



MANUAL DEL USUARIO

III ENCUESTA NACIONAL DE PARTICIPACIÓN Y CONSUMO CULTURAL 2013

CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES



Departamento de Estudios
Sección de Estadísticas Culturales
Santiago, diciembre 2013

INDICE

	Pág.
Introducción	01
1. Recomendaciones	02
2. Formato Base de Datos	02
3. Ponderación de la Base de Datos	02
4. Variables XX	03
5. Índices de Consumo y Prácticas Culturales	03
5.1. Índice Espectáculos Culturales	04
5.2. Índice Hábitos de Consumo Cultural	05
5.3. Índice Compra de Productos Culturales	06
5.4. Índice Formación y Prácticas Culturales	07
5.5. Índice Equipamiento Cultural	08
6. Variable Grupo Socioeconómico	09

INTRODUCCIÓN

La III Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural 2012 entrega información actualizada para el diagnóstico del consumo artístico y cultural a nivel regional y nacional. El objetivo general de esta encuesta es, caracterizar las prácticas culturales asociadas al consumo de bienes y servicios culturales de la población residente en Chile de 15 años y más, a escala nacional y regional en zonas urbanas.

A través de este Manual, el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes busca entregar información de alta calidad, dando acceso libre y público a todos los productos que la encuesta generó (bases de datos, manual de lectura de variables, manual del usuario, cuestionario, informes, etc.).

El presente Manual del Usuario contiene recomendaciones para reconocer los créditos de la ENPCC en los documentos y publicaciones que resulten de su utilización, además indica formato de la base de datos, la ponderación de los datos y detalla las variables que se han construido.

1. RECOMENDACIONES

La III Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural 2012 (ENPCC) recolecta datos referido a las artes visuales, escénicas, musicales, literarias, audiovisuales e interactivos, artesanía y patrimonio material e inmaterial.

La muestra 2012 fue diseñada para producir estimaciones estadísticamente válidas a nivel nacional y en las 15 regiones del país. Si se desea producir estimaciones a menores niveles de desagregación, se recomienda evaluar su confiabilidad estadística utilizando criterios como el coeficiente de variación o el tamaño de la muestra.

Para reconocer los créditos de la ENPCC en los documentos y publicaciones que resulten de su utilización, se debe usar el siguiente texto en la sección introductoria:

- “Esta investigación utilizó información de la III Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural 2012. El autor agradece al Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, propietario intelectual de la encuesta, haberle permitido disponer de la base de datos. Todos los resultados del estudio son de responsabilidad del autor y en nada compromete al Consejo”.

Y el siguiente texto en las referencias bibliográficas:

- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. Departamento de Estudio. III ENPCC 2012.

2. FORMATO BASE DE DATOS

La base de dato se encuentra en formato .sav, el cual corresponde al paquete estadístico SPSS versión 19.0.

3. PONDERACIÓN DE LA BASE DE DATOS

La base de datos debe ser trabajada siempre con la variable correspondiente a la ponderación activa. Se debe tener presente que esta muestra no es autoponderada, ya que el diseño muestral se realizó separando a la población en 15 estratos, permitiendo realizar inferencias estadísticas en la zona urbana en los siguientes niveles:

- Región de Arica y Parinacota
- Región de Tarapacá
- Región de Antofagasta
- Región de Atacama
- Región de Coquimbo
- Región de Valparaíso
- Región Libertador Bernardo O’iggins
- Región del Maule
- Región del Biobío
- Región de la Araucanía

- Región de Los Ríos
- Región de Los Lagos
- Región de Aysén
- Región de Magallanes
- Región Metropolitana

En la base de datos, la variable correspondiente al factor de expansión se denomina **Exp**, esta ponderación debe estar activa para realizar cualquier tipo de análisis.

4. VARIABLES XX

Las siguientes variables que inician con las letras “xx” son variables que se construyen a partir de preguntas originales de la encuesta.

- **xxTCIUDAD** = Tamaño de ciudad
- **xxmacrozonas** = Macrozonas
- **xxtramo_edad** = Tramos Etarios(Rangos)
- **xxneduc** = Nivel Educativo
- **xxTOTALpersonas** = Total de personas en el hogar
- **xxpercapita** = Percápita Original
- **xxpercapitaHD** = Percápita corregido por HD
- **xxtotalingresos** = Total de Ingresos en el hogar (original)
- **xxtotalingresosHD** = Total de Ingresos corregido por HD
- **xxtramo_ingresoHD** = Tramo ingreso Familiar por HD
- **xxedjh2 Educación** = Jefe de Hogar Agregado
- **xxGSEHD** = GSE corregido tramo por HD

5. ÍNDICES DE CONSUMO Y PRÁCTICAS CULTURALES

Adicionalmente encontrarán en la base de datos los siguientes índices vinculados con el consumo y prácticas culturales.

- **índice1**
- **índice2**
- **índice3**
- **índice4**
- **índice5**

Cabe considerar, que los índices se construyeron a partir de las preguntas originales de la encuesta que se detallan a continuación.

5. 1. Índice de Espectáculos Culturales

Este índice se denomina en la base de datos **indice1**.

Se suman todos los puntajes de:

- P17
- P9
- P24
- P33
- P47
- P58
- P79
- Subíndice P113.1
- Subíndice P113.2
- Subíndice P113.3
- Subíndice P113.4

Categoría Subíndice P113.x	Código	Puntaje
Si (en alguna)	1	1
No (en todas)	2	0
NS/NR (en todas)	99	0

Donde:

- ✓ -1= nunca ha asistido
- ✓ 0 = no asiste, no compra, etc. no sabe, no responde
- ✓ 1 = asiste, o compra, etc.

Se obtiene un puntaje total, que varía entre -6 y 11.

Se categoriza en:	
<=0	Sin asistencia
>0 y <5	Asistencia baja
>=5	Asistencia alta

5.2. Índice de Hábitos de Consumo Cultural

Este índice se denomina en la base de datos **indice2**.

Se suman todos los puntajes de:

- P1
- P37
- P64
- P75
- P87
- P94
- P98
- P107
- P110
- Subíndice P114

Categoría Subíndice P114	Código	Puntaje
Si (en alguna)	1	1
No (en todas)	2	0
NS/NR (en todas)	99	0

Donde:

- ✓ -1 = Nunca ha consumido
- ✓ 0 = No hay consumo cultural
- ✓ 1 = Si hay consumo cultural

Se obtiene un puntaje total, que varia entre -8 y 10.

Se categoriza en:	
<=0	Sin asistencia
>0 y <5	Asistencia baja
>=5	Asistencia alta

5.3. Índice de Compra de Productos Culturales

Este índice se denomina en la base de datos **indice3**.

Se suman todos los puntajes de:

- P39 (alt. Sí=1,2,3,8; No=resto de alt.)
- P52
- P62
- P90 (alt. Sí=2,3,8; No: resto de alt.)
- P115

Los rangos de puntaje del Índice Compra de Productos Culturales:

- ✓ ≤ 0 No compra productos culturales
- ✓ > 0 y < 3 Baja compra de productos culturales
- ✓ ≥ 3 Alta compra de productos culturales

Se obtiene un puntaje total, que varía entre 0 y 5.

Se categoriza en:	
0	Sin asistencia
> 0 y < 5	Asistencia baja
≥ 5	Asistencia alta

5.4. Índice de Formación y Práctica Cultural

Este índice se denomina en la base de datos indice4.

Se suman todos los puntajes de:

- P8
- P16
- P32
- P45
- P61
- P74
- P86
- P106

Se obtiene un puntaje total, que varía entre 0 y 8.

Se categoriza en:	
=0	Sin formación
>0 y <2	Formación baja
>=3	Formación Alta

P8	Artes Visuales	(x3)
P16	Teatro	(x2)
P32	Circo	(x3)
P45	Música	(x2)
P61	Artesanía	(x2)
P74	Lectura	(x2)
P86	Cine	(x1)
P106	Nuevos Medios	(x1)

Categoría	Código	Puntaje
Si (en alguna)	1	1
No (en todas)	2	0
NS/NR (en todas)	99	0

5.5. Índice de Equipamiento Cultural

Este índice se denomina en la base de datos indice5.

Se suman todos los puntajes de

- 5
- 6
- 15
- 31
- 44
- 46
- 60
- 73
- 93
- 103
- 105

Se obtiene un puntaje total, que varía entre 0 y 11.

Se categoriza en:

>0 y <5	Sin Equipamiento	Podemos asumir que muchos hogares van a tener algún tipo Cámara/Música /Películas/Computadores
>=5 y <9	Equipamiento Bajo	
>=9	Equipamiento Alto	

P5	Artes Visuales	(x1)
P6	Artes Visuales	(x4)
P15	Teatro	(x1)
P31	Circo	(x3)
P44	Música	(x4)
P46	Música	(x3)
P60	Artesanía	(x1)
P73	Lectura	(x2)
P93	Películas	(x2)
P103	Nuevos Medios	(x5)
P105	Nuevos Medios	(x1)



6. Variable Grupo Socioeconómico

La variable grupo socioeconómico, denominada en la base de datos GSEHD se construyó por las siguientes razones:

Originalmente la variable, estaba referida a los quintiles de ingreso, pero presentaba un 19,1% sin datos de la población muestral y expandida, por lo tanto no discriminaba porque generaba grupos homogéneos entre sí, es decir los *quintiles II, III y IV* eran muy parecidos. Al considerar esta falencia de la variable, se decidió reemplazarla por grupo socioeconómico, utilizando la variable original de ingreso per cápita.

Para elaborar esta nueva variable, la base fue ordenada según *Región, Comuna, Ingreso Percápita* y luego por la variable *Educación del Jefe de Hogar* agregada (denominada en la base de datos “*edjh2*”); se generó la construcción de diversos subgrupos que fueron aleatorizados generando una nueva variable con los datos donantes;

- Para los casos en que la base original tiene datos se dejó el dato original;
- Para los casos en que no existía información se tomó el dato obtenido en la aleatorización, si ese caso se encontraba vacío se consideró el siguiente;
- En el caso que el siguiente no tuviera información, no se realizó el proceso de imputación.

De esta forma, se generó la variable *grupo socioeconómico*, denominada en la base de datos “GSEHD”, que presenta un 8,2% sin información de la población muestral y expandida.