación y proporcionar espacios recreativos y culturales para sus usuarios. Se incluye en esta definición cualquier colección estructurada de libros y revistas en formato impreso o electrónico y cualquier tipo de material gráfico o audiovisual, así como las bibliotecas virtuales y catálogos digitales (Framework Unesco, 2009).

Al referirnos a las bibliotecas, estamos incluyendo:

- **Las bibliotecas escolares** son las que pertenecen a escuelas y colegios con el propósito de fortalecer el desarrollo de actividades académicas realizadas por estudiantes y profesores.

Lo son las bibliotecas de centros educativos del nivel básico y secundario, generalmente orientadas por el Ministerio de Educación o las Secretarías de Educación Municipales y Departamentales.


- **Las bibliotecas universitarias** son las que pertenecen a instituciones de educación superior, bien sean de departamentos, facultades o de toda la universidad.
- **Las bibliotecas especializadas** son dependientes de entidades y organizaciones públicas y privadas, y están dedicadas en la atención de temas concretos, casi siempre relacionadas con el ámbito de la investigación.

Entre ellas se encuentran la biblioteca del Senado de la República, la biblioteca de literatura de la Casa de Poesía de Eduardo Carranza y la mapoteca de la Biblioteca Luís Ángel Arango.

- **Las bibliotecas públicas** son centros de preservación del patrimonio bibliográfico, y de consulta de libros y documentos al servicio de estudiantes e investigadores (Son espacios financiados por entidades públicas e instituciones gubernamentales, de forma autónoma o en alianza con el sector privado, y tienen como propósito desarrollar variadas actividades culturales para atender a la mayoría de la población. Dada esta característica suelen contar con un amplio reconocimiento por parte de las comunidades.

Son un ejemplo de ellas cualquiera de las bibliotecas afiliadas a la Red Nacional de Bibliotecas Públicas (municipales, departamentales y nacionales). Todas las bibliotecas adscritas al Banco de la República y las Cajas de Compensación como Colsubsidio, Cafam, Confamiliares, Comfandi.

- **Casas de la cultura:** SON CENTROS PRIMORDIALES DE EDUCACIÓN ARTÍSTICA NO FORMAL, ASÍ COMO DE DIFUSIÓN, PROYECCIÓN Y FOMENTO DE LAS POLÍTICAS Y PROGRAMAS CULTURALES A NIVEL LOCAL, MUNICIPAL, DISTRITAL, DEPARTAMENTAL, REGIONAL Y NACIONAL. En ellas se apoyan los procesos permanentes de desarrollo cultural de carácter local, los cuales se dan entre la comunidad y las entidades estatales para el óptimo desarrollo de la cultura en su

	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 108 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

conjunto (artículo 23. Ley 397 de 1997. Ley General de la Cultura). Suelen ser de carácter público, permiten interactuar con diversos bienes y servicios culturales y la mayoría cuenta con bibliotecas, estudios, auditorios y salas de exposición, entre otros.

Algunas de las casas de la cultura son: Casa de la Cultura Alberto Lleras Camargo (Chía, Cundinamarca), la Casa de la Cultura de Luruaco (Atlántico), Casa de la Cultura Cerro del Angel, en el municipio de Bello (Antioquia), la Casa de la Cultura Raúl Gómez Jattin en Cereté (Córdoba); la Casa de la Cultura de San Vicente de Chucurí (Santander) y la Casa de la Cultura de Sevilla, Valle.

Para distinguir de los centros culturales, explícitamente las casas de la cultura llevan este nombre y atienden demandas de carácter local y barrial.

- **Los centros culturales** SON ESPACIOS CUYA ACTIVIDAD PRINCIPAL ES LA PRESENTACIÓN EN VIVO DE DIVERSOS ESPECTÁCULOS CULTURALES Y ARTÍSTICOS, así como la prestación de diferentes servicios asociados con el acceso a bienes y servicios culturales.

Se incluyen, por ejemplo, teatros, auditorios y salas como el Conservatorio de Cali, el Teatro Jorge Eliécer Gaitán y la Media Torta en Bogotá, el Teatro Pedro de Heredia en Cartagena, el Centro Cultural los Fundadores en Manizales, el Centro Cultural Confamiliar, el Centro Cultural de la Universidad del Norte en Barranquilla.

- **Museo:** Una institución de carácter permanente y no lucrativo, al servicio de la sociedad y su desarrollo, abierta al público que adquiere, conserva, estudia, comunica y exhibe el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y su entorno, con fines de estudio, educación y disfrute, la evidencia material e inmaterial de la gente y su medio ambiente. Incluye museos vivos. (Framework Unesco, 2009).


Algunos de ellos son los museos de historia natural, arqueológicos, de ciencia y tecnología o de arte. El Museo Nacional, el museo de trajes regionales de Colombia, el Museo de Arte de Medellín, el Museo de Arte Contemporáneo en La Quinta de San Pedro Alejandrino, la Casa Museo del 20 de julio, Museo Rayo, los museos del oro adscritos a las diferentes sedes del Banco de la República en todo el país.

- Las **galerías de arte y salas de exposiciones** son espacios destinados a la exhibición y/o venta de obras de arte, especialmente plásticas y visuales.

Galería Arte Moderno y Ventana en Cali, Galería de la Aduana y Elida Lara en Barranquilla, Arte Express y Galería Arte 10 en Medellín, y Galería Chica Morales en Cartagena, son algunos ejemplos.

- **Los monumentos históricos, sitios arqueológicos, monumentos nacionales y centros históricos** son lugares de carácter nacional o local reconocidos por los acontecimientos históricos que allí tuvieron lugar, los bienes culturales que por su carácter patrimonial allí se encuentran, o por la importancia y cualidades de la arquitectura en la cual fueron construidos.

Con relación a los monumentos históricos, como ejemplos se encuentran el Santuario de Monserrate, la Ciudad amurallada y la Muralla de Cartagena, Santa Cruz de Mompox, el municipio de Barichara, la Quinta de San Pedro Alejandrino, la ciudad de Popayán, el Cementerio Central de Bogotá, la Torre del Reloj y la Puerta del Reloj en Cartagena, el Puente de Occidente de Santa Fé de Antioquia, la Plaza de Caicedo y la zona colonial en Cali, así como el Puente de Boyacá en Tunja.

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 109 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

Se pueden mencionar como sitios arqueológicos el Parque Arqueológico de Tierradentro (Belalcázar e Inzá en Cauca), Parque Arqueológico de San Agustín (Huila), Ciudad Perdida – Sierra Nevada de Santa Marta (Magdalena), Parque Arqueológico de Monquirá (Boyacá), Complejo Capulí (Ipiales, Nariño) y Cultura Calima (Restrepo, Calima-Dairén y Vijes en el Valle del Cauca).

- **Centros históricos:** “Son los sitios fundacionales de Colombia donde se alberga el alma de las ciudades y constituyen los retratos más antiguos de nuestro patrimonio cultural”. En Colombia, 45 Centros Históricos han sido declarados Bienes de Interés Cultural de Carácter Nacional y hacen parte del Plan de Recuperación de Centros Históricos.

Entre los departamentos que cuentan con mayor número de Centros Históricos declarados Bien de Interés Cultural del ámbito nacional se destacan: Antioquia: Abejorral (1808), Concepción (1760), Jardín (1860), Marinilla (1709), Rionegro (1581), Santafé de Antioquia.

Boyacá: Iza (Siglo XVII), Monguí (1601), Tunja (1539), Turmequé (Siglo XVI) y Villa de Leyva (1572).

Santander: Barichara (1752), San Gil (1689), San Juan de Girón (1631) y Socorro (1683).

Valle del Cauca: Guadalajara de Buga (1558-1569), Cartago (1540-1691), Santiago de Cali, La Merced (1536) y El Cerrito (1560).

ACERCA DE LA ASISTENCIA A ESPACIOS CULTURALES – PREGUNTAS 1, 5, 7, 9, 11 Y 13

Este grupo de preguntas tiene la misma lógica de interrogación y el mismo tiempo de referencia en todos los casos. Solo para las bibliotecas la frecuencia de asistencia varía en comparación con el resto de espacios. Para conocer la estructura de las preguntas, observemos el modelo de la pregunta 5:

Pregunta No. 1 - ¿Asistió a bibliotecas en los últimos 12 meses? Con qué frecuencia


Pregunta No. 5 – En los últimos 12 meses, ¿fue a casas de la cultura? Con qué frecuencia

Pregunta No. 7 - ¿Asistió a centros culturales en los últimos 12 meses? Con qué frecuencia

Pregunta No. 9 – En los últimos 12 meses, ¿visitó museos? Con qué frecuencia

Pregunta No. 11 - ¿Asistió a galerías de arte y salas de exposiciones en los últimos 12 meses? Con qué frecuencia

Pregunta No. 13 – En los últimos 12 meses, ¿fue a monumentos históricos, sitios arqueológicos, monumentos nacionales y centros históricos? Con qué frecuencia

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural		CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 110 FECHA: 25/01/16
			PROCESO: Producción Estadística
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE	

Estructura modelo aplicada a las preguntas 1, 5, 7, 9, 11 y 13

En los últimos 12 meses, ¿fue a casas de la cultura?	5.	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> Con qué frecuencia:											
		<table border="0"> <tr> <td></td> <td>Por lo menos una vez a la semana</td> <td>Una vez al mes</td> <td>Una vez cada tres meses</td> <td>Una vez cada seis meses</td> <td>Una vez al año</td> <td rowspan="2"> Pase a pregunta 7 </td> </tr> <tr> <td></td> <td><input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/></td> </tr> </table>		Por lo menos una vez a la semana	Una vez al mes	Una vez cada tres meses	Una vez cada seis meses	Una vez al año	Pase a pregunta 7		<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>
	Por lo menos una vez a la semana	Una vez al mes	Una vez cada tres meses	Una vez cada seis meses	Una vez al año	Pase a pregunta 7							
	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/>								
		No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> Pase a pregunta 6											

Tipo de respuesta: única.



Pasos a seguir:

- Leemos la pregunta y esperamos respuesta.
- En el caso de que la respuesta sea negativa, pasamos a la pregunta que indaga por las razones de no asistencia para cada uno de los espacios culturales.
- Si la persona responde afirmativamente, leemos las opciones de frecuencia.
- Esperamos la respuesta y marcamos la casilla que corresponde.



Tener en cuenta:

- ▶ Cuando se habla de asistencia, se hace referencia a la **visita física a un espacio**

cultural físico. Es importante hacer esta aclaración en tanto que varios museos y bibliotecas tienen sedes virtuales a través de las cuales es también posible acceder a algunos bienes y servicios culturales, esta última información se recoge en la pregunta 3. ¿Usted usó internet en los últimos 3 meses? (en cualquier lugar) del capítulo de formación y práctica.

Tengamos en cuenta que si una persona acompaña a otra a un espacio cultural y no entra al lugar ni tiene ningún contacto con los bienes y servicios culturales que ofrecen, no se considera que asistió al sitio.

Si el padre acompaña al hijo o hija a la biblioteca pero se queda por fuera de ella, no puede considerarse que asistió al espacio cultural.


SOBRE LAS RAZONES DE NO ASISTENCIA A ESPACIOS CULTURALES – PREGUNTAS 2, 6, 8, 10, 12 Y 14

Considerando que estas preguntas, aunque indagan por las razones de no asistencia a 6 tipos diferentes de espacios culturales, tienen la misma estructura de pregunta y tipos de repuesta. Para conocer esta lógica, presentamos la pregunta 6:

Pregunta No. 2– Usted no asistió a bibliotecas por:

Pregunta No. 6 - Usted no asistió a casas de la cultura por:

Pregunta No. 8 – Usted no asistió a centros culturales por:

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 111 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

Pregunta No. 10 - Usted no asistió a museos por:

Pregunta No. 12 – Usted no asistió a galerías de arte y salas de exposiciones por.

Pregunta No. 14 - Usted no asistió a monumentos históricos, sitios arqueológicos, monumentos nacionales y centros históricos por:

Para conocer la estructura de las preguntas, observemos el modelo de la pregunta 6:

Estructura modelo aplicada a las preguntas 2, 6, 8, 10, 12 y 14

Usted no asistió a casas de la cultura por:	a.	Falta de dinero	Sí	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>
	b.	Desinterés/no le gusta	Sí	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>
	c.	Desconocimiento de la existencia de este tipo de espacios	Sí	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>
	d.	Problemas de salud o discapacidad	Sí	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>
	6. e.	Ausencia de este tipo de espacios culturales	Sí	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>
	f.	Falta de tiempo	Sí	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>
	g.	Están lejos	Sí	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>
	h.	Otro	Sí	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>
Nota: (1) Si la persona contesta SI en la opción c., solo puede contestar con un NO la opción e. (2) Debe por lo menos contestar una opción de la a. a la h. con un sí.						



Objetivo

Establecer los principales motivos por los cuales la persona encuestada no asistió a espacios culturales, en los últimos doce meses.

Tipo de respuesta: Única en cada ítem

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 12 años y más, que respondieron que no asistieron a casas de la cultura. (Pregunta 5)




Pasos a seguir:

- Leamos la pregunta y luego uno a uno los motivos de no asistencia.
- Esperemos en cada caso la respuesta y marquemos la casilla que corresponde.



Tener en cuenta:

- ▶ Las opciones de respuesta c y e en este caso (pregunta No. 6) son excluyentes entre ellas y por lo tanto no se pueden contestar las dos opciones con un Sí. **Estas dos categorías de respuesta aparecen en el resto de opciones, así que hay que tener cuidado con la validación que hay en cada una de ellas.**
- ▶ Si la persona responde que afirma desconocer la realización de este tipo de presentaciones (opción c), no puede contestar con un Sí la opción e. Ausencia de este tipo de presentaciones, pues esta segunda

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural		CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 112 FECHA: 25/01/16
			PROCESO: Producción Estadística
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE	

es una afirmación, mientras que la primera pone en duda la existencia de estos lugares y posiblemente la persona encuestada no tiene mucha información al respecto.

- ▶ La persona puede contestar en las dos opciones (c. y e.) con un No, pero solo puede contestar afirmativamente una de las dos.

CAPÍTULO H. FORMACIÓN Y PRÁCTICA CULTURAL



Objetivo general

Conocer las preferencias relacionadas con el acceso a ofertas educativas culturales y artísticas informales, así como con la realización de alguna práctica cultural en áreas culturales específicas.

Pregunta No. 1 - ¿Usted tomó cursos o talleres en áreas artísticas y culturales en los últimos 12 meses?

¿Usted tomó cursos o talleres en áreas artísticas y culturales en los últimos 12 meses?	1.	Sí <input type="checkbox"/> En qué área:	
		a. Cine, televisión, radio, video	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
		b. Música	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
		c. Teatro, ópera o danza	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
		d. Cuentaría o títeres	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
		e. Fotografía, pintura, grabados, dibujos, escultura o artes gráficas	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
		f. Literatura (cuento, narrativa, novela, poesía) o prensa (redacción, géneros periodísticos, revistas, periódicos, magazines digitales o impresos)	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
		g. Artesanías	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
		h. Manualidades	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
		i. Otra área	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
		j.* ¿En alguno de los anteriores cursos o talleres utilizó internet para su desarrollo?	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
		No <input type="checkbox"/> Pase a pregunta 2	


Tipo de respuesta: Única en cada ítem.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 5 años y más



Pasos a seguir:

- Leamos la pregunta y esperemos la respuesta.
- Si la persona responde con No esta pregunta pasa a la pregunta 2.
- Si la persona responde afirmativamente, pasa a contestar las opciones de la a. a la i. de la pregunta ¿En qué área?
- Debe responder con un Sí por lo menos una de las opciones de la a. a la i.
- Esperemos en cada caso la respuesta y marquemos la casilla que corresponde.

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural		CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 113 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística		SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE	



Tener en cuenta:

Si la persona contesta con un Sí por lo menos una de las opciones de la a. a la i. debe contestar la opción j, la cual hace referencia al uso del internet para el desarrollo de cursos y/o talleres en áreas artísticas y culturales.

Pregunta No. 2 - En los últimos 12 meses, ¿hizo alguna práctica cultural?

En los últimos 12 meses, ¿hizo alguna práctica cultural?	2.
	<p>Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> Qué práctica cultural realizó:</p> <p>a. Hizo videos, produjo radio, realizó televisión o participó en producciones de cine Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/></p> <p>b. Tocó algún instrumento, compuso o cantó Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/></p> <p>c. Hizo teatro, practicó danza o participó en ópera Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/></p> <p>d. Hizo títeres o participó en cuentería Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/></p> <p>e. Tomó fotos, pintó, hizo alguna escultura o grabado, realizó algún dibujo o arte gráfica Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/></p> <p>f. Escribió textos literarios (cuentos, novelas, poesías) o periodísticos para revistas, periódicos, magazines, blogs Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/></p> <p>g. Realizó algún tipo de artesanía Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/></p> <p>h. Elaboró alguna manualidad Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/></p> <p>i. Otra práctica cultural Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/></p> <p>j.* ¿En alguna de las anteriores prácticas culturales utilizó internet para su desarrollo? Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> Pase a pregunta 3</p> <p><small>Nota: Si contesta Sí en la pregunta 2, debe responder con un Sí por lo menos una de las opciones de la a. a la i. La opción j.* se contesta si responde afirmativamente alguna de las opciones de la a. a la i. de la pregunta 2 de este capítulo.</small></p>


Tipo de respuesta: Única en cada ítem.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 5 años y más



Pasos a seguir:

- Leamos la pregunta y esperemos la respuesta.
- Si la persona responde con No esta pregunta pasa a la pregunta 3.
- Si la persona responde afirmativamente, pasa a contestar las opciones de la a. a la i. de la pregunta ¿Qué práctica cultural realizó?
- Debe responder con un Sí por lo menos una de las opciones de la a. a la i.
- Esperemos en cada caso la respuesta y marquemos la casilla que corresponde.

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 114 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE



Tener en cuenta:

Si la persona contesta con un Sí por lo menos una de las opciones de la a. a la i. debe contestar la opción j, la cual hace referencia al uso del internet para el desarrollo de prácticas culturales.




Conceptos claves:

- **Los cursos y talleres**, de acuerdo con la Ley General de Educación, integran la categoría 'Educación informal'. Por definición no conducen a la obtención de un título, sino que sirven para desarrollar un saber, una técnica específica o para complementar los conocimientos de un campo determinado. Estos cursos o talleres pueden ser impartidos por cualquier persona o institución, sin necesidad de un aval de alguna autoridad educativa.
- En tal sentido, no deben confundirse con la educación formal, que está destinada a la obtención de títulos (técnicos, tecnológicos, universitarios, entre otros) o la no formal (diplomados, por ejemplo).
- **Entendemos por prácticas culturales** las distintas actividades de producción cultural y artística. Como tal, implica que la persona encuestada haya elaborado, a título personal o grupal, algún tipo de obra artística, independientemente de los materiales o el medio utilizado.
- *EN ESTE CASO NOS REFERIMOS AL HOBBIE O HÁBITO QUE TIENE LA PERSONA, SIN QUE ÉSTE SEA REMUNERADO O QUE SEA CONSIDERADO TRABAJO.*
- *SI LA PERSONA DISFRUTA DE TOMAR FOTOGRAFÍAS, POR EJEMPLO, EN LOS PASEOS FAMILIARES, NO SE CONSIDERA EN ESTA CATEGORÍA DADO QUE SE REFIERE A UNA ACTIVIDAD ESPORÁDICA.*

Pregunta No. 3 - ¿Usted usó Internet en los últimos 3 meses? (en cualquier lugar)

¿Usted usó internet en los últimos 3 meses? (en cualquier lugar)	3. Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> Cuando usó internet, lo utilizó para alguna de las siguientes actividades: <table border="0"> <tr> <td>a. Buscar, descargar o escuchar música en línea</td> <td>Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>b. Ver televisión o escuchar radio en línea</td> <td>Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>c. Buscar, descargar o leer revistas o periódicos en línea</td> <td>Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>d. Visitar o acceder a servicios en línea en espacios culturales virtuales (bibliotecas virtuales, museos, galerías)</td> <td>Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>e. Buscar, descargar o leer libros en línea</td> <td>Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>f. Buscar, descargar o jugar videojuegos en línea</td> <td>Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>g. Buscar, descargar o ver películas o videos en línea</td> <td>Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	a. Buscar, descargar o escuchar música en línea	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	b. Ver televisión o escuchar radio en línea	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	c. Buscar, descargar o leer revistas o periódicos en línea	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	d. Visitar o acceder a servicios en línea en espacios culturales virtuales (bibliotecas virtuales, museos, galerías)	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	e. Buscar, descargar o leer libros en línea	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	f. Buscar, descargar o jugar videojuegos en línea	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	g. Buscar, descargar o ver películas o videos en línea	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>
	a. Buscar, descargar o escuchar música en línea	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>													
b. Ver televisión o escuchar radio en línea	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>														
c. Buscar, descargar o leer revistas o periódicos en línea	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>														
d. Visitar o acceder a servicios en línea en espacios culturales virtuales (bibliotecas virtuales, museos, galerías)	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>														
e. Buscar, descargar o leer libros en línea	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>														
f. Buscar, descargar o jugar videojuegos en línea	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>														
g. Buscar, descargar o ver películas o videos en línea	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>														
No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>															

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 115 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE



Objetivo

Conocer el tipo de consumos culturales hechos por las personas a través de Internet.

Tipo de respuesta: Única en cada ítem.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 5 años y más



Pasos a seguir:

- Leamos la pregunta y esperemos respuesta.
- Si la respuesta es afirmativa pasa a responder las opciones de la a. a la g de la pregunta: Cuando usó internet, ¿lo utilizó para alguna de las siguientes actividades?
- Esperemos en cada caso la respuesta y marquemos la casilla que corresponde.



Tener en cuenta:

- ▶ Dado que en el DANE se realizan otras investigaciones sobre el uso de Internet, en este caso la primera parte indaga por el uso general (chat, comunicación, educación, y otros). La pregunta de filtro sí busca caracterizar prácticas directas sobre el consumo de bienes y servicios mediante la web.
- ▶ En este caso no importa el medio o dispositivo de acceso: computador portátil, tableta, celular, en un telecentro público o en el computador del cual se dispone en el hogar o en la oficina.

CAPÍTULO D. CARACTERÍSTICAS GENERALES (continuación)

Pregunta No. 4 – De acuerdo con su cultura, pueblo o rasgos físicos, usted es o se reconoce como:

De acuerdo con su cultura, pueblo o rasgos físicos, usted se reconoce como:	4.	a. ¿Indígena?	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/>
		b. ¿Gitano(a) - rom?	<input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>
		c. ¿Raizal del Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina?	<input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>
		d. ¿Palenquero(a) de San Basilio o descendiente?	<input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/>
		e. ¿Negro(a), mulato(a), afrocolombiano(a) o afrodescendiente?	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/>
		f. Ninguna de las anteriores	<input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/>




Objetivo

Este interrogante busca conocer el origen étnico-racial con el cual se identifica la persona encuestada.

Tipo de respuesta: única.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 5 años y más

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 116 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE



Pasos a seguir:

- Leamos la pregunta.
- Ubiquemos la respuesta en la casilla que corresponda.



Tener en cuenta:

Esta pregunta no debemos inducirla o asumir la respuesta a partir de lo que vemos. Es esencial basarse en las percepciones que tiene cada persona de sí misma. Sugerimos leer cada una de las opciones de respuesta y que las personas indiquen con cuál de ellas se identifican, así la respuesta nos pueda parecer evidente.

Los miembros de un hogar NO necesariamente se reconocen todos con la misma identidad étnica.

Pregunta No. 5 - ¿Cuál es el parentesco de las personas con el (la) jefe(a) del hogar?

¿Cuál es el parentesco de ... con el (la) jefe(a) del hogar?	5. a. Jefe(a) del hogar	1	
	b. Pareja, esposo(a), cónyuge, compañero(a)	2	
	c. Hijo(a) o hijastro(a)	3	
	d. Nieto(a)	4	
	e. Otro pariente	5	
	f. Empleado(a) del servicio doméstico y sus parientes	6	
	g. Pensionista, compañero(a) del pensionista	7	
	h. Trabajador	8	
	i. Otro no pariente	9	



Objetivo

Determinar la filiación de cada miembro en la jerarquía el hogar.


Tipo de respuesta: única por cada nombre diligenciado.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 5 años y más.



Tener en cuenta:

- ▶ Esta pregunta nos permite asegurarnos de que las personas registradas en la pregunta son las que efectivamente conforman el hogar.
- ▶ Es importante ser enfáticos al preguntar por los niños y los niñas menores de edad, ancianos, internos en clínicas, secuestrados y miembros del hogar que se encuentren en vacaciones en otro sitio, a fin de tener claro a quiénes debemos hacer la encuesta.

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 117 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

- ▶ El propósito es evitar generar en el DMC más encuestas de las que realmente se pueden llegar a hacer. Recordemos que cada nombre que incluyamos corresponde a un ciclo de personas en la máquina.
- ▶ Si en el hogar existe un pariente o familiar del jefe (a) que trabaja en el mismo como servicio doméstico, el parentesco debe ser servicio doméstico.
- ▶ Debe tomarse como cónyuge-pareja a la persona que se declare como tal independientemente del sexo. Es decir, se aceptan parejas del mismo sexo (hombre con hombre, mujer con mujer).

Es esencial registrar a todos y cada uno de los miembros del hogar con base en la siguiente clasificación:

1. Jefe(a) del hogar (**No acepte como jefe(a) de hogar a una persona menor de 10 años**)


Para esta pregunta de parentesco la determinación de la jefatura de hogar se establece teniendo en cuenta:

- a. La consideración subjetiva por parte de los miembros del hogar al establecer la persona como jefe(a) del hogar.
 - b. La persona que dentro del hogar aporta la mayor parte de la manutención, de acuerdo a los ingresos aportados.
2. *Pareja, esposo(a), cónyuge, compañero(a)*: No acepte como cónyuge del jefe(a) de hogar a persona menor de 10 años, tenga en cuenta que sólo una persona en el hogar puede tener este parentesco con el jefe del hogar.
 3. Hijo(a), hijastro(a)
 4. Nietos(as)
 5. Otro pariente
 6. Empleado(a) del servicio doméstico y sus parientes
 7. Pensionistas, compañero(a) del pensionista
 8. Trabajador (a)
 9. Otro no pariente

El parentesco de cada persona debe ser establecido con relación al jefe(a) del hogar, ejemplo: suegro, primo, trabajador, empleado doméstico, etc.

Pregunta No. 6 – Actualmente: (solamente para personas de 12 años y más)

Actualmente:	6.	a. No está casado(a) y vive en pareja hace menos de dos años	1	
		b. No está casado(a) y vive en pareja hace dos años o más	2	
		c. Está casado(a)	3	
		d. Está separado(a) o divorciado(a)	4	
		e. Está viudo(a)	5	
		f. Está soltero(a)	6	

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 118 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE



Objetivo

Establecer el estado civil de la persona encuestada.

Tipo de respuesta: única.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 12 años y más.



Tener en cuenta:


- ▶ Esta pregunta está dirigida solamente a las personas de 12 años y más.
- ▶ Cuando se trate de madres o padres solteras(os), sondee esta información y trate de establecer si tuvo una unión de carácter estable por un determinado tiempo o no. En caso afirmativo considérela(o) como separada(o), en caso contrario será soltera(o).
- ▶ No existen criterios de tiempo y espacio de convivencia para definir el estado civil de una persona por lo tanto debe respetarse la información que suministre el encuestado. Por ejemplo:
 - ✓ Pueden encontrarse personas casadas que temporalmente se encuentran separadas por razones económicas, de viaje, enfermedad etc.
 - ✓ Pueden encontrarse personas que a pesar de convivir en una vivienda y pertenecer a un mismo hogar, se encuentran separadas.



Conceptos claves:

Consideremos las siguientes definiciones, las cuales debemos explicar a nuestro informante en caso de ser necesario:

- a. **No está casado(a) y vive en pareja hace menos de dos años:** Una persona está en esta situación cuando hace menos de dos años estableció con otra persona una relación que implica cooperación económica y cohabitación residencial y sexual, la cual se mantiene única y exclusivamente por voluntad propia sin que estén presentes vínculos legales, en el tiempo estipulado.
- b. **No está casado(a) y vive en pareja hace dos años o más:** Una persona está en esta situación cuando hace dos años o más estableció con otra persona una relación que implica cooperación económica y cohabitación residencial y sexual, la cual se mantiene única y exclusivamente por voluntad propia sin que estén presentes vínculos legales durante el periodo de tiempo referenciado.
- c. **Está casado(a):** Se considera casada aquella persona que ha establecido con otra una relación aprobada por la ley, que implica cooperación económica y cohabitación residencial y sexual.
 - **Casado(a) por la iglesia:** Incluye a las personas que han contraído matrimonio según los ritos religiosos de algún credo (católico, bautista, judío, etc.) y que en el momento de la aplicación de la encuesta vivan en ese estado.
 - **Casado(a) por lo civil:** Incluye a las personas que han contraído matrimonio según la ley civil (ante un juez o notario) y que en el momento de la aplicación de la encuesta vivan en ese estado.
- d. **Está separado (a) o divorciado (a):** Persona cuya unión (casado o en unión libre), ha sido disuelta por vía legal o de hecho y no se ha vuelto a casar, ni vive en unión libre.
- e. **Está viudo(a):** Es la persona que habiendo fallecido su cónyuge o compañero (a), no ha vuelto a casarse ni vive en unión libre.

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 119 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

f. **Está soltero(a):** Persona que nunca ha contraído matrimonio y que no vive ni ha vivido en unión libre.

Pregunta No.7 - ¿Actualmente... asiste al preescolar, escuela, colegio o universidad?

¿Actualmente ... asiste al preescolar, escuela, colegio o universidad?	7.	Sí <input type="text" value="1"/> <input type="text"/> No <input type="text" value="2"/> <input type="text"/>
--	-----------	--




Objetivo

Conocer si los miembros del hogar asisten o no en el momento de la encuesta a un establecimiento de enseñanza formal regular (colegio, escuela, universidad, etc.) y cualquier establecimiento de enseñanza especial (colegios para personas con limitaciones o para personas superdotadas).



Tener en cuenta:

- ▶ Una persona se considera asistiendo a la escuela u otra institución de enseñanza, cuando está matriculada y no se ha retirado, aun cuando esté ausente temporalmente por enfermedad, vacaciones u otra causa, o aunque asista solamente parte del día.
- ▶ Las personas que cursan bachillerato o primaria por radio o televisión, se consideran **no asistiendo a un establecimiento** de educación formal en pregunta 7, pero en pregunta 8 se registra el último grado que han aprobado en el nivel respectivo.
- ▶ La educación impartida por el SENA no se considera educación formal, excepto quienes están matriculados en los campos de formación tecnológica y técnica profesional, ya que según decreto 359 del 6 de marzo del 2000, el SENA se encuentra expresamente facultado para adelantar programas en educación formal en esos campos. Por lo anterior, se consideran asistiendo quienes están matriculados en formación tecnológica y técnica profesional, en los otros campos de enseñanza no se consideran estudiando.
- ▶ Si la persona está siguiendo un programa de educación a distancia, se considera asistiendo. La educación a distancia es un programa de enseñanza en la que el estudiante se matricula y aunque no necesita desplazarse en forma cotidiana al establecimiento para tomar sus clases, eventualmente debe dirigirse a éste para recibir tutorías, presentar pruebas, etc. También se considera asistiendo a las personas que habiéndose matriculado recibe sus clases por medio del Internet.
- ▶ Si la encuesta se realiza en el período de vacaciones escolares finales se considera que la persona asiste SOLO si ya está matriculada en el siguiente curso o nivel, o si no estando matriculado, piensa seguir estudiando y tiene cupo asegurado en el siguiente curso o nivel.

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 120 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

Pregunta No. 8 - ¿Cuál es el nivel educativo más alto alcanzado por... y el último año o grado aprobado en este nivel?

¿Cuál es el nivel educativo más alto alcanzado por y el último año o grado aprobado en este nivel?	8.	a. Ninguno	1	0	
		b. Preescolar	2	0	
		c. Básica primaria (1o. - 5.o)	3	0	
		d. Básica secundaria (6.o - 9.o)	4	0	
		e. Media (10.o-13.o)	5	1	
		f. Superior (técnica, tecnológica, universitaria-pregrado)	6		
		g. Posgrado (especialización, maestría, doctorado)	7		
		h. No sabe/no informa	9	9	



Objetivo

Conocer el nivel educativo más alto alcanzado y el último grado aprobado en ese nivel.

Tipo de respuesta: única.

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 5 años y más.



Pasos a seguir:

- Leemos la pregunta y esperamos respuesta.
- Ubiquemos la respuesta en la casilla que corresponda.
- Señale el nivel educativo más alto alcanzado y luego el último año aprobado en ese nivel.

Cuando se trate de personas con «educación especial» se debe indagar a cuántos años de Educación Formal corresponde uno de educación especial y hacer la respectiva equivalencia. La anotación debe venir en «observaciones».

Si no es posible obtener alguna respuesta sobre el nivel educativo, marque la alternativa **«No sabe, No informa»**.


Cuando una persona está en el primer año de determinado nivel o lo abandonó, registre **«inició preescolar»**, **«inició primaria»**, **«inició secundaria»**, **«inició educación superior»** o **«inició posgrado»**, según corresponda. Ejemplos: para una persona que esté cursando primer año de educación superior o universitaria, se debe registrar «inició educación superior». Si está cursando el grado sexto de secundaria, se debe registrar «inició secundaria».

- a. Ninguno. Si la persona responde que no aprobó ningún grado dentro de los niveles de educación formal se debe registrar la alternativa «Ninguno».

Los niveles de la educación son los siguientes:

Preescolar. Comprende los grados de pre jardín, jardín y transición.

Educación básica: La educación básica obligatoria corresponde a la identificada en el artículo 356 de la Constitución Política como educación primaria y secundaria; comprende nueve (9) grados y se estructura en torno a un currículo común, conformado por las áreas fundamentales del conocimiento y de la actividad humana.

 DANE <small>Para tomar decisiones</small>	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 121 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

- b. Educación básica en el ciclo de primaria: los cinco (5) primeros grados (1.º a 5.º) de la educación básica constituyen el ciclo de primaria.
- c. Educación básica en el ciclo de secundaria: los cuatro (4) grados (6.º a 9.º) subsiguientes de la educación básica primaria constituyen el ciclo de secundaria.
- d. Educación media: la educación media constituye la culminación, consolidación y avance en el logro de los niveles (preescolar y básica) y comprende dos grados: el décimo (10.º) y el undécimo (11.º).
 - Las personas que validaron los cursos 10.º y 11.º de educación media, se considera que terminaron la educación media.
 - Las personas que reporten que se encuentran cursando el grado décimo (10º) deben quedar registradas en nivel «básica secundaria» y en grado «novenio» (9º).
- e. Superior o universitaria. Comprende los estudios que imparten los establecimientos de enseñanza superior, que culminan con la obtención de un título universitario de nivel profesional, técnico o tecnológico. Revisaré
- f. Posgrado. Se incluyen las especializaciones, maestrías o doctorados realizados por la persona encuestada.

De acuerdo con lo anterior, se incluye dentro de este nivel la educación formal recibida después de los estudios secundarios; es decir, la educación impartida por instituciones técnicas, tecnológicas, instituciones universitarias y SENA en carreras técnicas y tecnológicas.

Aunque los estudios universitarios de la mayor parte de las carreras se cursan por semestres, se deben escribir solamente los años completos aprobados. Así, un estudiante que hizo 5.º Semestre de medicina tiene aprobados dos años de universidad y se debe escribir 02 en la alternativa «Superior o universitaria».



Tener en cuenta:


- ✓ **Para el caso de personas que hayan cursado estudios en varias carreras** (terminadas o no) o con estudios de posgrado, mientras se hayan realizado en periodos diferentes, deben sumarse los semestres aprobados, y finalmente llevar la respuesta a años, para registrarla en las casillas correspondientes.

Ejemplo:

Una persona afirma que cursó y aprobó: 3 semestres de Administración de Empresas, 1 de Ingeniería Industrial, 3 de Tecnología de Alimentos y 1 semestre de Medicina. En total la persona ha cursado y aprobado 8 semestres de educación superior, lo que equivale a 4 años, por lo que deberá registrarse en la alternativa 6 (Superior) 4 años.

Como se muestra en los ejemplos anteriores, la sumatoria de semestres debe hacerse para todos los tipos de educación superior (técnica, tecnológica o profesional) e incluye tanto carreras completas como incompletas, siempre y cuando se hayan realizado en periodos diferentes.

- ✓ **Para el caso de las homologaciones**, donde las personas que han cursado semestres en otra carrera o en otra universidad o han hecho cursos afines, se homologan algunas materias. En estos casos las

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 122 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

personas ingresan directamente a semestres más avanzados. Se debe tener en cuenta el nivel y el grado aprobado en el que la persona se encuentra actualmente sin realizar la sumatoria de años.

Ejemplo:

Una persona que cursó 4 semestres de odontología y decidió cambiar de carrera para estudiar medicina, dado que existía afinidad en el pensum académico la universidad homologó algunas materias y por tanto ingreso a 2° semestre de medicina. En el momento de la encuesta la persona se encuentra en 7° semestre de medicina. Se debe registrar entonces, nivel alcanzado: "superior o universitaria", último año o grado aprobado: 3 años que son los que lleva en medicina. Cabe aclarar que esto solo aplica para las homologaciones.

f. No sabe, no informa. Si el informante no contesta la pregunta o no sabe, seleccione esta alternativa.^[1]

Pregunta No. 9 – ¿En qué actividad ocupó... la mayor parte del tiempo la semana pasada?

¿En qué actividad ocupó..... la mayor parte del tiempo la semana pasada?:	9.	a. Trabajando	<input type="text" value="1"/> <input type="text"/>
		b. Buscando trabajo	<input type="text" value="2"/> <input type="text"/>
		c. Estudiando	<input type="text" value="3"/> <input type="text"/>
		d. Oficios del hogar	<input type="text" value="4"/> <input type="text"/>
		e. Incapacitado permanente para trabajar	<input type="text" value="5"/> <input type="text"/>
		f. Otra actividad	<input type="text" value="6"/> <input type="text"/>
		¿cuál? _____ <small>(máximo 70 caracteres)</small>	



Objetivo

Esta pregunta permite ubicar la actividad a la cual la persona le dedicó más tiempo la semana pasada.

Tipo de respuesta: única

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 12 años y más




Tener en cuenta:

Formule la pregunta y **espere respuesta**. Si la persona informante duda o se queda en silencio haga la pregunta para cada alternativa acompañada de las palabras "o alguna otra cosa", Ejemplos:

- ✓ ¿Oficios del hogar o alguna otra cosa?
- ✓ ¿Estudiando o alguna otra cosa?

^[1] Fuente: Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH). Manual de recolección.

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 123 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE

✓ ¿Trabajando o alguna otra cosa?

Consideremos las siguientes instrucciones:

- ▶ Se debe asignar o marcar una sola alternativa y debe ser la que mejor describa la actividad principal de la persona durante la semana de referencia.
- ▶ Si una persona desempeñó más de una actividad durante la semana, pregunte ¿a cuál le dedicó más tiempo durante la semana pasada? Si la persona no puede decidir al respecto, pregunte ¿cuál le generó mayores ingresos?
- ▶ Hay que tener cuidado y realizar un buen sondeo, ya que se han presentado casos en los que las fuentes responden la opción **f. Otra actividad y en ¿Cuál? responden estudiando y trabajando**, esta información ya está contenida en las opciones c y a respectivamente, se le debe preguntar a la fuente a cuál de las dos actividades le dedicó más tiempo y dependiendo de la respuesta marcar la opción que corresponda, papara el caso citado sería un error seleccionar la opción f. Otra actividad.



Ejemplos... ¡para entendernos!

- A las personas que son amas de casa la persona encuestadora les debe realizar un buen sondeo, con el fin de conocer la actividad a la cual esta persona dedicó la mayor parte del tiempo la semana pasada, lo cual permite captarlas adecuadamente dentro del capítulo de fuerza de trabajo.
- Cuando una persona se encuentre ausente del trabajo por vacaciones, permisos, enfermedad, licencia etc., debe registrarse en la alternativa "otra actividad".



Conceptos claves:

- **Trabajando:** Esta acción se remite a la persona que ejerce una actividad en la producción de bienes y servicios, ya sea como asalariado, trabajador(a) por cuenta propia, patrón (a) o como trabajador (a) familiar sin remuneración.



Tener en cuenta:


- ▶ Los policías bachilleres que se encuentran prestando el servicio militar obligatorio y los guardas bachilleres penitenciarios, que regresan a sus casas también se deben considerar trabajando.
- ▶ Si la persona en la semana de referencia se encontraba prestando el servicio militar y en la semana de la encuesta terminó de prestar el servicio militar y forma parte de este hogar, se considera trabajando.
- **Buscando trabajo:** Indica que la persona pasa la mayor parte del tiempo consiguiendo empleo, o buscando establecer un negocio o ejercer una profesión.



Tener en cuenta:

Una persona busca trabajo si:

- ▶ Se registra en una agencia de empleo pública o privada.

 <p>DANE Para tomar decisiones</p>	<p align="center">Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural</p>	<p>CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 124 FECHA: 25/01/16</p>
<p>PROCESO: Producción Estadística</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>

- ▶ Está a la espera de que se le llame de una oficina de personal, registro de empleos u otros sitios de registro.
- ▶ Visita oficinas o establecimientos en los cuales las personas empleadoras seleccionan y contratan personal (tripulaciones, contratistas de construcción, agricultores, asesores, etc.).
- ▶ Buscó establecerse en un negocio o ejercer su profesión
- ▶ Acuerda citas con posibles empleadores.
- ▶ Pública, contesta o consulta avisos clasificados o llena solicitudes.



Ejemplos... ¡para entendernos!


- Cuando una persona buscó trabajo la mayor parte del tiempo en la semana pasada, o de referencia, y en el momento de la encuesta ya está trabajando, debe venir diligenciada la alternativa **2 (Buscando trabajo)**.
- Cuando la persona prestó el servicio militar hasta hace unos meses y ahora está buscando trabajo, debe venir **alternativa 2 (Buscando trabajo)**.
- **Estudiando:** Son aquellas personas que pasaron la mayor parte de la semana de referencia estudiando en cualquier tipo de colegio, escuela, universidad o academia, o que hayan dedicado la mayor parte del tiempo de esa semana al estudio en una institución o en su propia casa. Se incluye todo tipo de educación e instrucción: formal, informal, técnica, religiosa, Sena, etc., deben traer **alternativa 3 (Estudiando)**.

Recordemos que en épocas de vacaciones, las personas que normalmente estudian pueden estar la mayor parte del tiempo trabajando o buscando trabajo en la semana de referencia; en tal caso, considérelas en una de estas dos situaciones (trabajando o buscando trabajo)



Tener en cuenta:

- ▶ Es importante tener en cuenta que la y los estudiantes de medicina, enfermería, odontología, derecho, etc. que realizan prácticas propias de su área académica no remuneradas deben considerarse "estudiando" ya que dichas prácticas son obligaciones que hacen parte del programa de estudios.
- ▶ Si por el contrario, las prácticas, pasantías o internado están siendo remuneradas EN DINERO deberá considerarse trabajando (alternativa 1).
- ▶ Las personas que en el periodo de vacaciones no están trabajando o buscando trabajo, se considerarán estudiando si van a seguir asistiendo, siempre y cuando no estén dedicadas en vacaciones a actividades como trabajar o buscar trabajo.
- **Oficios del hogar:** Quienes tienen como principal actividad la atención y manejo de su propio hogar. En este punto se incluye el cuidado de los niños, la preparación de comidas, lavar ropa, cortar el césped, pintar la propia casa y muchas labores similares no remuneradas que se realizan en el hogar.
- **Incapacitado(a) permanente para trabajar:** Las personas que debido a una enfermedad física, mental o ancianidad, no pueden realizar ninguna clase de trabajo de por vida.
- **Otra actividad:** se clasifican en esta categoría las personas que dedican la mayor parte del tiempo a realizar actividades diferentes de las expuestas, y que, **POR SU CARÁCTER, NO SON SIMILARES O RELACIONADAS CON LAS DESCRITAS ANTERIORMENTE.**

 DANE Para tomar decisiones	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 125 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística	SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural	
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE



Tener en cuenta:

Se consideran personas en **OTRA ACTIVIDAD**:

- ▶ Quienes están temporalmente enfermas o incapacitadas, y que volverán a su actividad luego de superar su enfermedad.
- ▶ Las personas que teniendo un empleo no estuvieron trabajando en la semana de referencia debido a conflicto de trabajo, vacaciones u otra clase de permiso, interrupción del trabajo como huelgas, etc.
- ▶ Los trabajadores (as) que durante el período de referencia hayan sido suspendidos temporal o indefinidamente, sin goce de remuneración y no estén activamente buscando empleo.
- ▶ Personas que no tenían trabajo, ni lo buscaron en la semana de referencia y que esperan incorporarse próximamente a un empleo, negocio o explotación agrícola.
- ▶ Trabajadores (as) voluntarios (as) sin remuneración en organizaciones de beneficencia, acción comunal o para un amigo.
- ▶ Las personas que se encontraban haciendo mejoras de una casa de su propiedad, como pintando, estucando etc. no se consideran trabajando por realizar esta actividad.
- ▶ Las personas que durante la semana de referencia eran rentistas o pensionados (as).
- ▶ Otros casos no contemplados en los anteriores, tales como deportistas aficionados, personas sin oficio, habitantes de la calle, etc.

Pregunta No. 10 - ¿Usted recibe algún ingreso mensual?

¿Usted recibe algún ingreso mensual?	10.	a. Sí recibe <input type="text" value="1"/> <input type="text"/>	¿Cuánto recibe?
			\$ _____
		b. No recibe <input type="text" value="2"/> <input type="text"/>	
		c. NS/NI <input type="text" value="99"/> <input type="text"/>	
Nota: Validación mínima \$1.000; máximo \$99.999.999 y sin centavos. Si existen casos con pagos menores a mil pesos se aproxima a \$1.000.			




Objetivo

Indagar por los ingresos mensuales de las personas de 12 años y más que componen el hogar.

Tipo de respuesta: única

¿Quién responde esta pregunta?: Todas las personas de 12 años y más

	Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural	CÓDIGO: PSE-ECC-MDI-01 VERSIÓN: 01 PÁGINA: 126 FECHA: 25/01/16
PROCESO: Producción Estadística		SUBPROCESO: Encuesta de Consumo Cultural
ELABORÓ: Temática ECC	REVISÓ: Coordinación Temática Social DIMPE	APROBÓ: Director Técnico DIMPE



Pasos a seguir:

- Formule la pregunta y **espere respuesta**.
- Esta pregunta se hace a todas las personas que integran el hogar de 12 años y más. Sondee bien si la persona no recibe ingresos por ningún concepto, marque la casilla b. Si definitivamente la persona no sabe marque la opción c.

5 REGISTROS

No aplica para esta operación estadística.

6 BIBLIOGRAFIA

No aplica para esta operación estadística.

7 ANEXOS

No aplica para esta operación estadística.

Impreso en la Dirección de Difusión, Mercadeo y Cultura Estadística del
Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE)
Bogotá, D.C. – Colombia – 2017