

## ENCUESTA DE CONSUMO Y HÁBITOS CULTURALES EN ANDALUCÍA

Memoria técnica

---

### 0. IDENTIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD

#### Código y denominación de la actividad

03.01.01 Encuesta de consumo y hábitos culturales en Andalucía.

#### Tipo de actividad

Actividad estadística.

#### Clasificación de la actividad

- En función de su etapa de desarrollo: *Proyecto*.
- En función de su objeto: *Actividad de producción*.

#### Área temática

Uso del tiempo.

#### Subárea temática

Cultura, deporte y ocio.

#### Sectores económicos u otros sectores cubiertos por la actividad

-

#### Organismo responsable

Consejería de Cultura.

#### Unidad ejecutora

Unidad Estadística y Cartográfica de la Consejería de Cultura. Servicio de Información y Difusión. Viceconsejería.

#### Organismos colaboradores y convenio

Instituto de Estudios Sociales Avanzados (IESA).

### 1. INTRODUCCIÓN

#### Área de estudio

Se obtiene información estadística relativa a los hábitos y prácticas culturales de los andaluces y andaluzas, así como de su comportamiento respecto del consumo cultural y forma de adquisición de determinados productos culturales.

#### Marco conceptual: conceptos y definiciones

La Encuesta de consumo y hábitos culturales en Andalucía es una investigación por muestreo que trata de recopilar información sobre temas relacionados con el grado de interés, consumo y hábitos de la población andaluza respecto de las actividades y prácticas culturales.

Los indicadores de “hábito cultural” tratan de analizar el comportamiento habitual de la población ante las diversas actividades y prácticas relacionadas con la cultura, y su nivel de intensidad el que se



realizan. Los indicadores de “consumo cultural” recogen información sobre patrones de consumo cultural y formas de adquisición de los diversos bienes y servicios culturales.

### **Antecedentes: en el tiempo / en otros ámbitos**

#### **- En el tiempo:**

En Andalucía, el Pacto Andaluz por el Libro, por encargo de la Consejería, ha venido realizando con cierta regularidad estudios sobre hábitos de lectura y compra de libros, aportando indicadores que contribuyen a establecer un diagnóstico de la situación de la lectura en el ámbito de la Comunidad Autónoma.

Asimismo, el Instituto de Estudios Sociales Avanzados (IESA), en colaboración con la Consejería de Cultura, ha llevado a cabo hasta 3 ediciones del Barómetro Andaluz de Cultura (2008, 2010 y 2012). Se trata de un estudio demoscópico que sirve de instrumento de medición de la relación de la sociedad andaluza con la cultura, analizando los comportamientos y tendencias de los andaluces hacia el uso del tiempo libre, criterios de ocio y percepción de horizontes de pertenencia y/o simpatía culturales.

#### **- En otros ámbitos:**

A nivel nacional, el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, a través de su División de Estadística y con la colaboración del Instituto Nacional de Estadística, lleva a cabo la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España. Los trabajos desarrollados hasta el momento se han visto reflejados a través de las ediciones 2002-2003, 2006-2007 y 2010-2011 (esta última en septiembre de 2011). Su finalidad es múltiple, por una parte, evaluar la evolución de los principales indicadores relativos a los hábitos y prácticas culturales de los españoles y, por otra, profundizar en otros aspectos relevantes en el ámbito cultural, especialmente en lo que respecta a los consumos culturales.

### **Justificación y utilidad**

El conocimiento demoscópico y estadístico del sector cultural andaluz sabemos que también requiere, junto con la periódica consulta de amplio espectro temático, realizar estudios de los diferentes segmentos, en la medida en que ciertas manifestaciones, hábitos y tendencias productivas y sociales de la cultura experimentan variaciones coyunturales que, llegado el caso, convendría analizar como potenciales cambios en la estructura.

La potente presencia de la cultura en las sociedades actuales, como es la nuestra de Andalucía, puede invitar a tomar una apariencia estática como persistencia saludable, siendo que sin embargo existan corrientes de transformación muchas veces constatadas a destiempo, cuando no tarde. En ocasiones, también, aceptamos la inevitabilidad de cierto anquilosamiento en las instituciones, sin pulsar a tiempo las capacidades de adaptación, innovación y cambio que estas puedan desarrollar.

La Encuesta de consumo y hábitos culturales en Andalucía ha permitido adquirir un conocimiento objetivo sobre los hábitos culturales de la población andaluza, y profundizar en otros aspectos relevantes en el ámbito cultural, como es el consumo cultural, constituyendo un instrumento útil en los procesos de planificación y coordinación en el marco de la política y administración cultural, al tiempo que satisfacen las necesidades de información generadas en torno a este campo cultural por parte de los ciudadanos y ciudadanas, empresas e instituciones públicas y privadas.

Con este trabajo, Andalucía se incorpora a la línea de encuestas sobre consumo y hábitos culturales iniciadas a nivel nacional por el Ministerio de Cultura desde 2002-2003 y que viene actualizando cada cuatro años. No obstante, la edición andaluza, a diferencia de la encuesta del Ministerio, permite una desagregación provincial de los hábitos culturales así como un mayor conocimiento en áreas relevantes en la economía andaluza como es el flamenco.



## 2. OBJETIVOS

### Objetivo General

Mejorar el conocimiento sobre los equipamientos, servicios, actividades culturales y sus niveles de utilización en Andalucía, así como los hábitos y prácticas culturales de la población andaluza.

### Objetivos Específicos

- Obtener información relativa al grado de interés de los andaluces en las distintas actividades culturales.
- Conocer el grado de frecuencia e intensidad con el que se realizan actividades con componente cultural.
- Conocer los hábitos y comportamientos de los andaluces ante las distintas actividades y prácticas culturales.
- Identificar los patrones de consumo cultural en la sociedad andaluza y formas de adquisición de los diversos productos culturales.
- Colaborar en los procesos de planificación y coordinación en el marco de la política y administración cultural

### Ejes transversales

- Cohesión: la actividad es pertinente al eje de cohesión porque estudia variables que contribuyen a corregir desigualdades económicas, sociales o territoriales.
- Sostenibilidad: para esta actividad no es aplicable el eje transversal de sostenibilidad.
- Innovación: para esta actividad no es aplicable el eje transversal de innovación.
- Género: La investigación contempla la perspectiva de género en el estudio de consumo y hábitos culturales de la población andaluza.
- Evaluación de la eficacia de las políticas públicas: la actividad es pertinente a este eje en tanto que el seguimiento estadístico de los hábitos y las prácticas culturales de los andaluces proporciona información útil para la evaluación de políticas públicas que se desarrollen en esta materia.

## 3. METODOLOGÍA

### Ámbito de estudio

#### Población objeto de estudio

El ámbito poblacional queda delimitado por la población de 18 años en adelante que reside en viviendas familiares dentro del territorio de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

#### Unidad investigada

Persona de 18 años en adelante residente en viviendas familiares dentro del territorio de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

#### Periodicidad en la recogida

La recogida de la información ha tenido una duración de un mes, realizada durante el período de julio de 2010. El período de referencia de los datos es múltiple, en función de la naturaleza y características de los distintos aspectos culturales que se plantea estudiar, aunque los más utilizados han sido el trimestre y el año.



## Desagregación territorial máxima alcanzada

El ámbito geográfico se corresponde con la Comunidad Autónoma de Andalucía, alcanzándose la máxima desagregación a nivel provincial.

## **Variables**

Grado de interés por actividades culturales, comportamientos y hábitos culturales de la población andaluza, niveles de frecuencia e intensidad, patrones de consumo cultural y formas de adquisición de productos culturales.

## **Recogida de información**

Se trata de una investigación por muestreo, basada en 2.400 entrevistas presenciales, dirigida a la población de 18 años en adelante residente en viviendas familiares dentro del territorio de la Comunidad Autónoma de Andalucía. El pre-test del cuestionario y trabajo de campo se lleva a cabo por la Unidad de Recogida Centralizada de Encuestas (URCE) del IESA.

## Tipo de muestreo

El tipo de muestreo utilizado es estratificado por grupos socioeconómicos. Dentro de cada estrato se realiza un muestreo sistemático de las secciones, con probabilidad proporcional a la población de 18 años o más. La elección de la unidad final se realiza por rutas aleatorias y cuotas de sexo y edad.

## Estratificación

La variable utilizada para la estratificación se calcula a partir de una clasificación de secciones según criterios sociodemográficos basada en el Censo de 2001. La afijación de la muestra es proporcional a la población del universo dentro de cada grupo sociodemográfico.

## Tamaño de la muestra teórica

2.400 entrevistas.

## Tamaño de la muestra real

2.382 entrevistas.

## Tipo de entrevista

Presencial mediante entrevistador, realizada en los domicilios.

## Elección de la unidad final de muestreo

La elección de las secciones censales se hará con probabilidad proporcional a su población utilizando los datos del Padrón Municipal de Habitantes de enero de 2009. Cada ruta se compone de una muestra de 6 personas, y por tanto la estratificación por sección, debe incluir 342 secciones que se elegirán a través de un muestro sistemático dentro de cada estrato. La elección de las personas que entrarán a formar parte de la muestra se realiza mediante recorridos aleatorios dentro de cada sección, con puntos de arranque escogidos aleatoriamente, y obligando a ajustarse a unas cuotas de sexo y grupos de edad que serán proporcionales a la población de la sección, con un posterior ajuste para que la distribución de la población en cada estrato en la muestra sea la misma que en la población.

## Niveles de error

El nivel de error absoluto máximo esperado de los resultados de la encuesta, para las frecuencias de cada variable a nivel autonómico, es de  $\pm 2\%$ , para un nivel de confianza del 95%. Para los resultados provinciales el nivel de error absoluto máximo oscila entre el 4,1% de Sevilla y el 8,5% de Almería.



Tiempo medio de la entrevista  
22 minutos.

## **Restricciones y alternativas**

### **- Restricciones**

- Externas (disponibilidad, tanto material como temporal, de las fuentes): El alcance del recuerdo sobre aspectos relacionados con consumos y hábitos culturales obliga a manejar períodos temporales cortos (trimestres), disminuyendo así el efecto negativo del recuerdo a más largo plazo.
- Internas (económicas, personales, materiales, etc.): ningunas.
- Metodológicas: ningunas.

## **4. PLAN DE ANÁLISIS, TABULACIÓN Y COMPILACIÓN**

### **Preparación y tratamiento base de la información**

La información de base obtenida a través de estudio de campo, ha sido sometida por el IESA a procesos de depuración y validación.

### **Sistemas de codificación y nomenclaturas utilizados.**

No se utilizan.

### **Criterios y variables de clasificación**

- Clasificaciones oficiales y clasificaciones diseñadas para la actividad en concreto: Género, edad, provincia y nivel de estudios.
- Exhaustividad de las clasificaciones: Las clasificaciones son exhaustivas.
- Diseño de las clasificaciones: Propio.
- Soporte de las clasificaciones: Papel e informático.
- Acrónimos: No se utilizan.

### **Análisis realizado y metodología**

El fichero de microdatos de la encuesta, una vez depurada y validada la información, ha sido sometido a tratamiento estadístico con la finalidad de obtener las ponderaciones por grupos socioeconómicos y por provincias, obteniendo como resultado un fichero final preparado para la explotación de los resultados.

### **Control de calidad**

Los microdatos de la encuesta facilitados por el IESA son sometidos a controles y procesos de depuración por parte del IESA y, en segunda instancia, de la Unidad Estadística y Cartográfica de la Consejería.

### **Garantía de secreto estadístico**

Todos los datos de índole privada, personal, familiar, económica y financiera pertenecientes a personas físicas que se utilizan en esta actividad estadística, están amparados por el secreto estadístico, regulado por la Ley 4/1989, de 12 de diciembre, de Estadística de la Comunidad Autónoma de Andalucía (artículos del 9 al 13).



En todo caso, los ficheros de microdatos facilitados por el IESA a esta Unidad Estadística y Cartográfica no contiene información que pueda identificar a personas, por tanto, no procede en este caso las medidas de protección por el deber del secreto estadístico.

## **Normas y estándares de aplicación**

-

## **Posibles resultados (plan de tabulación, mapas, fotos, servicios, datos espaciales u otros que se esperan obtener)**

- Grado de interés por las distintas actividades culturales.
- Nivel de participación y hábitos en la realización de actividades y prácticas culturales.
- Perfil de la población que realiza las diversas actividades culturales.

## **Niveles de desagregación territorial alcanzados**

En general, se obtienen resultados para el total de la Comunidad Autónoma de Andalucía, siendo el máximo nivel de desagregación alcanzado el provincial.

## **Unidades de medida utilizadas**

Los datos están expresados en valores absolutos.

## **Indicadores que se van a construir**

Grado de interés por actividades culturales, comportamientos y hábitos culturales de la población andaluza, niveles de frecuencia e intensidad, patrones de consumo cultural y formas de adquisición de productos culturales.

## **5. PLAN DE DIFUSIÓN**

### **Denominación de la publicación**

Encuesta de consumo y hábitos culturales en Andalucía.

### **Organismo difusor**

Consejería de Cultura.

### **Tipo de producto de difusión (microdatos, datos espaciales, tablas, gráficos, mapas, fotos, bases de datos, directorios, servicios -WMS para aplicaciones,...-, informes, otros)**

Tablas y gráficos.

### **Medio de difusión (Internet, CD-DVD, publicación impresa)**

Internet.

### **URL**

La información estadística relativa a esta actividad se publica en la página Web de la Consejería de Cultura, en la siguiente dirección.

<http://www.juntadeandalucia.es/culturaydeporte/web/estadistica/sites/consejeria/estadistica/habicu>

### **Periodicidad de la publicación**

Cuatrienal



**Periodicidad de difusión de resultados**

Cuatrienal

**Perfil de los receptores (descripción de los usuarios potenciales de los datos)**

La información estadística estará disponible para cualquier usuario y usuaria que desee consultarla a través del Portal Web de la Consejería de Cultura (particulares, empresas e instituciones públicas y privadas).

**Disponibilidad de bases de datos**

Cualquier persona usuaria podrá disponer de la información estadística publicada en la página Web, previa solicitud, en otros soportes que faciliten la utilización de los datos publicados en Internet: bases de datos en Access, ficheros Excel, etc.

**Posibilidad de peticiones específicas a demanda o disponibilidad de microdatos**

La Unidad Estadística y Cartográfica de la Consejería de Cultura podrá elaborar tabulaciones a medida, siempre y cuando se disponga de la información solicitada, el nivel de detalle de las estimaciones cuenten con el suficiente rigor estadístico, y salvaguardando en todo momento el secreto estadístico, de acuerdo con lo previsto en la Ley 4/1989, de 12 de diciembre, de Estadística de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

**6. CRONOGRAMA**

El cronograma de la “Encuesta de consumo y hábitos culturales en Andalucía 2010” ha sido el siguiente:

	Año 2010										Año 2011				
	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May	
Diseño cuestionario y pre-test	X	X	X												
Recogida de información				X											
Tratamiento de datos y análisis						X	X	X	X	X	X	X	X		
Difusión de resultados														X	

**7. ANEXOS**

- Ficha técnica y cuestionario estadístico.

