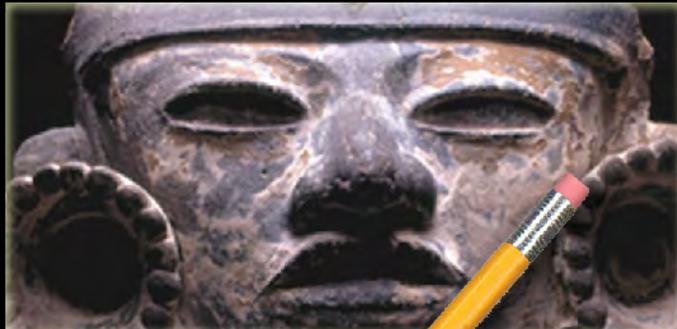
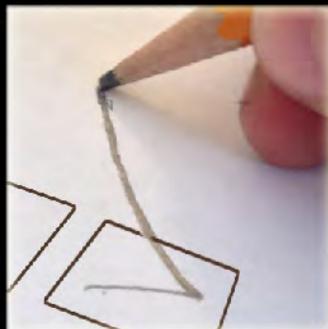
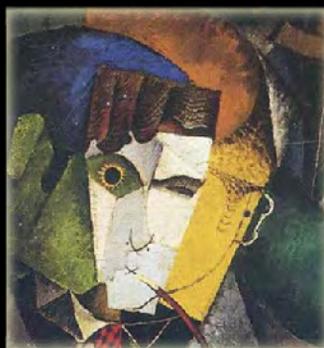


Instituto Nacional de Estadística y Geografía

Encuesta Nacional de Consumo Cultural de México 2012



 CONACULTA


INSTITUTO NACIONAL
DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA

Obras complementarias publicadas por el INEGI sobre el tema:

Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH); Encuesta Nacional de Uso del Tiempo (ENUT); Encuesta Nacional sobre Prácticas de Lectura 2006.

Catalogación en la fuente INEGI:

306.021 Encuesta Nacional de Consumo Cultural de México (2012)
Encuesta Nacional de Consumo Cultural de México 2012 : marco conceptual /
Instituto Nacional de Estadística y Geografía.-- México : INEGI, c2014.

5 p. : il.

ISBN En trámite.

1. Cultura - México - Estadísticas - Metodología. I. Instituto Nacional de Estadística y Geografía (México).

Si requiere más información sobre esta obra, favor de contactarnos a través de:

Centros de información (consulte el domicilio en Internet)

Larga distancia sin costo: 01 800 111 4634

www.inegi.org.mx

atencion.usuarios@inegi.org.mx

Síguenos en:   

DR © 2014, **Instituto Nacional de Estadística y Geografía**

Edificio Sede

Avenida Héroe de Nacozari Sur 2301

Fraccionamiento Jardines del Parque, 20276 Aguascalientes,

Aguascalientes, Aguascalientes, entre la calle INEGI,

Avenida del Lago y Avenida Paseo de las Garzas.

Para el diseño de la portada y contenidos se hizo uso de imágenes compartidas por CONACULTA

Contenido

1. Presentación	1
1.1 Antecedentes	3
1.2 Objetivo	5
1.3 Características sociodemográficas	6
2. Asistencia y gasto en actividades culturales	9
2.1 Sitios o eventos culturales seleccionados	12
2.2 Fiestas tradicionales	14
2.3 Ferias y festivales	16
2.4 Espectáculos culturales en la vía pública	17
2.5 Cursos y talleres culturales	19
2.6 Uso de Internet	21
2.7 Adquisición de productos culturales en la vía pública	23
3. Participación en la organización y desarrollo de actividades culturales seleccionadas	27
3.1 Participación voluntaria	29
3.1.1 Eventos culturales seleccionados	29
3.1.2 Fiestas tradicionales	30
3.1.3 Ferias y festivales	30
3.1.4 Cursos y talleres culturales	31

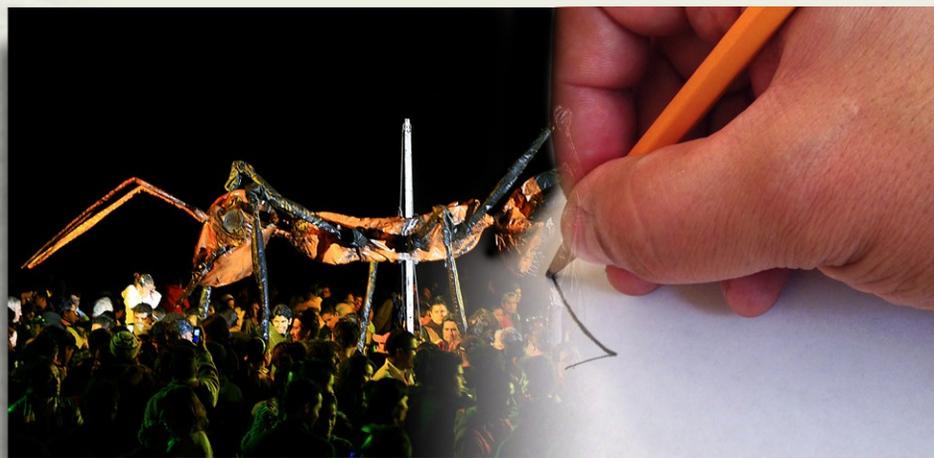
ENCCUM 2012

3.2	Desarrollo de actividades culturales en la vía pública	31
3.3	Elaboración de artesanías	32
4.	Consideraciones finales	35
5.	Gráficos	39
6.	Metodología	65
6.1	Objetivo general	67
6.2	Diseño muestral	67
6.3	Marco de la encuesta	69
6.4	Esquema de muestreo	69
6.5	Tamaño de la muestra	70
7.	Conceptos y definiciones	71
8.	Anexo estadístico	75

Encuesta Nacional de Consumo
Cultural de México
ENCCUM 2012

1

Presentación





1. Presentación

El **Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)**, con el apoyo del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), implementa por primera ocasión la **Encuesta Nacional de Consumo Cultural de México (ENCCUM) 2012**, que tiene como principal objetivo conocer los gastos realizados por los hogares para la adquisición de los servicios y productos culturales disponibles en el país, y que no se encuentran medidos o identificados exclusivamente a través de otros instrumentos estadísticos. La **ENCCUM** viene así a llenar el espacio existente sobre el conocimiento de los flujos económicos que vinculan a los hogares con la diversidad cultural en el entorno del mercado y fuera de él, a partir de variables y cuadros contables en unidades físicas y monetarias que amplían la información de la Cuenta satélite de la cultura de México (CSCM) en su versión resumida.

Cabe resaltar que el diseño de la **ENCCUM 2012**, además de centrarse en las necesidades de información para nutrir la cuenta satélite de estudio, complementa la información disponible en materia cultural, tanto la que genera el propio Instituto de manera recurrente, como aquella que es difundida por CONACULTA y por otras instituciones vinculadas estrechamente al sector, además de la que deriva de los organismos descentralizados, desconcentrados y autónomos.

1.1 Antecedentes

En relación con los antecedentes en materia de levantamientos de información sobre temas vinculados con el sector de la cultura, se cuenta por una parte con las diferentes encuestas que de manera regular realiza el INEGI y cuyos resultados permiten detallar al menos parcialmente algunos elementos como el gasto en productos y servicios culturales, así como la información estadística generada por instituciones como el CONACULTA, también a partir de la encuesta nacional de hábitos, prácticas y consumo culturales. En este sentido, entre los instrumentos de captación del INEGI que incluyen información de cultura se pueden destacar de manera particular los siguientes:

a. Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH)

Esta encuesta es realizada por el **INEGI** desde el año de 1984 y proporciona información con un importante nivel de desagregación de los ingresos y de los gastos de la población, encontrándose entre ellos los relacionados con la cultura, como el gasto en libros, periódicos, revistas, discos, entre otros bienes.

Adicionalmente, se dispone de información sobre el gasto en servicios de recreación, tales como cine, teatros, conciertos, espectáculos deportivos, museos y ferias, entre otros. La información que se aprovecha para el presente estudio corresponde al año 2010.

b. Encuesta Nacional de Uso del Tiempo (ENUT)

Esta encuesta se presenta como un módulo de la ENIGH y presenta datos para los años 2002 y 2009. Recaba información de la población de 12 y más años sobre el tiempo dedicado a actividades diversas, entre las que se encuentran las relacionadas con la cultura y recreación, como la asistencia a eventos culturales, deportivos y de entretenimiento; participación en juegos y aficiones; deportes y ejercicio físico; así como utilización de medios masivos de comunicación. Para el estudio de la cuenta satélite se considera como referencia la información del año 2009.

c. Encuesta Nacional sobre Prácticas de Lectura 2006

El objetivo de esta Encuesta es el de generar información estadística que permita conocer las prácticas sobre lectura en las escuelas de educación básica para sus tres niveles: preescolar, primaria y secundaria. Ello en función de la disponibilidad, acceso, circulación y uso de los materiales de lectura de las bibliotecas de las escuelas incorporadas a la Secretaría de Educación Pública (SEP).

d. Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares (ENGASTO)

Esta es una encuesta que se viene levantando recientemente, y tiene como objetivo principal recabar información sobre los gastos en bienes y servicios de consumo de los hogares, entre ellos los bienes y servicios culturales, por ejemplo, el gasto en internet y televisión; gasto en recreación y cultura, tales como entradas a estadios deportivos, hipódromos, autódromos, velódromos; entradas a ferias, parques de diversiones y juegos mecánicos; clases con maestros particulares de baile, gimnasia, cerámica, tejido, natación, idiomas, informática; servicios culturales (televisión de paga, cine, teatros y conciertos, circos, museos, parques nacionales y zoológicos); gastos en libros, periódicos y revistas.

Por otra parte, el CONACULTA ha realizado diversos estudios para captar información sobre el sector cultural, entre los que se encuentran los siguientes ejercicios que han sido referencia sobre distintos aspectos de la cultura en México:

1. Encuesta Nacional de hábitos, prácticas y consumo culturales (2004 y 2010).

El propósito de esta encuesta es el de contar con información confiable y actualizada sobre temas de orden no exclusivamente económico, como la asistencia a recintos culturales (cine, teatros, museos, zonas arqueológicas), lectura, exposición de medios audiovisuales, equipamiento cultural, uso del tiempo libre, percepción de la cultura y la economía de la cultura, como el turismo cultural, gasto en artesanías y en asistencia a espacios culturales; compra de música, libros y películas.

2. Encuestas a públicos de museos, teatros, librerías y bibliotecas ubicadas en la Ciudad de México.

Estas encuestas son de periodicidad variable y están enfocadas a públicos específicos por tipo de actividad cultural. La publicación más reciente corresponde a la Encuesta a públicos de museos, para el año 2009. Su objetivo es el de conocer el perfil del público que asiste a estos recintos culturales, esto es, elementos como el lugar de residencia, si son visitantes habituales, cómo se enteraron de su existencia, la razón de su visita, la duración de la misma, la opinión sobre las salas, exposiciones y servicios que se ofrecen, entre otros temas.

1.2 Objetivo

El objetivo general de la **ENCCUM** es el de obtener información sobre los gastos realizados por los integrantes de los hogares en distintos aspectos del ámbito cultural, para proporcionar una visión cuantitativa de los aspectos económicos asociados a la cultura en el país y su incorporación a la Cuenta Satélite de la Cultura de México.

En este sentido, se debe señalar que como ejercicio preparatorio de la **ENCCUM**, se hizo un diagnóstico de la información disponible en los diferentes instrumentos estadísticos relacionados con las prácticas culturales del país, identificando la información que se requería obtener y que no se encontraba en alguno de ellos, y que su levantamiento permitiría completar los cuadros y variables definidas en el marco conceptual y metodológico de la cuenta satélite.

Entre la información que se definió como complementaria de la cuenta y objeto de ser de la encuesta se destacan los productos y servicios que derivan de prácticas culturales como las fiestas tradicionales, las ferias, los festivales artísticos y culturales, los espectáculos culturales realizados en la vía pública y la elaboración de artesanías; todas estas manifestaciones particulares de la cultura en el país.

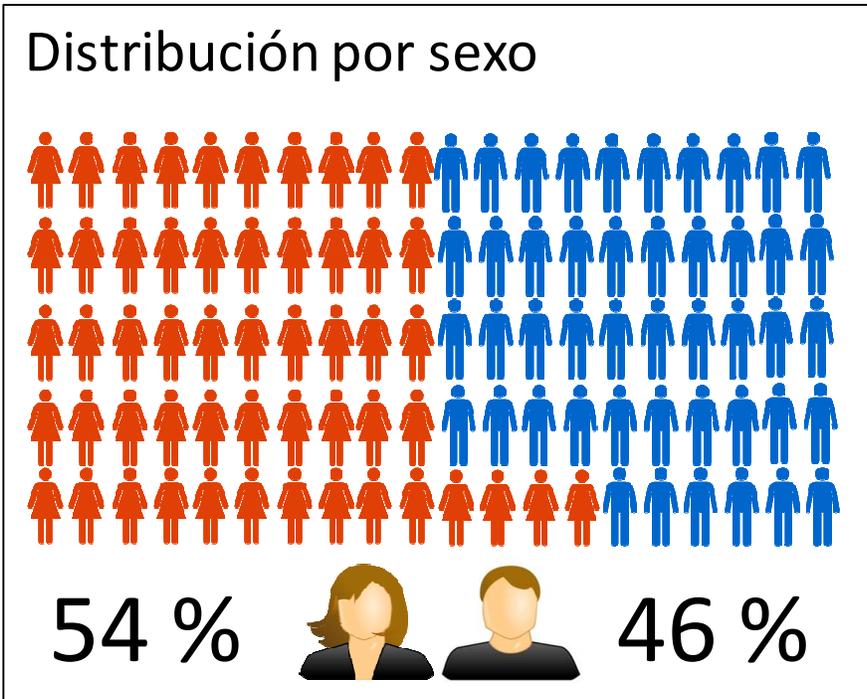
Resulta importante mencionar que para la elaboración del marco conceptual de la Cuenta satélite de la cultura de México y en consecuencia también para la **ENCCUM**, se toman como referencia las recomendaciones internacionales en la materia, tales como el Marco para Estadísticas de Cultura de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, por sus siglas en inglés); el documento *Cuentas satélites de cultura. Manual metodológico para su implementación en Latinoamérica*, publicado por la organización Convenio Andrés Bello; así como las recomendaciones de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) y de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, por sus siglas en inglés).

1.3 Características sociodemográficas

Entre las principales características socio-demográficas consideradas para la realización del presente estudio se pueden destacar las siguientes:

La población objetivo está integrada por las personas de 6 años cumplidos y más que residen en las viviendas particulares ubicadas en localidades de 15 mil y más habitantes.

La distribución de la población por sexo se ubica en 54% mujeres y 46% hombres.



La población objetivo presenta la siguiente distribución de acuerdo con cinco grupos de edad:

Distribución por grupos de edad

	Años	%
	6 a 11	11.8
	12 a 17	12.4
	18 a 29	22.5
	30 a 49	30.3
	50 y más	23.0

Encuesta Nacional de Consumo
Cultural de México
ENCCUM 2012

2

Asistencia y gasto en actividades culturales





2. Asistencia y gasto en actividades culturales

En este apartado se describen los principales resultados obtenidos por la **ENCCUM** 2012, por lo que es menester describir las características de los principales indicadores utilizados en la presentación de los resultados.

1) La caracterización del total de la población se realizó considerando las siguientes prácticas durante el año de estudio:

- El número de personas que asistieron, en al menos una ocasión, a cada una de las siguientes actividades culturales:
 - Sitios y eventos culturales seleccionados
 - Fiestas tradicionales
 - Ferias y festivales artísticos y culturales
 - Espectáculos en la vía pública
- El número de usuarios de Internet que navegaron en la red, en al menos una ocasión.
- El número de consumidores que adquirieron productos culturales en la vía pública, en al menos una ocasión.

2) A partir los resultados obtenidos acerca de las prácticas culturales mencionadas anteriormente, se presenta también su distribución por sexo, así como su desagregación por grupos de edad y por nivel de escolaridad, expresados estos resultados como porcentaje del total de la población.

3) Además de la distribución de las asistencias, se presenta también la tasa de asistencia o participación en eventos culturales, expresada en forma porcentual para obtener la siguiente información:

- Número de mujeres que asistieron o participaron, respecto del total de la población femenina.
- Hombres que asistieron o participaron, respecto del total de la población masculina.
- Personas que asistieron o participaron, respecto del total de la población, según el grupo de edad en el que se encuentren y su escolaridad, por ejemplo, el porcentaje de personas que asistió dentro del conjunto de la población que cuenta con instrucción básica, o el porcentaje de personas que tuvo participación (o asistencia) a eventos culturales dentro del conjunto de la población con edades entre los 18 y 29 años.

4) Además de presentar el número de personas, también se reporta como resultado el número de asistencias o la frecuencia del total de asistentes. Este resultado se expresa

en número de ocasiones y se desagrega también por la distribución porcentual por los criterios sociodemográficos anteriormente mencionados, esto es, por sexo, por grupos de edad, así como de nivel de escolaridad.

5) También se presenta como variable monetaria el gasto realizado por asistir o participar en alguna de las actividades culturales mencionadas expresado en pesos, que en total asciende a 122 mil 268 millones de pesos, que representa el 3.8% del gasto total de los hogares según cifras de la ENIGH en el año 2012. Estos resultados son expresados de igual modo con la respectiva distribución porcentual por sexo, grupos de edad y nivel de escolaridad.

6) Finalmente se presenta la aportación que realizan las personas de manera voluntaria ya sea en dinero, en tiempo o en especie, para la realización de los eventos y actividades seleccionados por la **ENCCUM** y se expresa además la distribución porcentual de estos resultados por sexo, grupos de edad y nivel de escolaridad.

Los indicadores descritos anteriormente se presentan para las siguientes secciones: sitios y eventos culturales seleccionados; fiestas tradicionales; ferias y festivales artísticos y culturales; cursos y talleres culturales; uso de internet; así como espectáculos culturales y adquisición de productos culturales en la vía pública.

2.1 Sitios y eventos culturales seleccionados

En el conjunto de los sitios y eventos culturales sobre los que se recabó información, incluyó espacios como teatro; cine; sitios históricos y religiosos; sitios arqueológicos; parques naturales y áreas protegidas; museos; casas de cultura; bibliotecas; hemerotecas o archivos históricos; entre otros sitios o eventos culturales; que fueron seleccionados a partir de la identificación de las necesidades de información no disponible con la desagregación requerida, para su posterior incorporación a la CSCM.

La información obtenida está encaminada a destacar actividades como las visitas realizadas a algún sitio o evento cultural, al menos en una ocasión durante un año, de las personas de 6 años y más, así como al número total de asistencias y el gasto realizado.

Se encontró que en el año 2012, el 62% de la población considerada asistió en el último año al menos en una ocasión a algún sitio o evento cultural, lo que equivale a 389 veces el cupo del Estadio Azteca¹, y se compone por un 53% de mujeres y un 47% de hombres.

Asimismo, observando la distribución porcentual de la asistencia total de personas, se encontró que quienes lo hacen con más frecuencia son las personas cuya edad oscila entre los 30 y 49 años de edad; con una tasa de asistencia para este conjunto de la población del 60% durante el año 2012. No obstante, del total de la población,

¹El Estadio Azteca tiene la capacidad de albergar a 105 000 personas.

Fuente: <http://www2.esmas.com/estadio-azteca/quienes-somos/>

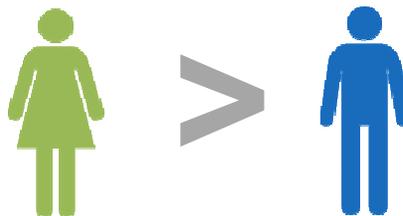
seleccionada por intervalos de edad, fueron las personas de 12 a 17 años quienes presentan la tasa de asistencia más alta, con el 76 por ciento.

Al agrupar a la población que asistió, según su nivel de escolaridad, se observa que cerca de la mitad (49%) son personas que sólo concluyeron estudios de educación básica, mientras que la tasa de asistencia de la población con este nivel de escolaridad es del 53 por ciento.

Asistencia al menos en una ocasión a sitios y eventos culturales seleccionados

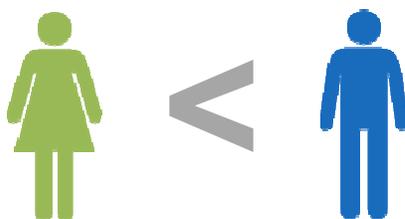


Paralelo a la asistencia en al menos una ocasión, se obtuvo información sobre la frecuencia, esto es, el número total de asistencias con que las personas acuden a sitios y eventos culturales. En el año 2012 el número total de asistencias fue de aproximadamente de 633 millones, que se componen en su mayoría por mujeres, quienes realizan el 54% mientras que los hombres realizaron el 46 por ciento.



Considerando la clasificación por edad y nivel de escolaridad, se observa que el grupo con el mayor número de asistencias a sitios y eventos culturales se encuentra entre las personas cuyo rango de edad oscila entre los 18 y los 29 años, y que cuentan con educación básica, aunque si se cuenta por número de personas (y no de asistencias) que asistieron en al menos una ocasión a este tipo de sitios, se observa que aquellas con edades entre los 30 y 49 años son las que ocupan el primer lugar.

Revisando la información en valores monetarios recabada mediante la encuesta, se puede observar que el monto de las erogaciones por el disfrute de las prácticas culturales es superior a los 30 mil millones de pesos, y se observa que son los hombres quienes realizan el 56% de dicho gasto, mientras que las mujeres ejercen el 44% restante. Se observa asimismo, de acuerdo a la distribución por edades, que las personas cuya edad oscila en el intervalo de entre 30 y 49 años realizan el 37% de este gasto.



2.2 Fiestas tradicionales

Como parte de las necesidades de información identificadas para la caracterización de la cuenta satélite de cultura en la medición de los hogares, y como una característica particular de las manifestaciones culturales del país, se encuentran las fiestas tradicionales, ya sean religiosas, cívicas o patrias, o bien carnavales. En este sentido, en el presente apartado se describe la información obtenida sobre la asistencia a este tipo de eventos y celebraciones, así como el gasto realizado por el acceso a ellos.

Los resultados de la encuesta reflejan que el 60% de la población asistió, durante el año 2012, al menos en una ocasión a las fiestas tradicionales del país. Cabe destacar que el número total de personas que asistieron al menos en una ocasión a fiestas tradicionales durante el año 2012, es equivalente a 4 121 veces la capacidad de asistentes del Auditorio Nacional.

Del total de la población que asistió al menos en una ocasión a fiestas tradicionales, el 54% fueron mujeres, mientras que el 46% restante fueron hombres. Asimismo se observó en relación a la tasa de participación, que seis de cada 10 mujeres asistieron, mientras que la población masculina presentó un resultado similar.

Por rango de edad, se observó que la población con edades de entre los 30 y 49 años fue la que más asistió a este tipo de actividades, con el 30% del total de asistentes al menos en una ocasión, mientras que las personas que menos asistieron fueron aquellas cuyo rango de edad oscila entre los 6 y 11 años de edad, con el 12 por ciento. Por otro lado, se destaca que para todos los rangos de edad, seis de cada 10 personas asistieron al menos en una ocasión, a excepción de las personas con 50 y más años de edad, de las cuales sólo cinco de cada 10 personas asistieron.

En cuanto a los resultados presentados por nivel de escolaridad, se observa que la población con educación básica tuvo la mayor asistencia al menos en una ocasión, con el 56% del total de la población asistente a fiestas tradicionales, en contraste con la población asistente que no posee algún nivel escolar, la cual representó tan sólo el 4%, mientras que las personas con educación media y superior tuvieron una asistencia similar, con el 22% y 18%, respectivamente.

Asistencia al menos en una ocasión a fiestas tradicionales



Atendiendo a la frecuencia, es decir, el número total de asistencias (no de personas) a fiestas tradicionales, fue de una cantidad cercana a los 141 millones en 2012. Se destaca que el mayor número de asistencias las realizaron las mujeres, con el 55%; las personas cuyo rango de edad oscila entre los 30 y 49 años de edad, con el 31%; y las personas con educación de nivel básico, con el 50 por ciento. En el extremo contrario, se observa que las personas que tuvieron el menor número de asistencias fueron los hombres, con el 45%; las personas con edades entre los 12 y 17 años, con el 13%; al igual que las personas que no poseen algún nivel de escolaridad, con el 2%.

El gasto total por ingresar a fiestas tradicionales ascendió a poco más de 476 millones de pesos en el año 2012. En este sentido, por cada 100 pesos gastados, los hombres gastaron 62 pesos y las mujeres 38 pesos. Por otro lado, considerando la clasificación por rangos de edad, quienes realizaron el mayor desembolso fueron las personas cuyo rango de edad oscila entre los 30 y 49 años de edad, puesto que por cada 100 pesos gastados, aportaron 52 pesos; en contraste, las personas con edades entre los 6 y 11 años aportaron tan sólo 1 de cada 100 pesos gastados. Finalmente, a partir de los resultados clasificados por nivel de escolaridad, se observa que por cada 100 pesos gastados, 40 pesos fueron por personas con nivel superior, 30 pesos fueron gastados por personas con nivel medio, y 27 pesos por aquellas con nivel básico.

2.3 Ferias y festivales artísticos y culturales

Las ferias y festivales artísticos y culturales son organizados con el objetivo de presentar y difundir contenidos simbólicos a través de actividades que conforman parte del quehacer del sector de la cultura, ya sea cine, música, danza, literatura, entre otras, además de impulsar transacciones económicas entre productores y consumidores, lo que se vuelve de interés para ser captadas por la **ENCCUM**.

En este tenor, se obtuvieron resultados que permiten caracterizar adicionalmente a las personas que disfrutaron de dichas manifestaciones. En cuanto a la asistencia de la población a este tipo de eventos en el año 2012, se observa que casi 4 de cada 10 personas participó en al menos una ocasión en actividades culturales; en términos de la distribución porcentual por sexo, se observa que el 60% fueron hombres, mientras que el 40% restante fueron mujeres.

Asistencia en al menos una ocasión a ferias y festivales

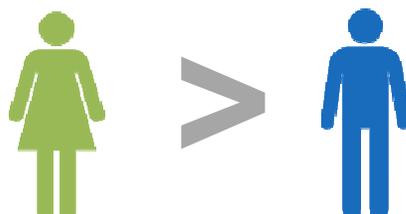


Asimismo, atendiendo a la clasificación por grupos de edad, se observa que del total de personas que asistieron a este tipo de actividades culturales, las que más lo hicieron fueron aquellas cuya edad oscila entre los 30 y 49 años, con el 40%. Lo anterior en contraste con el grupo de personas con edades entre los 6 y 11 años, que fueron las que menos asistieron y representaron tan sólo el 7 por ciento.

Respecto a la clasificación por nivel de escolaridad, los resultados muestran que por cada 100 personas que asistieron al menos en alguna ocasión, 46 personas poseían educación de nivel básico, 28 personas educación de nivel superior, 22 personas educación media, y una no contaba con algún nivel escolar. Cabe destacar que al revisar el universo de personas que cuentan con educación superior, se observó que la mitad de ellas asistieron al menos en una ocasión a este tipo de actividades culturales.

Por otro lado, al considerar el número total de asistencias (no de personas) se observa que éstas se acercaron a los 80 millones en el año 2012. Se observó que el mayor número de asistencias las realizaron las mujeres, con el 53%, mientras que los hombres realizaron el 47% restante; a su vez, con relación a los grupos de edad, se

verificó que quienes más asistencias realizaron fueron aquellas personas cuyo rango de edad oscila entre los 18 y 29 años; y finalmente, atendiendo a la clasificación por nivel escolar, fueron aquellas personas con estudios de nivel básico, con el 41%, quienes mayor número de asistencias realizaron.



Con relación a los indicadores monetarios, se observó que el gasto total por el ingreso a ferias y festivales artísticos y culturales ascendió a más de mil 765 millones de pesos en el año 2012. De este gasto total, sobresale que las personas que más gastaron fueron aquellas del sexo masculino, con el 51%; las personas cuyo rango de edad oscila entre los 18 y 29 años, con el 40%; y las personas con educación de nivel superior, con el 50 por ciento. En contraste, quienes realizaron el menor desembolso fueron aquellas del sexo femenino, con el 49%; las personas con edades entre los 6 y 11 años, con el 2%; y las personas con estudios de nivel básico, con el 20% del gasto total.

2.4 Espectáculos culturales en la vía pública

Otro tipo de actividades culturales de interés que contempla la **ENCCUM** son aquellas efectuadas en la vía pública, que debido a las características particulares de su realización, pueden ser captadas por medio de encuestas. En tal contexto, la **ENCCUM** permite identificar y caracterizar al público que ha presenciado este tipo de manifestaciones culturales. Dentro del conjunto de espectáculos culturales en la vía pública se incluyen presentaciones de música, teatro, danza, pintura, escultura y fotografía.

Cabe aclarar, entre las peculiaridades de este tipo de espectáculos, que en casi todas las ocasiones que se llevan a cabo, el presenciarlos no exige cubrir cuota alguna sino una cooperación voluntaria; son organizadas de manera independiente; al momento de presenciarlos, el espectador no se encuentra en la disyuntiva de asignar una fracción específica de tiempo al día como parte de sus actividades, o bien, haberlo planeado con antelación; se presencian de manera voluntaria para ser captado por un público en el ejercicio cotidiano de transitar por la vía pública.

A partir de los resultados obtenidos, se observa que el 29% de la población se detuvo a presenciar de forma voluntaria, al menos en una ocasión, este tipo de

espectáculos en el año 2012, lo que equivale a 12 mil 292 veces el cupo del teatro del Palacio de Bellas artes². Asimismo, se identificó que del total de asistentes el 51% fueron mujeres, mientras que los hombres representaron el 49% restante.

Asistencia al menos en una ocasión a espectáculos culturales en la vía pública



Atendiendo a la clasificación por grupos de edad, sobresale el hecho de que las personas que más asistieron a los espectáculos culturales en la vía pública fueron aquellas cuyo rango de edad oscila entre los 30 y 49 años, con el 30%, apenas por encima de aquellas con edades entre los 18 y 29 años, con el 28%. En el extremo opuesto, las personas que menos asistieron a este tipo de espectáculos fueron aquellas con edades de entre los 6 y 11 años, que representaron cerca del 12 % de la población que asistió al menos en una ocasión.

Al considerar la distribución porcentual por el nivel de escolaridad de los asistentes, se encontró que el 48% de ellos cuentan con educación básica, muy por encima del porcentaje de personas con educación de nivel medio y de aquellas con educación de nivel superior, las cuales representaron el 26% y 24%, respectivamente. Cabe destacar que alrededor de cuatro de cada diez personas con estudios de nivel superior asistieron en alguna ocasión a algún espectáculo cultural en la vía pública.

Por otro lado, los resultados arrojan que el gasto total realizado por los asistentes a espectáculos culturales en la vía pública, ascendió a 2 mil 342 millones de pesos en el año 2012. En este sentido, el mayor gasto lo realizaron las mujeres, con el 59%, mientras que el 41% restante fue realizado por los hombres.

Paralelamente, se observa que el mayor gasto lo realizaron las personas cuyo rango de edad oscila entre los 30 y 49 años, ya que absorbieron el 44% del gasto total; les siguió el grupo de personas con edades entre los 18 y 29 años, con el 29%; en contraste, las personas que realizaron el menor desembolso fueron aquellas cuyo rango de edad oscila entre los 6 y 11 años de edad, quienes aportaron el 5% del gasto total.

En cuanto a la distribución del gasto por el nivel escolar de los asistentes, se aprecia que la mayor proporción fue ejercida por las personas que cuentan con

² El teatro del Palacio de Bellas Artes posee una capacidad para albergar a 1 590 personas.

Fuente: http://sic.conaculta.gob.mx/ficha.php?table=teatro&table_id=396&estado_id=9

estudios de nivel básico, con el 39%; en segundo lugar se encuentran las personas con estudios de nivel superior, con el 34%; y finalmente se ubican las personas con estudios de nivel medio, las cuales realizaron el 26% del gasto total por presenciar espectáculos culturales en la vía pública.



2.5 Cursos y talleres culturales

Uno de los factores que conforman al sector económico de la cultura, además de la creación que da origen a los productos por medio de la materialización de las ideas, y el de preservación, que implica proteger el patrimonio generado por una sociedad, es el de la formación, la cual presenta un carácter fundamental debido a que permite la generación y continuidad de manifestaciones culturales derivadas de la creatividad.

En este sentido, el presente apartado muestra información sobre el interés de la población en adquirir habilidades en áreas afines a la cultura; a través de su participación en cursos y talleres relativos a temas como cine o video, radio o televisión, música, teatro,

danza, pintura, escultura, fotografía, canto, dibujo, manualidades y artesanías, actuación, diseño, o literatura.

De los resultados obtenidos se observa que el 12% de la población objeto de la presente encuesta asistió, al menos en una ocasión durante el año 2012, a cursos y talleres culturales, lo cual es equivalente a 24 veces el total de alumnos inscritos en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), durante el ciclo escolar 2012–2013 en sus diferentes niveles educativos³. Cabe mencionar que del total de personas que asistieron el 60% fueron mujeres, mientras que el 40% restante fueron hombres, es decir, 6 de cada diez asistentes a cursos y talleres culturales fueron mujeres.

Asistencia al menos en una ocasión a cursos o talleres culturales



En lo que respecta a la población asistente clasificada por grupos de edad, se destaca el hecho de que la distribución porcentual fue relativamente más equilibrada entre los distintos grupos; en este sentido, la mayor asistencia se observó en la población cuyo rango de edad oscila entre los 12 y 17 años, con el 25%; en segundo lugar se encuentra la población con edades entre los 18 y 29 años, que representaron el 24%; en tercer lugar se ubica la población con edades de 30 y 49 años, con el 21%; y finalmente, la población con edades entre los 6 y 11 años, y aquella con edades de 50 y más años, fueron las que menos asistieron, con el 19% y el 10%, respectivamente.



1 de cada diez asistentes a ***cursos y talleres culturales*** es adulto mayor de ***50 años***.

³El número total de alumnos inscritos en el ciclo escolar 2012-2013 fue de 330 382.

Fuente: <http://www.estadistica.unam.mx/numeralia/>

En lo que respecta a los resultados presentados por nivel de escolaridad, se observó que el 52% de la población que asistió al menos en una ocasión en el último año tenía un nivel básico de estudios; a su vez, el 25% tenía un nivel superior de estudios, mientras que el 22% declaró tener un nivel medio de estudios.

Por otro lado, la encuesta captó el número total de asistencias (no de personas) a cursos y talleres culturales, fue de más de 36 millones durante el año 2012. Se observó que por cada 100 asistencias, 57 las realizaron las mujeres, mientras que las 43 restantes las realizaron los hombres.

De forma paralela, al presentar la distribución del total de las asistencias de acuerdo a la edad de las personas, se observa que por cada 100 asistencias 30 fueron realizadas por personas cuyo rango de edad oscila entre los 6 y 11 años; 22 por aquellas con edades entre los 12 y 17 años; 20 por las personas con edades entre los 18 y 29 años; 18 por las personas con edades entre los 30 y 49 años; mientras que las 10 restantes fueron realizadas por aquellas personas con edades de 50 y más años.

Al observar los resultados de acuerdo al nivel de escolaridad de la población que asistió a cursos y talleres culturales durante el año 2012, se distingue que por cada 100 asistencias, 58 fueron realizadas por personas que contaban con educación de nivel básico, 23 por aquellas con educación de nivel superior y 18 por las personas con estudios de nivel medio.

El monto total del gasto realizado por las asistencias a cursos y talleres ascendió durante 2012 a 8 227 millones de pesos, siendo las mujeres quienes realizaron el 55% de ese gasto y los hombres el 45% restante. Respecto a la clasificación por grupos de edad, las personas de entre 18 y 29 años realizaron el 41% del gasto por asistencias a cursos y talleres culturales, en contraste con aquellas con edades de 50 y más años, que realizaron el 8 por ciento. En cuanto a los resultados presentados por el nivel de escolaridad de la población, se encontró que quienes más gastaron en cursos y talleres culturales en el último año fueron aquellas personas con estudios de nivel superior, quienes aportaron el 46% del gasto total en estas actividades culturales, a diferencia de aquellas con estudios de nivel medio, quienes realizaron el menor desembolso al aportar el 20 por ciento del gasto total.

2.6 Uso de Internet

La **ENCCUM** también tuvo como objetivo captar la población que utiliza Internet, así como las ocasiones y la proporción del consumo de este servicio asociado con actividades susceptibles de ser consideradas parte del sector cultural. El uso de internet por motivos culturales incluye las actividades de comprar libros y revistas; comprar CD, música, DVD y software; ver videos, películas o programas de TV; oír música grabada, radio o audiolibros; leer periódicos, revistas o libros; descargar libros, revistas o artículos académicos; descargar música o video; y descargar software.

En este sentido, se encontró que el 46% de la población del país con seis o más años navegó en Internet por motivos culturales al menos en una ocasión durante el año 2012.

De este total de usuarios de internet, el 51% fueron hombres, mientras que el 49% restante fueron mujeres.

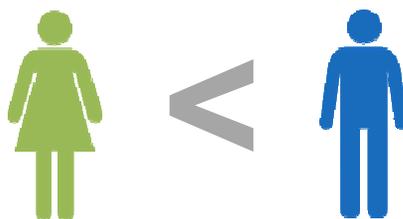
Uso de internet por motivos culturales en al menos una ocasión



Asimismo, al observar los resultados presentados por grupos de edad, se desprende que las personas cuyo rango de edad oscila entre los 18 y 29 años fueron quienes más navegaron en Internet por motivos culturales, con el equivalente a un tercio del total de personas que realizaron este tipo de actividades en al menos en una ocasión; en segundo lugar se presentan las personas con edades entre los 30 y 49 años de edad, con el 26%; en tercer lugar le siguen las personas con edades entre los 12 y 17 años de edad, con el 21%; y finalmente, quienes menos navegaron en Internet por motivos culturales fueron aquellas personas con edades entre los 6 y 11 años y aquellas con edades de 50 y más años, quienes representaron el 12% y el 9%, respectivamente. Adicionalmente, se destaca que el universo de personas con edades entre los 12 y 17 años es el nicho de usuarios de Internet por motivos culturales, pues casi 8 de cada 10 de ellos usaron la red para acercarse a la oferta cultural durante el año 2012.

Al presentar los resultados por nivel de escolaridad, se observa que el 42% de la población que navegó en Internet por los motivos mencionados en al menos una ocasión, tenía estudios de nivel básico. Paralelamente, las personas con estudios de nivel superior y aquellas con estudios de nivel medio, presentan una participación porcentual similar, las primeras representaron el 30% mientras que las segundas el 28 por ciento.

En lo que respecta al número de ocasiones (no de personas) que se navegó en Internet por motivos culturales, éstas alcanzaron los 10 993 572 560 accesos en el año 2012. Los resultados indican que el mayor número de ocasiones en que se navegó en Internet fueron realizadas por los hombres, con el 55%, mientras que las mujeres realizaron el 45% restante.



En cuanto a los resultados presentados por grupos de edad, se observó que las personas cuyo rango oscila entre los 18 y 29 años navegaron en Internet por motivos culturales en un mayor número de ocasiones, puesto que realizaron más de un tercio del total de las mismas. A este grupo le sigue aquel que incluye a las personas con edades entre los 30 y 49 años, con el 25%; el grupo de personas con edades entre los 12 y 17 años, con el 23%; y finalmente, se ubican aquellas personas de 50 y más años de edad, así como aquellas cuyo rango de edad oscila entre los 6 y 11 años, con el 8% y 7%, respectivamente.

Finalmente, en lo concerniente a los resultados clasificados por el nivel de escolaridad de la población, se observó que las personas con estudios de nivel superior y aquellas con estudios de nivel básico presentaron una participación porcentual similar en el total de ocasiones en que se navegó en internet por motivos culturales en el año 2012, puesto que en el primer caso representaron el 37% mientras que en el segundo caso presentaron el 36 por ciento. En tercer lugar se ubicaron las personas con estudios de nivel medio, cuyas asistencias representaron el 27 por ciento.

Con relación al gasto realizado por el consumo de bienes y servicios culturales a través de internet, los resultados señalan que fue superior a 21 millones de pesos en el año 2012. En este contexto, se observa que el desembolso de las mujeres y los hombres fue muy similar, decantado en favor de las mujeres por menos de un punto porcentual.

Asimismo, al presentar el gasto realizado en este rubro por grupos de edad, se identifica que por cada 100 pesos gastados, 36 pesos fueron erogados por personas con edades entre los 18 a 29 años; 33 por personas con edades entre los 30 y 49 años; 19 pesos por personas con edades entre los 12 y 17 años; 8 fueron gastados por personas de 50 y más años; mientras que los 4 pesos restantes fueron gastados por personas con edades entre los 6 y 11 años.

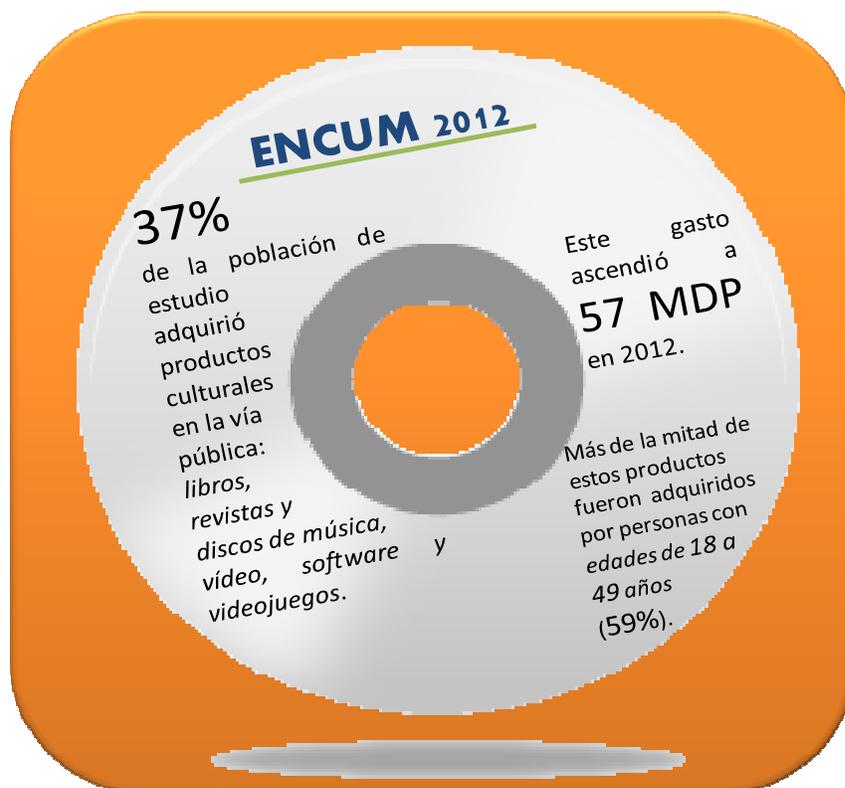
Finalmente, a partir de los resultados presentados por el nivel de escolaridad de la población encuestada, se observa que fueron las personas con estudios de nivel superior quienes realizaron la mayor parte del gasto en bienes y servicios culturales en Internet, el cual alcanzó el 46%; en segundo lugar se situaron las personas con estudios de nivel básico, con el 29%, siguen en porcentaje las personas con estudios de nivel medio, quienes realizaron el 22% del mismo y corresponde a ningún nivel de escolaridad el 4% restante.

2.7 Adquisición de productos culturales en la vía pública

Dada la complejidad que representa valorar la magnitud del sector, la **ENCCUM** también capta el consumo cultural realizado en sitios no establecidos como los mercados sobre ruedas, tianguis, puestos ambulantes o en la vía pública. Los productos adquiridos de esta forma incluyen libros, revistas, música (CD), video (*Blu-Ray*, DVD, VCD), software (CD, DVD), y videojuegos.

A partir de los resultados obtenidos, se identificó que el 37% de la población de estudio adquirió productos culturales en la vía pública en al menos una ocasión durante el año 2012, de los cuales el 51% fueron mujeres y el 49% restante fueron hombres.

En cuanto a la clasificación por grupos de edad, se observa que casi un tercio de la población que compró productos culturales en la vía pública fueron personas cuyo rango de edad oscila entre los 30 y los 49 años; en segundo lugar se ubicaron las personas con edades entre los 18 y 29 años, con el 27%; en tercer y cuarto lugar, con una participación similar, se ubicaron las personas con edades entre los 12 y 17 años y aquellas de 50 y más años, con el 15% y el 14%, respectivamente; finalmente se ubicaron los consumidores con edades entre los 6 y 11 años, con el 11% restante.



Atendiendo a la clasificación de la población por nivel de escolaridad, se distingue que quienes más compraron productos culturales en la vía pública fueron las personas con estudios de nivel básico, puesto que representaron el 56% del total de personas que realizaron este tipo de compras, casi el doble que aquellas con estudios de nivel medio, con el 24%, y más del triple que aquellas con estudios de nivel superior, con el 18%; mientras que las personas sin algún nivel de estudios representaron el 2% restante.

Adquisición en al menos una ocasión de productos culturales en la vía pública

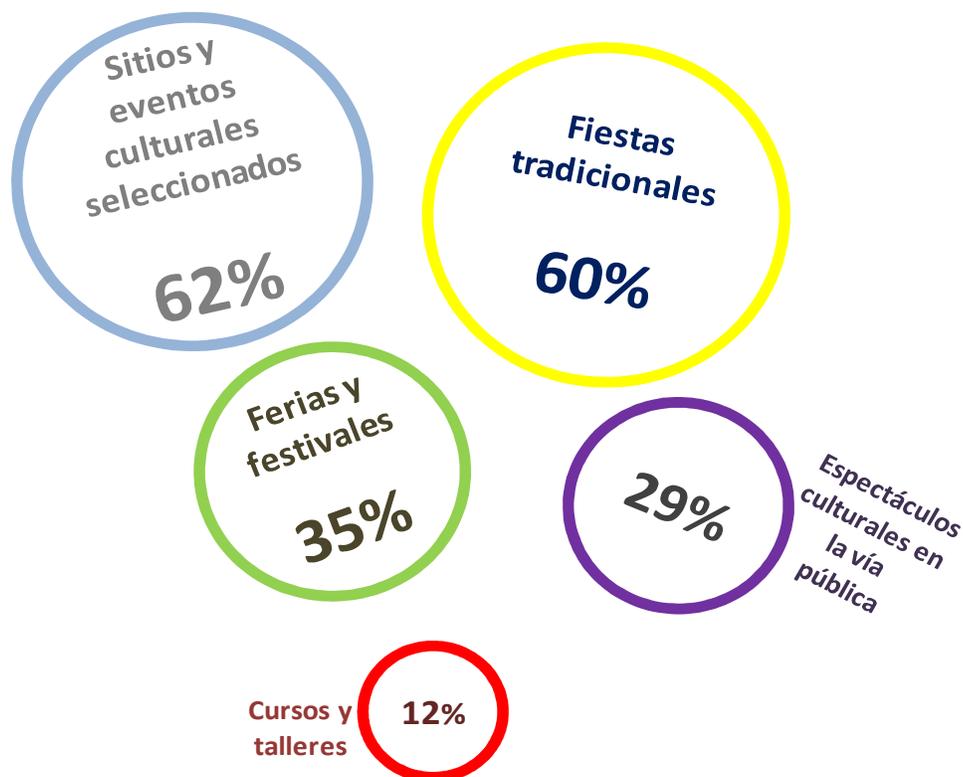


En relación con los gastos monetarios, se identificó que el consumo de productos culturales en la vía pública alcanzó un monto total de 57 mil 615 millones de pesos en el año 2012. Este gasto fue realizado en un 54% por las mujeres y en un 46% por los hombres.

De este gasto, se observa que la población de entre 30 y 49 años de edad realizó el 30 por ciento del total.

De igual forma, atendiendo a la clasificación por nivel de escolaridad, se observa que la población con educación básica presenta la tasa más alta en la adquisición de productos culturales en la vía pública, seguida por la población con estudios a nivel superior y aquella con estudios a nivel medio.

Comparativo de asistencia *en al menos en una ocasión durante el año, por tipo de evento, de la población objetivo.*



A partir de la información presentada, se desprende que las actividades culturales que captan un mayor público son las que se refiere a los sitios y eventos culturales seleccionados, es decir a espacios como teatro, cine, sitios históricos, religiosos, arqueológicos, museos, bibliotecas, entre otros; por lo que resulta importante no perder de vista la heterogeneidad en la composición de las actividades que integran este conjunto.

En segundo lugar le siguen las fiestas tradicionales, ya sean religiosas, cívicas, patrias o carnavales, como fenómeno cultural ligado a las características particulares de la sociedad mexicana, y a las cuáles asistió más de la mitad de la población en al menos una ocasión.

A continuación, se encuentran las ferias y festivales a las cuales más de la tercera parte de la población asistió al menos en una ocasión, en las que se presentan actividades de difusión cultural, ya sea de productos o actividades vinculadas con la cultura.

Una actividad cultural particular en su organización y desarrollo son los espectáculos que se realizan en la vía pública, de los cuales se capta al público que los presencia de forma voluntaria, y que representó menos de la tercera parte de la población.

Finalmente, como parte de la formación en actividades culturales, el 12% de la población total asistió al menos una vez a algún curso o taller cultural.

Encuesta Nacional de Consumo Cultural de México

ENCCUM 2012

3

Participación en la organización y desarrollo de actividades culturales seleccionadas





3. Participación en la organización y desarrollo de actividades culturales seleccionadas

En seguimiento a la presentación del capítulo anterior sobre la cuantificación de la asistencia, la frecuencia y el gasto que las personas realizaron en las actividades culturales seleccionadas, en el presente apartado se describe la participación voluntaria en dichas actividades culturales. En este caso, los datos obtenidos mediante el cuestionario se refieren a las actividades desarrolladas donde no existió, en contrapartida, pago alguno por dicha participación en las actividades culturales.

3.1 Participación voluntaria

La participación voluntaria se refiere al trabajo no remunerado en la organización y/o desarrollo de las fiestas tradicionales, ferias o carnavales artísticos y culturales; en la impartición de cursos y talleres; o bien, colaborando en sitios y eventos culturales. Esta participación voluntaria tiene tres formas: en dinero, en especie y en tiempo de trabajo medido en horas.

3.1.1 Eventos culturales seleccionados

A partir de los resultados obtenidos, se advierte que el 3% de la población considerada participa en la organización de eventos culturales seleccionados. Se observó asimismo que la participación por sexo fue igual tanto para hombres como para mujeres.

De la misma forma, las personas de entre 6 y 11 años de edad son las que mostraron la tasa de participación más alta, en lo que a la clasificación por grupos de edad se refiere, mientras que las que participan en menor medida son las personas de 50 y más años de edad.

Desde la óptica de la clasificación de la población por nivel de escolaridad, se encontró que el 5% de la población con estudios de nivel superior participó de forma activa en la organización de eventos culturales, siendo esta la tasa más alta en la clasificación por nivel de escolaridad.

3.1.2 Fiestas tradicionales

Las fiestas y celebraciones tradicionales de la sociedad mexicana tienen impacto en muchos aspectos de la vida cotidiana, y de alguna manera en la vida económica. En este apartado se muestran los resultados desde la perspectiva de la participación de la sociedad en la oferta de este tipo de eventos, de manera que se presenta información de la participación voluntaria en la que no se recibe algún tipo de remuneración, y donde se realiza una aportación en tiempo, dinero y especie.

Alrededor del 6% de la población participó de forma voluntaria en la organización o desarrollo de las fiestas tradicionales. La tasa de participación es similar entre hombres y mujeres, de alrededor del 6% en ambos casos.

En el caso de las personas de entre 6 y 11 años de edad, así como aquellas de entre 12 y 17 años, la tasa de participación voluntaria en la organización o desarrollo de este tipo de eventos representó el 9 por ciento. Para el resto de los grupos de edad la participación varió entre el 5 y 6 por ciento.

En contrapartida, al revisar los resultados por horas dedicadas a las actividades voluntarias, así como en dinero aportado, se destaca la mayor participación realizada por las mujeres.

Por su parte, atendiendo a la clasificación de la población por grupos de edad, se observa que las personas de entre 30 y 49 años de edad son las que más participaron con tiempo, dinero y en especie.

3.1.3 Ferias y festivales

En esta sección se obtuvo información sobre la participación voluntaria, sin recibir remuneración alguna, en la organización o desarrollo de ferias para comercializar productos culturales, así como de festivales culturales.

Entre los resultados obtenidos se encontró que el 2% de la población encuestada participó en la organización de festivales durante el año 2012. Asimismo, se observa que el 51% fueron hombres, mientras que el 49% restante fueron mujeres.

Paralelamente, considerando la participación por grupos de edad, se observó que fueron las personas cuyo rango de edad oscila entre los 30 y 49 años, quienes más participaron en estas actividades, con el 26%; le siguen las personas con edades entre los 18 y 29 años, con el 25%, y aquellas con edades entre los 6 y 11 años, con el 22%; finalmente, quienes menos participaron fueron aquellas personas con edades entre los 12 y 17 años y de 50 y más años, con el 18% y el 9%, respectivamente.

En cuanto a la clasificación de la población por nivel de escolaridad, a partir de los resultados se desprende que, 4 de cada 10 personas que participaron en estas

actividades culturales tienen estudios de nivel básico; le siguen las personas con estudios de nivel superior, con el 34%, mientras que las personas con estudios de nivel medio representaron el 26% restante.

Resulta importante mencionar que la población considerada aportó un monto equivalente a 981 millones de pesos en dinero y 230 millones de pesos en especie; esta aportación en ambos casos fue realizada mayoritariamente por los hombres. Por lo que respecta a la aportación en tiempo, se observa que los voluntarios destinaron más de 22 millones de horas, de las cuales los hombres invirtieron el 63% y las mujeres el 37% restante.

3.1.4 Cursos y talleres culturales

En relación con la participación voluntaria de la población mexicana en la organización o desarrollo de cursos o talleres culturales, se observó que cerca del 2% de las personas encuestadas afirmaron haber participado en este tipo de actividades en el año 2012. Este 2% se distribuyó a favor de los hombres, quienes representaron el 51%, mientras que las mujeres representaron el 49% restante.

En cuanto a la presentación de los resultados por grupos de edad, se identificó que las personas con edades entre los 30 y 49 años y las personas con edades entre los 18 y 29 años tuvieron una participación similar, puesto que los primeros representaron el 34%, mientras que los segundos representaron el 32 por ciento. A éstos le siguieron las personas con edades de 50 y más años, con el 17%; las personas con edades entre los 12 y 17 años, con el 14%; y finalmente, las personas con edades entre los 6 y 11 años, que representaron el 4 por ciento.

En el caso de la distribución de la población por nivel de escolaridad, los resultados muestran que el 46% de la población que participó en la organización o desarrollo de cursos y talleres culturales, tenía estudios de nivel superior. Le siguieron las personas con estudios de nivel básico y de nivel medio, con el 29% y 25%, respectivamente.

3.2 Desarrollo de actividades culturales en la vía pública

En el caso de las expresiones culturales en la vía pública, se identificó que el 1.6% de la población encuestada participó en la organización o desarrollo de algún espectáculo cultural en la vía pública. En este sentido, la distribución de la participación por sexo fue equilibrada, puesto que las mujeres representaron el 51%, mientras que los hombres representaron el 49% restante.

En cuanto a la participación, clasificada por grupos de edad, se encontró que 1 de cada 3 personas tenían edades entre los 18 y 29 años; le siguieron las personas cuyo rango de edad oscila entre los 12 y 17 años, con el 24%. El resto de la población que participó en el desarrollo de actividades culturales en la vía pública presentó un porcentaje similar: 15%, 14% y 13%, para las personas con edades entre los 30 y 49 años, entre los 6 y 11 años y las personas de 50 y más años, respectivamente.

En lo que respecta a la clasificación por nivel de escolaridad, se observó que las personas que más participaron en estas actividades culturales fueron aquellas con estudios de nivel básico, cuya aportación alcanzó el 45%; en segundo lugar se ubicaron las personas con estudios de nivel medio, con el 29%; y finalmente, las que menos participaron fueron las personas con estudios de nivel superior, con el 26% restante.

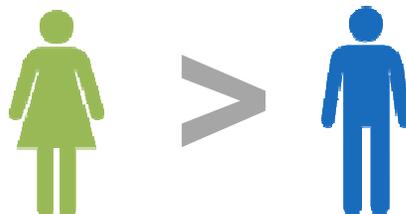
3.3 Elaboración de artesanías

La actividad artesanal es particularmente importante en la expresión cultural de cada región, a través de la aplicación de técnicas tradicionales en la transformación de materiales locales para obtener diversos objetos decorativos y funcionales. Por tal motivo, se recabó información que permita identificar las particularidades de su producción con referencia a las características sociodemográficas de la población que participa. Es importante recordar que en los resultados obtenidos que se refieren a la producción artesanal sólo se consideró a la población de 12 y más años de edad.

A partir de los resultados observados, se identificó que el 13% del total de la población encuestada elaboró productos artesanales en el año 2012, y de esta población el 64% fueron mujeres y el 36% restante fueron hombres. Por otro lado, la tasa de participación de la población de mujeres fue de 16%, superior a la tasa de participación de la población de hombres, con cerca del 10 por ciento.

En cuanto a la clasificación de la población por grupos de edad, los resultados arrojan que 1 de cada 3 personas que participó en estas actividades tenía entre 30 y 49 años de edad. Asimismo, 1 de cada 4 personas que participaron en estas actividades tenían edades entre los 18 y 29 años de edad. Finalmente, quienes menos participaron fueron las personas con edades entre los 12 y 17 años y aquellas con edades de 50 y más años, con el 21% y el 20%, respectivamente.

Por último, en cuanto a la clasificación de la población por nivel de escolaridad, los resultados muestran que quienes más participaron en la elaboración de artesanías tenían estudios de nivel básico, puesto que representaron el 48%; en segundo lugar se ubicaron las personas con estudios de nivel medio, con el 28%; y finalmente, se ubicaron las personas con estudios de nivel superior, con el 23% restante.



Comparativo de participación en al menos una ocasión durante el año



Es importante resaltar la relevancia de la participación de la población en la difusión de la cultura por medio de la transmisión de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos⁴ que caracterizan a la sociedad mexicana, cuyo valor recae en varios ámbitos de interés, tanto económicos como sociales.

En relación con lo anterior y en particular al esfuerzo colectivo de la población que participa en la promoción y difusión de actividades culturales, los resultados obtenidos muestran que el 6% de la población mexicana ha participado voluntariamente, ya sea con alguna aportación monetaria, en especie o con tiempo dedicado, en la organización o desarrollo de fiestas tradicionales, que representa el doble de lo que corresponde a la participación voluntaria en sitios y eventos culturales.

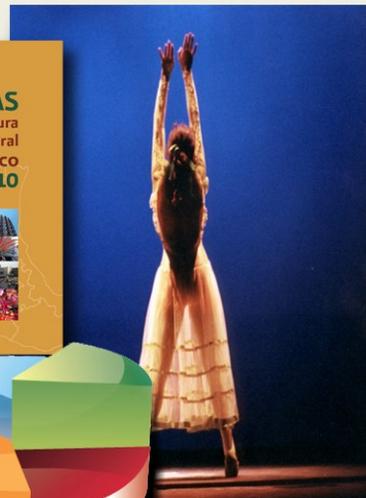
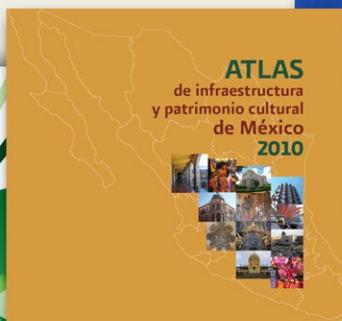
Por otra parte, el 2% de la población participó voluntariamente en la organización de ferias y festivales, y un porcentaje similar impartió de manera voluntaria algún curso o taller relacionado con alguna actividad cultural.

⁴ UNESCO, Definición de cultura, fragmento

Encuesta Nacional de Consumo
Cultural de México
ENCCUM 2012

4

Consideraciones Finales





4. Consideraciones finales

Como instrumento adicional de captación de información, la **ENCCUM** proporciona información estadística de utilidad para su incorporación a la CSCM. No obstante, es necesario comentar algunas observaciones derivadas de este primer ejercicio, cuyo principal objetivo es ser herramienta funcional para complementar la información actualmente disponible y, cuando es el caso, coleccionar información adicional sobre el comportamiento de la población en relación con la adquisición, participación y cooperación para llevar a cabo las actividades culturales.

La consideración más importante en relación con los ejercicios realizados a partir de muestreo es que el tamaño de la muestra elegida sea capaz de proporcionar resultados estadísticamente confiables. En particular, para el presente ejercicio, el tamaño de la muestra fue el principal límite en cuanto a la apertura de la información en dos vertientes; la primera, hacia adentro de la recolectada, y la segunda hacia los conglomerados poblacionales.

La **ENCCUM** es un ejercicio de 12 mil 367 entrevistas levantadas en poblaciones de 15 000 y más habitantes, y aplicada a personas de 6 años en adelante. Lo que significa ofrecer información para estas poblaciones y, por otra parte, la información recabada que es representativa a nivel nacional.

Por otro lado, derivado también del tamaño de la muestra, es la posibilidad de ofrecer resultados con la apertura necesaria que permita caracterizar a la población encuestada de acuerdo a la información incluida en el cuestionario. En el presente estudio, las posibilidades de ofrecer a información comprenden cortes por tipo de sitio, evento, espectáculo, cursos, productos consumidos vía internet, adquisición de productos culturales en la vía pública y elaboración de artesanías.

Para apoyar la revisión de los resultados se recomienda a los usuarios consultar, en una sección adicional, las precisiones estadísticas de los indicadores que aquí se incluyen.

Una muestra mayor permitiría una apertura de la información para las localidades mencionadas, incluyendo la desagregación de la información que mostrase los temas considerados. De la misma forma, permitiría ampliar la información a localidades de menos de 15 mil habitantes. Lo anterior haría posible precisar la información disponible sobre algunos bienes o servicios culturales, y en especial conocer con mayor certeza la información de las festividades y la vinculación con el trabajo en artesanías de esas localidades.

Adicionalmente, permitiría ofrecer información con otras características socio-demográficas, como lo es la relación de parentesco, de manera que se identifique el rol que juegan los individuos dentro del hogar.

Otro tema de particular interés sería la información relacionada con la condición de habla de alguna lengua indígena, la condición laboral, entre otras características.

Lo anterior sugiere la realización de ejercicios para una muestra mayor, y que resultan necesarios para que una encuesta de esta naturaleza proporcione dicha información con suficiente confianza estadística.

La información que se ofrece en el presente documento contribuye a ampliar la información estadística que hasta ahora se encuentra disponible sobre temas relacionados con la cultura.

Encuesta Nacional de Consumo
Cultural de México
ENCCUM 2012

5

Gráficos



Encuesta Nacional de Consumo Cultural de México ENCCUM 2012



El Gasto total por la adquisición de *bienes y servicios culturales* de los hogares ascendió a

122,268.9
millones de pesos.



Este Monto total equivale a **3.2** veces la producción nacional de huevo en el año 2012.



También equivale a **1.5** veces la producción nacional de cerveza, y **18** veces la de cigarros.

Encuesta Nacional de Consumo Cultural de México ENCCUM 2012



47.1%

Se destinó en la adquisición de **productos culturales** en la vía pública



24.8%

Se gastó por ingresar a **sitios y eventos culturales** seleccionados



17.6%

Se gastó en la adquisición de **productos culturales** vía **internet**



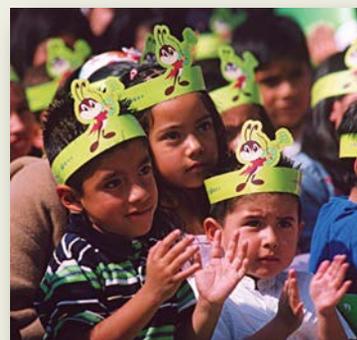
6.7%

Se gastó por concepto de pago, cuota, o cooperación por asistir a **cursos y talleres culturales**



1.9%

Se gastó por presenciar voluntariamente **espectáculos culturales** en la vía pública



1.8%

Se gastó por ingresar a **fiestas tradicionales, ferias y festivales artísticos y culturales**

Encuesta Nacional de Consumo Cultural de México ENCCUM 2012

El gasto en MDP por ingresar a:

\$ 30 379.4



\$ 2 240.8



\$ 8 226.9



Sitios y eventos culturales seleccionados fue **2** veces el gasto realizado por los hogares en el consumo de *pasta para sopa* y menos del 20% del gasto en tortilla de maíz.

Fiestas tradicionales, ferias y festivales fue **1.8** veces el gasto de los hogares en la compra de *artículos deportivos* y el 9% del gasto en servicio de Gas doméstico natural.

El **gasto** por concepto de cuotas o cooperación por asistir a *cursos culturales* fue **1.3** veces el gasto realizado por los hogares en la compra de *analgésicos* y el **7%** del gasto en refrescos.



Encuesta Nacional de Consumo Cultural de México

ENCCUM 2012

El gasto en MDP por la adquisición de productos culturales:

\$ 21 464.6



vía *Internet* fue **1.7** veces el gasto realizado por los hogares en la compra de *periódicos* y el **7%** del gasto en *electricidad*.



\$ 57 615.5



en la vía pública fue **3.1** veces el gasto realizado por los hogares en la compra de *azúcar* y el **91%** del gasto en *huevo*.



Encuesta Nacional de Consumo Cultural de México ENCCUM 2012



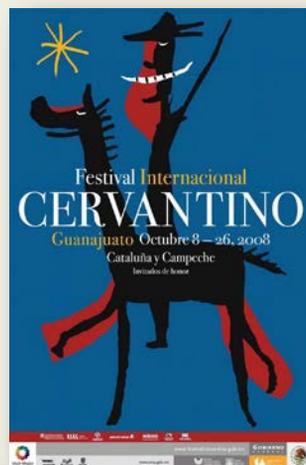
13 de **100**

personas elaboraron al menos una *pieza artesanal o manualidad*

35 de cada **100** personas asistieron a

ferias y festivales lo que equivale a

42 veces las asistencias al *Festival Internacional Cervantino* en 2012.



6 de cada **100**

personas participaron voluntariamente en la organización o desarrollo de *fiestas tradicionales*.



62 de cada **100**

personas asistieron a **sitios y eventos culturales**.



37 de cada **100**

personas adquirieron algún producto cultural en vía publica.

El número de veces que la población asistió a estos sitios

equivale a **389** veces la capacidad del *Estadio Azteca*.



46 de cada **100**

personas utilizaron **Internet** para realizar alguna **actividad cultural**.



Encuesta Nacional de Consumo Cultural de México ENCCUM 2012

60 de cada **100** personas asistieron en al menos una ocasión a **fiestas tradicionales**, que equivale a **4 122** veces la capacidad de asistentes en el Auditorio Nacional.



29 de cada 100 personas presenciaron algún espectáculo en la vía pública equivalente a **12 292** veces la capacidad del Palacio de Bellas Artes.



Encuesta Nacional de Consumo Cultural de México ENCCUM 2012



12 de cada 100 personas asistieron a algún curso o taller cultural equivalente a **24** veces la matrícula de la *Universidad Nacional Autónoma de México* en sus diferentes niveles educativos en 2012.

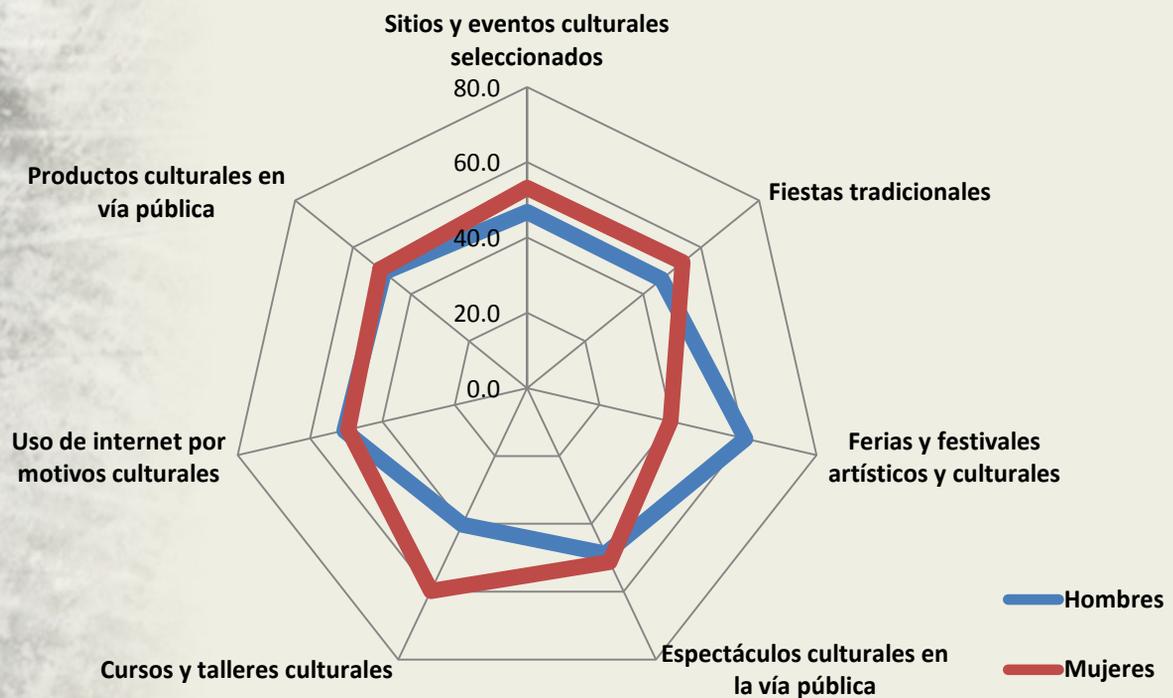
Encuesta Nacional de Consumo Cultural de México ENCCUM 2012

Usuarios en
al menos una ocasión de
los bienes y servicios
culturales seleccionados



Distribución porcentual por sexo

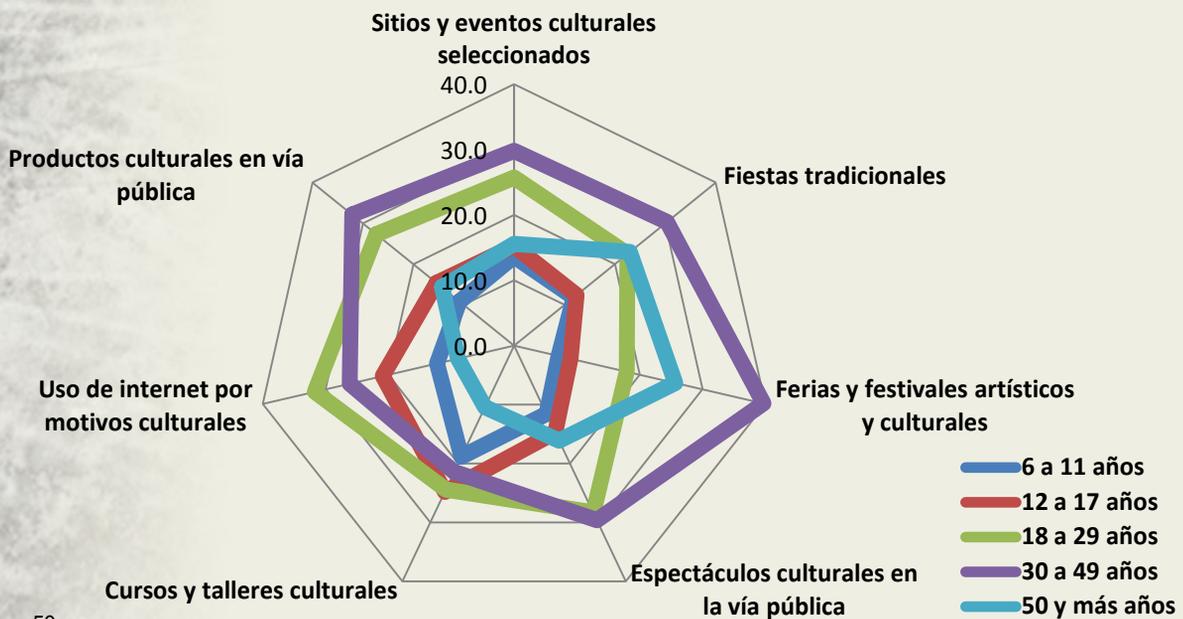
Sitios y eventos culturales seleccionados	Fiestas tradicionales	Ferias y festivales artísticos y culturales	Espectáculos culturales en la vía pública	Cursos y talleres culturales	Uso de internet por motivos culturales	Productos culturales en la vía pública
Total 100.0	Total 100.0	Total 100.0	Total 100.0	Total 100.0	Total 100.0	Total 100.0
Mujeres 53.2	Mujeres 53.6	Hombres 60.4	Mujeres 51.2	Mujeres 59.8	Hombres 50.6	Mujeres 50.6
Hombres 46.8	Hombres 46.4	Mujeres 39.6	Hombres 48.8	Hombres 40.2	Mujeres 49.4	Hombres 49.4



Usuarios en al menos una ocasión de los bienes y servicios culturales seleccionados

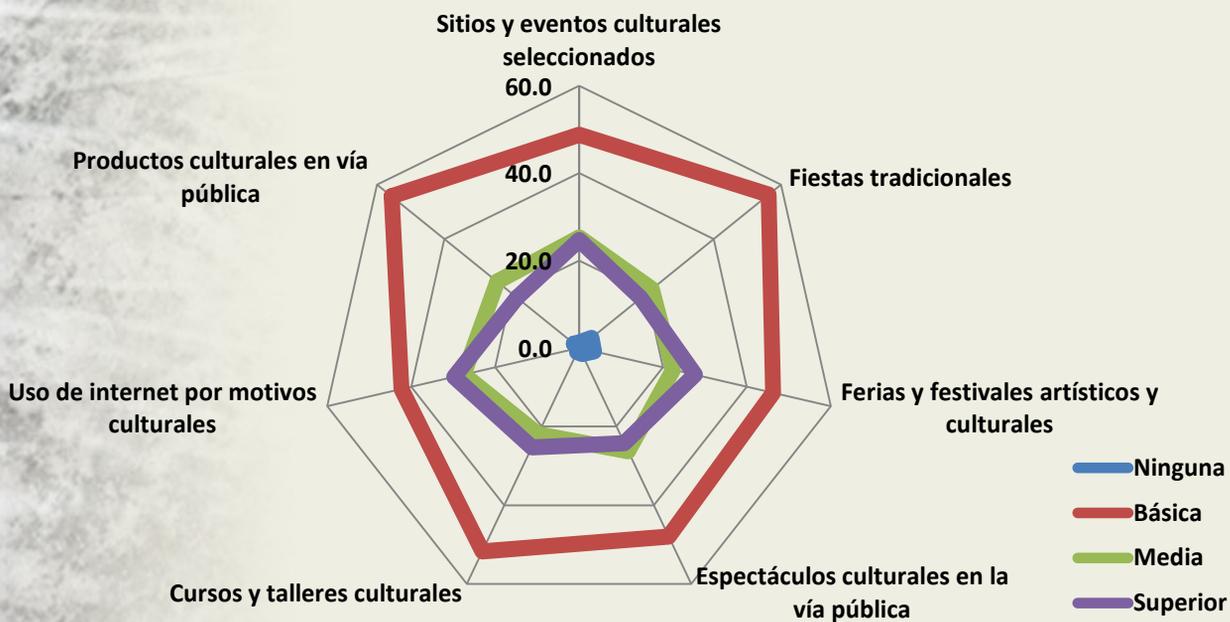
Distribución porcentual por edad

Sitios y eventos culturales seleccionados	Fiestas tradicionales	Ferias y festivales artísticos y culturales	Espectáculos culturales en la vía pública	Cursos y talleres culturales	Uso de internet por motivos culturales	Productos culturales en la vía pública
Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total
100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
30 a 49 años 29.8	30 a 49 años 30.3	30 a 49 años 39.7	30 a 49 años 29.3	12 a 17 años 24.8	18 a 29 años 31.7	30 a 49 años 32.1
18 a 29 años 25.7	50 y más años 23.0	50 y más años 25.7	18 a 29 años 28.3	18 a 29 años 24.4	30 a 49 años 26.2	18 a 29 años 27.3
50 y más años 15.6	18 a 29 años 22.5	18 a 29 años 17.9	50 y más años 16.1	30 a 49 años 21.4	12 a 17 años 20.9	12 a 17 años 15.4
12 a 17 años 15.3	12 a 17 años 12.4	12 a 17 años 9.0	12 a 17 años 14.7	6 a 11 años 18.9	6 a 11 años 12.3	50 y más años 14.3
6 a 11 años 13.6	6 a 11 años 11.8	6 a 11 años 7.1	6 a 11 años 11.6	50 y más años 10.5	50 y más años 8.9	6 a 11 años 10.8



Distribución porcentual por escolaridad

Sitios y eventos culturales seleccionados	Fiestas tradicionales	Ferias y festivales artísticos y culturales	Espectáculos culturales en la vía pública	Cursos y talleres culturales	Uso de internet por motivos culturales	Productos culturales en la vía pública
Total 100.0	Total 100.0	Total 100.0	Total 100.0	Total 100.0	Total 100.0	Total 100.0
<i>Básica</i> 48.8	<i>Básica</i> 56.3	<i>Básica</i> 46.3	<i>Básica</i> 48.0	<i>Básica</i> 51.7	<i>Básica</i> 42.3	<i>Básica</i> 55.7
<i>Media</i> 25.3	<i>Media</i> 21.6	<i>Superior</i> 27.6	<i>Media</i> 26.3	<i>Superior</i> 25.3	<i>Superior</i> 29.8	<i>Media</i> 24.3
<i>Superior</i> 24.7	<i>Superior</i> 18.3	<i>Media</i> 22.4	<i>Superior</i> 24.2	<i>Media</i> 21.9	<i>Media</i> 27.5	<i>Superior</i> 18.4
<i>Ninguna</i> 1.2	<i>Ninguna</i> 3.7	<i>Ninguna</i> 3.6	<i>Ninguna</i> 1.5	<i>Ninguna</i> 1.1	<i>Ninguna</i> 0.3	<i>Ninguna</i> 1.6



Encuesta Nacional de Consumo Cultural de México ENCCUM 2012

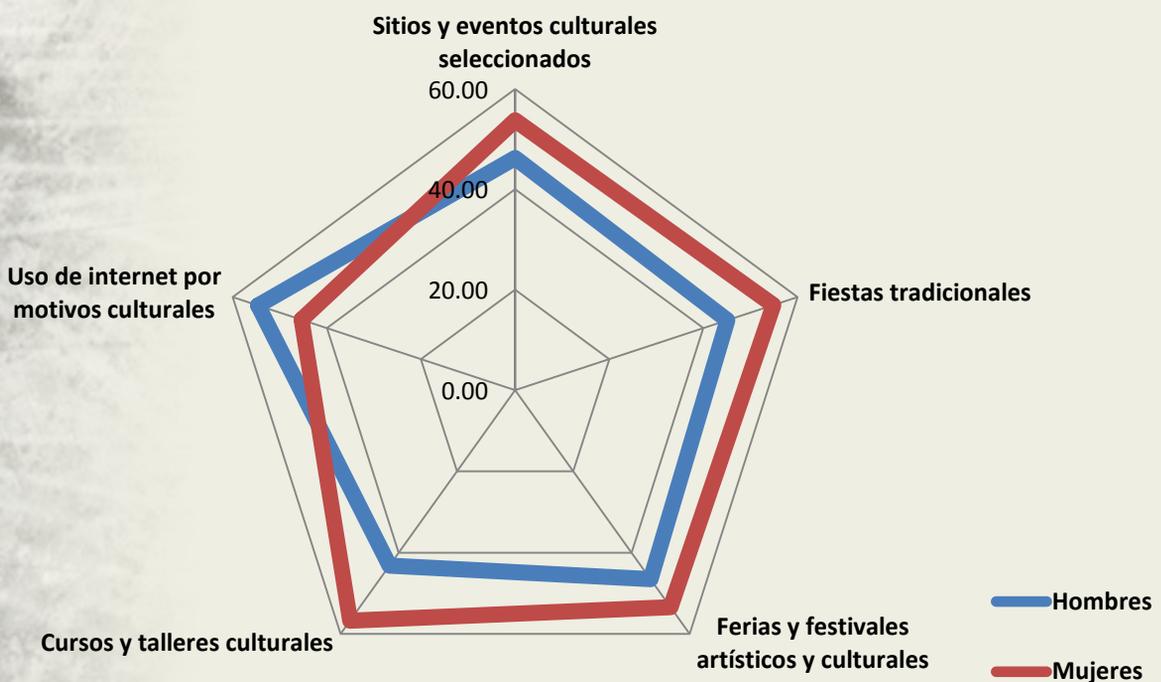
Total de asistencias y uso de Internet



Distribución porcentual por sexo



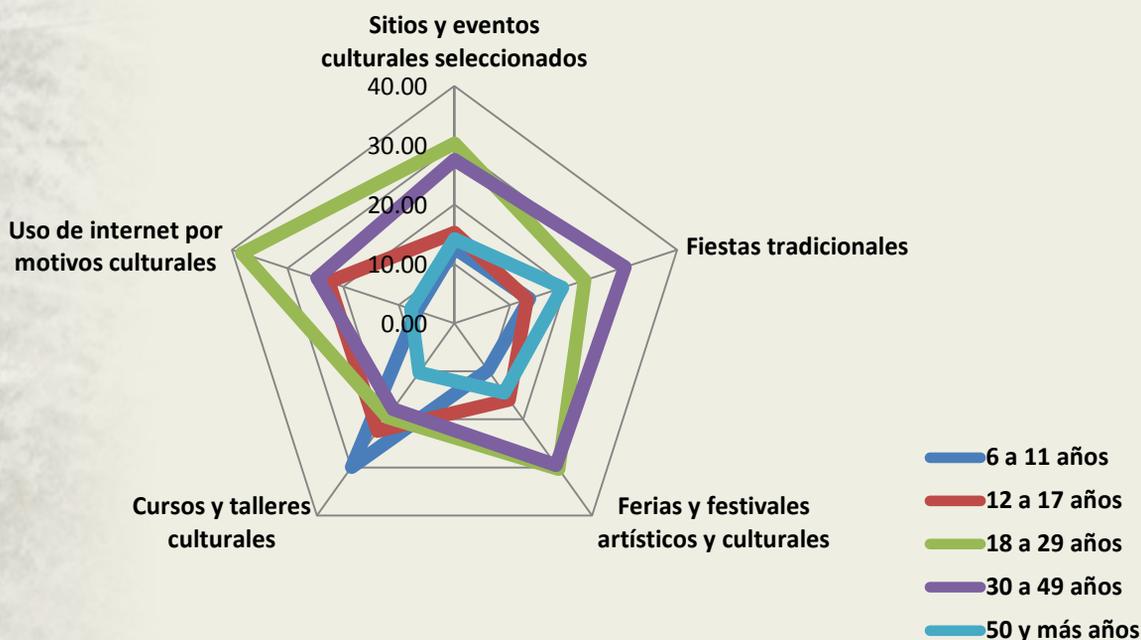
Sitios y eventos culturales seleccionados	Fiestas tradicionales	Ferias y festivales artísticos y culturales	Cursos y talleres culturales	Uso de internet por motivos culturales
Total 100	Total 100	Total 100	Total 100	Total 100
Mujeres 53.7	Mujeres 54.9	Mujeres 53.5	Mujeres 56.8	Hombres 54.6
Hombres 46.3	Hombres 45.1	Hombres 46.5	Hombres 43.2	Mujeres 45.4



Total de asistencias y uso de internet

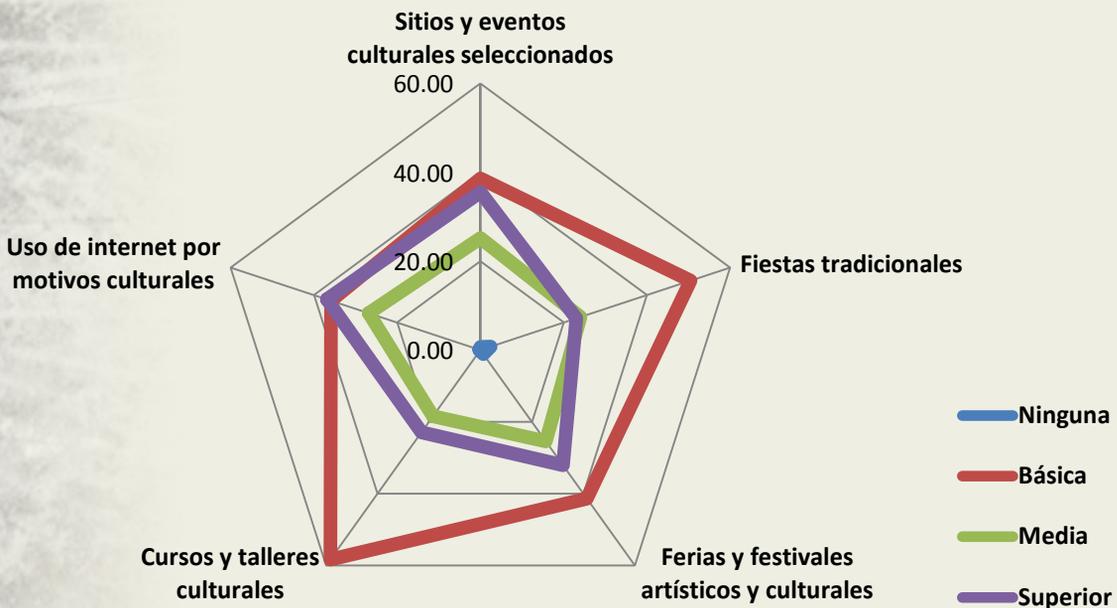
Distribución porcentual por edad

Sitios y eventos culturales seleccionados	Fiestas tradicionales	Ferias y festivales artísticos y culturales	Cursos y talleres culturales	Uso de internet por motivos culturales
Total 100	Total 100	Total 100	Total 100	Total 100
18 a 29 años 30.3	30 a 49 años 30.6	18 a 29 años 30.3	6 a 11 años 29.9	18 a 29 años 38.2
30 a 49 años 27.5	18 a 29 años 23.4	30 a 49 años 29.6	12 a 17 años 22.4	30 a 49 años 24.6
12 a 17 años 15.3	50 y más años 19.4	12 a 17 años 15.9	18 a 29 años 19.5	12 a 17 años 22.6
50 y más años 14.2	6 a 11 años 13.5	50 y más años 14.5	30 a 49 años 17.9	50 y más años 7.8
6 a 11 años 12.7	12 a 17 años 13.0	6 a 11 años 9.8	50 y más años 10.3	6 a 11 años 6.8



Distribución porcentual por escolaridad

Sitios y eventos culturales seleccionados	Fiestas tradicionales	Ferias y festivales artísticos y culturales	Cursos y talleres culturales	Uso de internet por motivos culturales
Total 100	Total 100	Total 100	Total 100	Total 100
Básica 38.6	Básica 50.5	Básica 41.4	Básica 58.3	Superior 36.9
Superior 35.5	Media 24.0	Superior 32.0	Superior 23.0	Básica 35.9
Media 25.2	Superior 23.0	Media 25.4	Media 18.4	Media 26.8
Ninguna 0.7	Ninguna 2.5	Ninguna 1.1	Ninguna 0.3	Ninguna 0.3



Encuesta Nacional de Consumo
Cultural de México
ENCCUM 2012

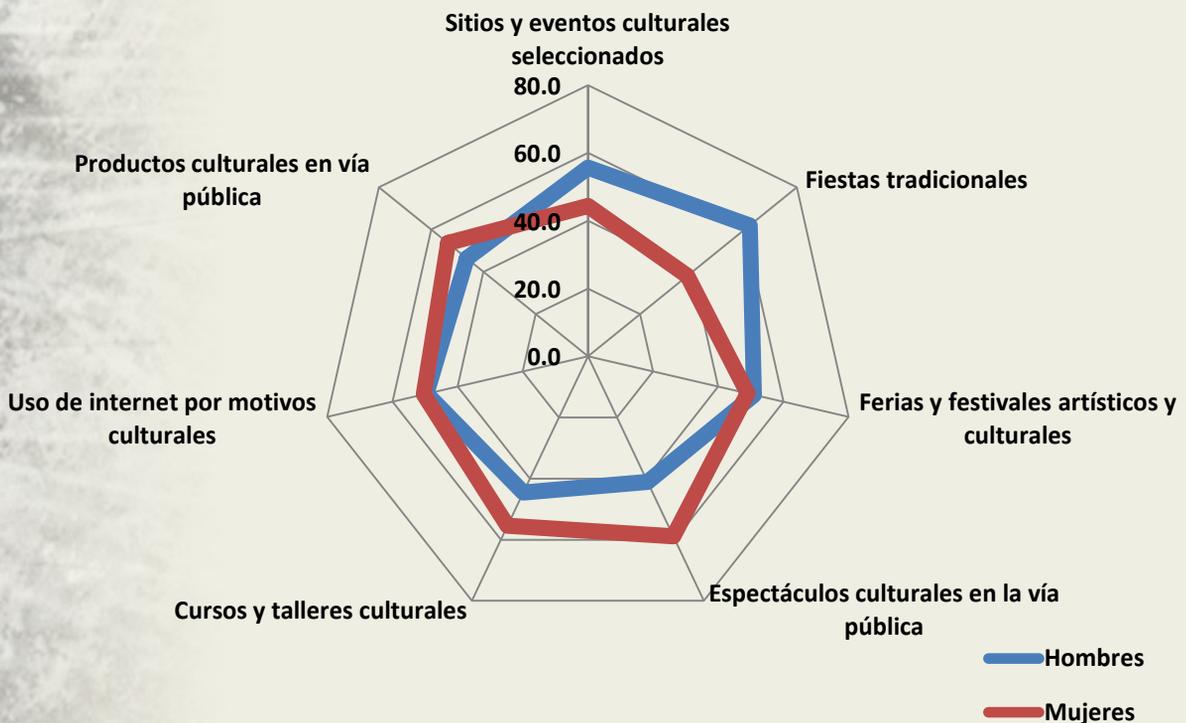
Gasto por la asistencia y el consumo de bienes y servicios culturales



Gasto por la asistencia y el consumo de bienes y servicios culturales

Distribución porcentual por sexo

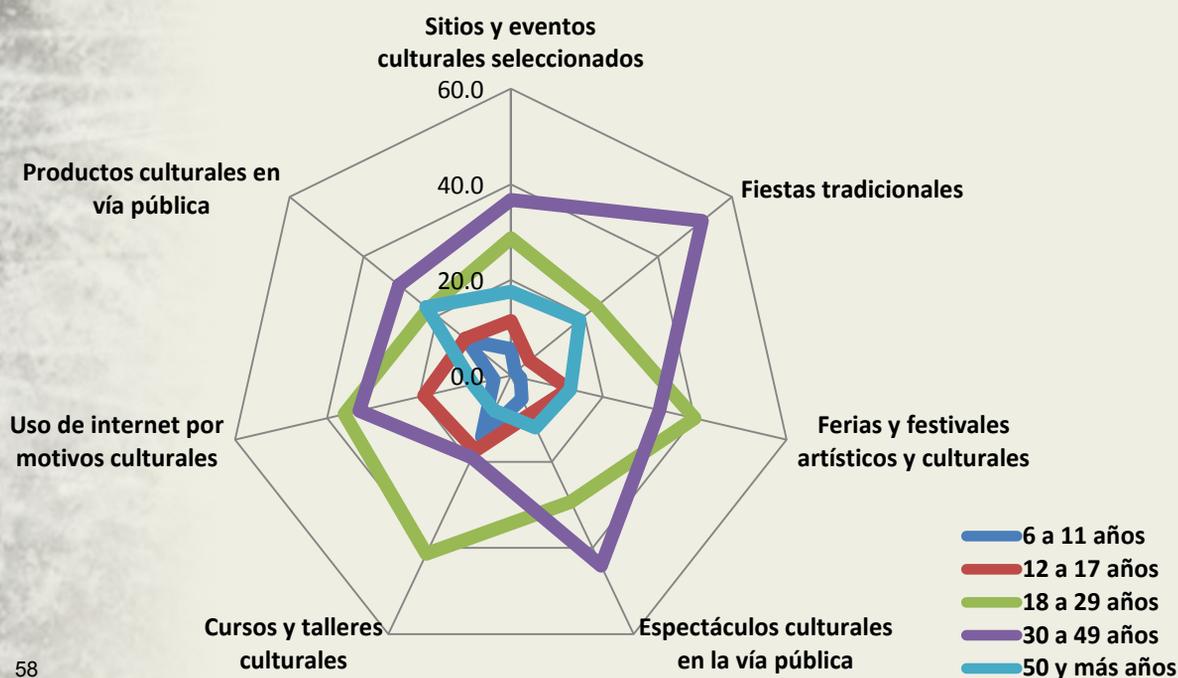
Sitios y eventos culturales seleccionados	Fiestas tradicionales	Ferias y festivales artísticos y culturales	Espectáculos culturales en la vía pública	Cursos y talleres culturales	Uso de internet por motivos culturales	Productos culturales en la vía pública
Total 100.0	Total 100.0	Total 100.0	Total 100.0	Total 100.0	Total 100.0	Total 100.0
<i>Hombres</i> 55.6	<i>Hombres</i> 61.9	<i>Hombres</i> 51.0	<i>Mujeres</i> 58.9	<i>Mujeres</i> 55.4	<i>Mujeres</i> 50.4	<i>Mujeres</i> 53.6
<i>Mujeres</i> 44.4	<i>Mujeres</i> 38.1	<i>Mujeres</i> 49.0	<i>Hombres</i> 41.1	<i>Hombres</i> 44.6	<i>Hombres</i> 49.6	<i>Hombres</i> 46.4



Gasto por la asistencia y el consumo de bienes y servicios culturales

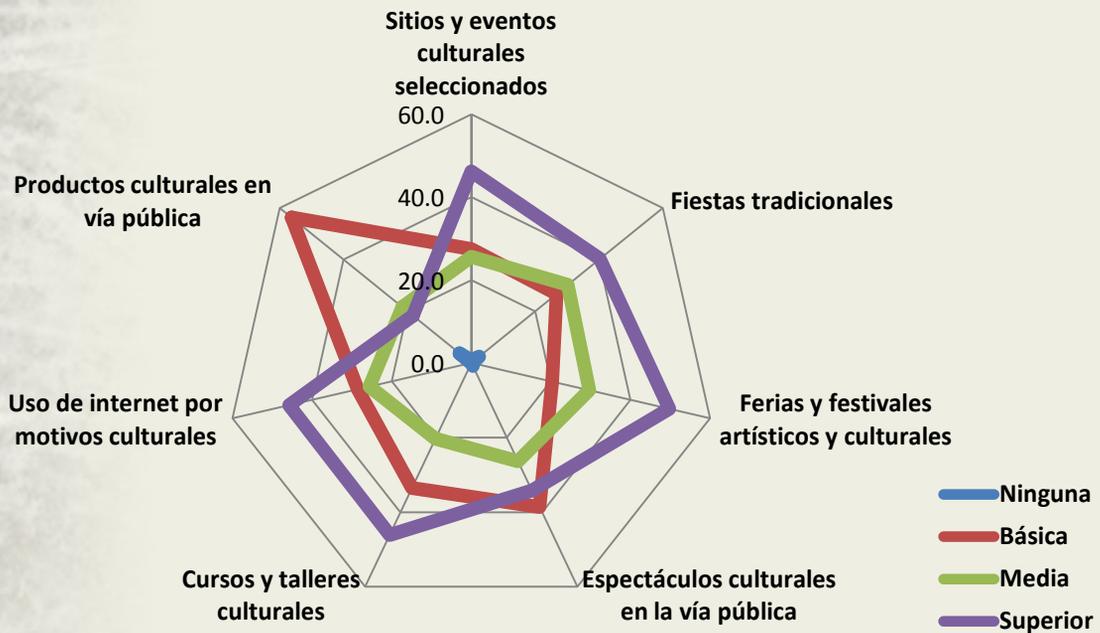
Distribución porcentual por edad

Sitios y eventos culturales seleccionados	Fiestas tradicionales	Ferias y festivales artísticos y culturales	Espectáculos culturales en la vía pública	Cursos y talleres culturales	Uso de internet por motivos culturales	Productos culturales en la vía pública
Total 100.0	Total 100.0	Total 100.0	Total 100.0	Total 100.0	Total 100.0	Total 100.0
30 a 49 años 36.8	30 a 49 años 51.9	18 a 29 años 40.1	30 a 49 años 44.1	18 a 29 años 41.4	18 a 29 años 36.2	30 a 49 años 30.3
18 a 29 años 28.7	18 a 29 años 23.2	30 a 49 años 32.3	18 a 29 años 29.3	30 a 49 años 19.0	30 a 49 años 33.0	50 y más años 23.0
50 y más años 17.5	50 y más años 18.7	50 y más años 12.9	50 y más años 12.0	12 a 17 años 17.3	12 a 17 años 18.9	18 a 29 años 22.5
12 a 17 años 11.4	12 a 17 años 5.0	12 a 17 años 12.6	12 a 17 años 9.1	6 a 11 años 14.2	50 y más años 8.2	12 a 17 años 12.4
6 a 11 años 5.6	6 a 11 años 1.2	6 a 11 años 2.1	6 a 11 años 5.4	50 y más años 8.1	6 a 11 años 3.7	6 a 11 años 11.8



Distribución porcentual por escolaridad

Sitios y eventos culturales seleccionados	Fiestas tradicionales	Ferias y festivales artísticos y culturales	Espectáculos culturales en la vía pública	Cursos y talleres culturales	Uso de internet por motivos culturales	Productos culturales en la vía pública
Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total
Superior 46.2	Superior 40.3	Superior 49.8	Básica 38.6	Superior 46.1	Superior 45.8	Básica 56.3
Básica 27.5	Media 30.3	Media 29.6	Superior 34.2	Básica 33.5	Básica 28.5	Media 21.6
Media 25.6	Básica 26.7	Básica 20.3	Media 26.4	Media 20.3	Media 25.6	Superior 18.3
Ninguna 0.6	Ninguna 2.5	Ninguna 0.3	Ninguna 0.8	Ninguna 0.1	Ninguna 0.1	Ninguna 3.7



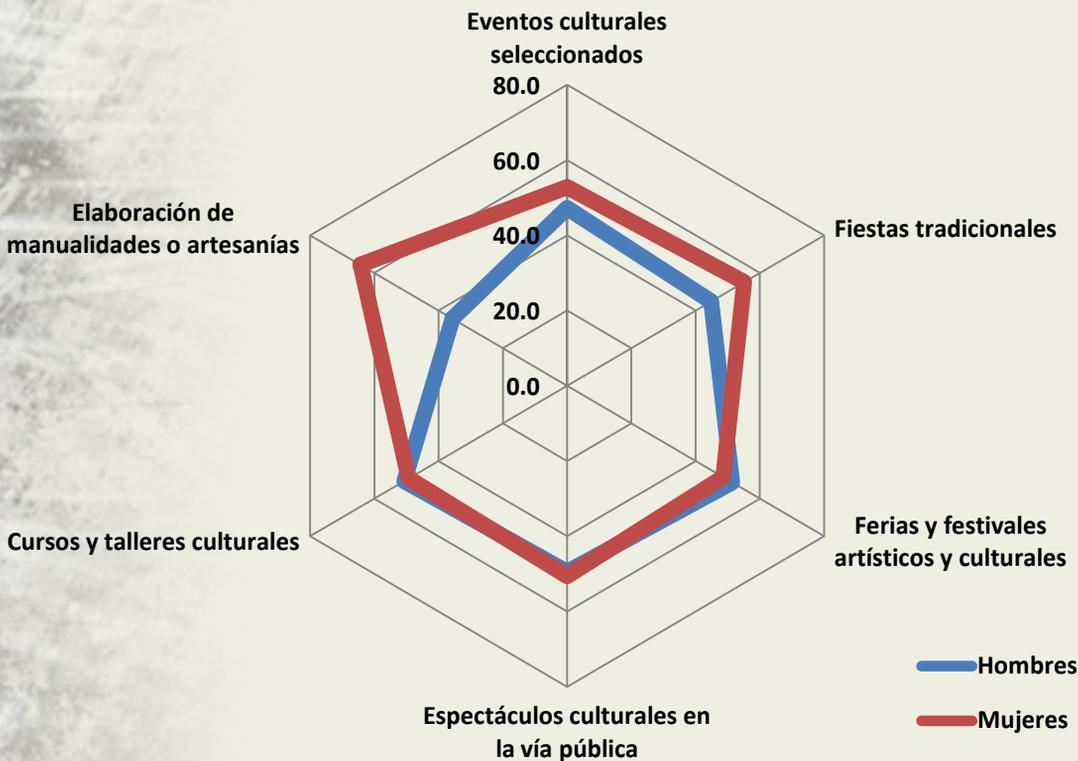
Encuesta Nacional de Consumo Cultural de México ENCCUM 2012

Participación en la organización o desarrollo en al menos una ocasión



Distribución porcentual por grupos de sexo

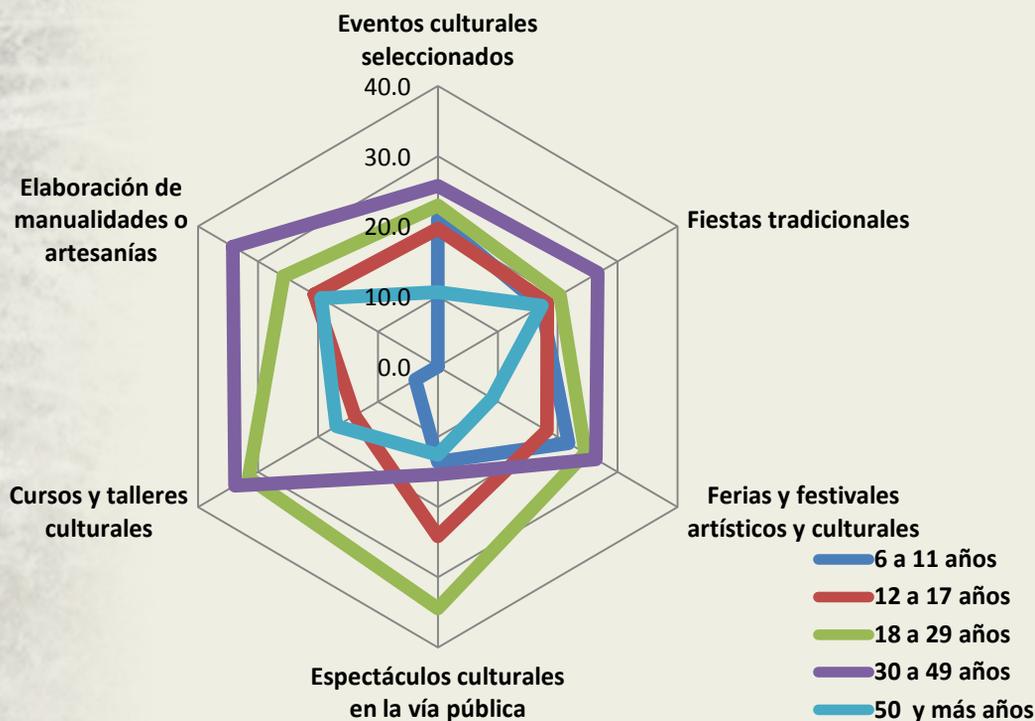
Eventos culturales seleccionados	Fiestas tradicionales	Ferias y festivales artísticos y culturales	Espectáculos culturales en la vía pública	Cursos y talleres culturales	Elaboración de manualidades o artesanías
Total 100.0	Total 100.0	Total 100.0	Total 100.0	Total 100.0	Total 100.0
Mujeres 52.8	Mujeres 55.1	Hombres 51.4	Mujeres 49.5	Hombres 50.7	Mujeres 64.3
Hombres 47.2	Hombres 44.9	Mujeres 48.6	Hombres 50.5	Mujeres 49.3	Hombres 35.7



Participación en la organización o desarrollo en al menos una ocasión

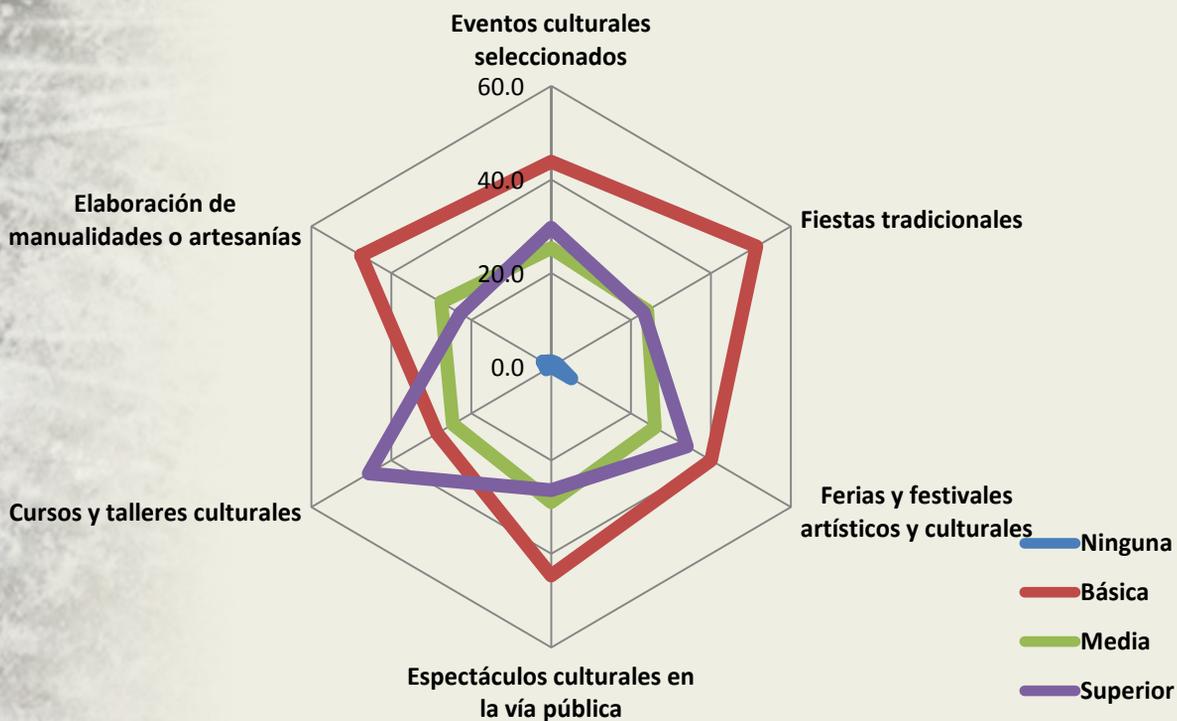
Distribución porcentual por grupos de edad

Eventos culturales seleccionados	Fiestas tradicionales	Ferias y festivales artísticos y culturales	Espectáculos culturales en la vía pública	Cursos y talleres culturales	Elaboración de manualidades o artesanías
Total 100.0	Total 100.0	Total 100.0	Total 100.0	Total 100.0	Total 100.0
30 a 49 años 25.8	30 a 49 años 26.7	30 a 49 años 26.4	18 a 29 años 34.4	30 a 49 años 33.9	30 a 49 años 34.2
18 a 29 años 22.9	18 a 29 años 20.4	18 a 29 años 24.6	12 a 17 años 24.2	18 a 29 años 31.6	18 a 29 años 25.7
6 a 11 años 21.0	12 a 17 años 18.2	6 a 11 años 21.8	30 a 49 años 15.4	50 y más años 16.9	12 a 17 años 20.6
12 a 17 años 19.7	50 y más años 17.4	12 a 17 años 18.2	6 a 11 años 13.5	12 a 17 años 13.9	50 y más años 19.5
50 y más años 10.6	6 a 11 años 17.3	50 y más años 9.0	50 y más años 12.5	6 a 11 años 3.8	6 a 11 años N/A



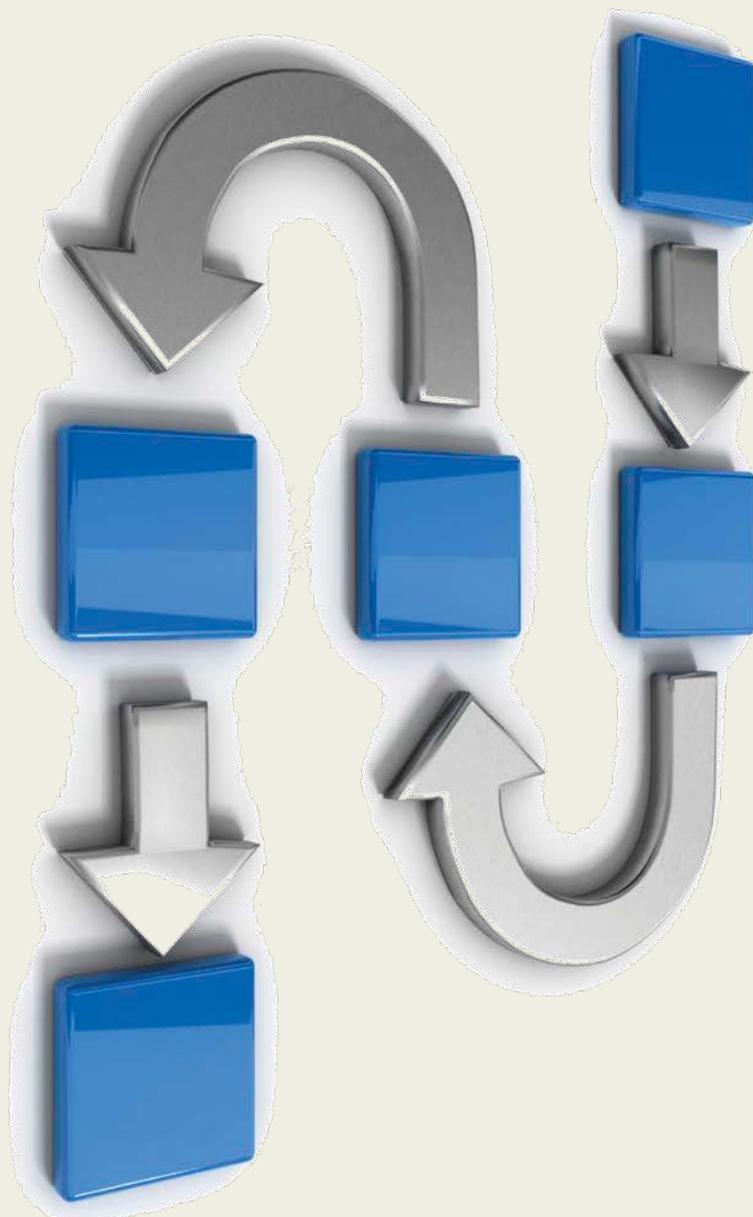
Distribución porcentual por escolaridad

Eventos culturales seleccionados	Fiestas tradicionales	Ferias y festivales artísticos y culturales	Espectáculos culturales en la vía pública	Cursos y talleres culturales	Elaboración de manualidades o artesanías
Total	Total	Total	Total	Total	Total
100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
<i>Básica</i> 43.8	<i>Básica</i> 51.4	<i>Básica</i> 40.0	<i>Básica</i> 44.6	<i>Superior</i> 45.7	<i>Básica</i> 47.6
<i>Superior</i> 29.7	<i>Media</i> 24.0	<i>Superior</i> 34.0	<i>Media</i> 28.9	<i>Básica</i> 28.6	<i>Media</i> 27.5
<i>Media</i> 25.4	<i>Superior</i> 23.1	<i>Media</i> 26.0	<i>Superior</i> 26.4	<i>Media</i> 24.6	<i>Superior</i> 22.8
<i>Ninguna</i> 1.2	<i>Ninguna</i> 1.4	<i>Ninguna</i> 5.1	<i>Ninguna</i> 0.1	<i>Ninguna</i> 1.2	<i>Ninguna</i> 2.1



6

Metodología





6. Metodología

La metodología juega un papel importante en la elaboración de la encuesta debido a que es fundamental en los resultados obtenidos. Por tal motivo, se considera primordial presentar el andamiaje estadístico seguido por la **ENCCUM**, con la intención de proporcionar un mayor conocimiento con relación a la producción de información estadística en el ámbito de las actividades económicas relacionadas con el sector de la cultura en el país.

6.1 Objetivo general

Obtener información sobre los gastos realizados por los integrantes de los hogares en distintos aspectos del ámbito cultural para proporcionar una visión cuantitativa de los aspectos económicos asociados a la cultura en México.

6.2 Diseño muestral

Población objetivo

La población objeto de estudio son las personas de 6 años cumplidos y más que residen en las viviendas particulares ubicadas en localidades de 15 mil y más habitantes y que cumplen con el criterio de elegibilidad. Si la persona seleccionada es menor de 12 años se entrevistará al responsable o tutor del (la) menor, pero solicitándole la información sobre el niño (a). Las personas seleccionadas fueron aquellas que cumplieran años inmediatamente después de la fecha de levantamiento.

Cobertura geográfica

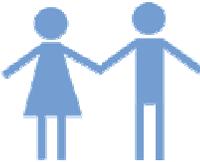
La **ENCCUM** 2012 proporciona resultados al agregado de las localidades de 15 mil y más habitantes.

Diseño de la muestra

El diseño de la muestra para la **ENCCUM** 2012 se caracteriza por ser probabilístico, en consecuencia los resultados obtenidos de la encuesta se generalizan a toda la población.

Además el diseño trietápico, estratificado y por conglomerados, donde la unidad última de selección es la persona de 6 años cumplidos y más.

Diseño muestral

- Entrevistar a un informante de **6** y más años de edad. 
- Si la persona seleccionada era *menor de 12 años*, se entrevistó al **responsable** o **tutor** del (la) menor, que forma parte del hogar. 
- Se aplicó a la persona seleccionada que **cumpliera años** inmediatamente después de la fecha de la entrevista. 

6.3 Marco de la encuesta

Se utilizó el Marco Nacional de Viviendas 2002 del Instituto, del cual se formaron unidades primarias de muestreo distribuidas por entidad y municipios en áreas de 15 mil y más habitantes.

6.4 Esquema de muestreo

El tipo de muestreo empleado es probabilístico, estratificado, trietápico y por conglomerados. A continuación, se mencionan las definiciones de cada uno de estos métodos.

Probabilístico

La probabilidad de selección es conocida y diferente de cero para cada miembro de la población; lo cual permite estimar la precisión de los resultados muestrales.

Estratificado

Las unidades de muestreo se clasifican de acuerdo a sus características socioeconómicas. Se forman cuatro estratos en los que se agruparon todas las UPM del país, esta estratificación considera las características sociodemográficas de los habitantes de las viviendas, así como las características físicas y el equipamiento de las mismas, expresadas por medio de 24 indicadores construidos con información del XII Censo General de Población y Vivienda 2000, para lo cual se emplearon métodos estadísticos multivariados.

Trietápico

La unidad última de muestreo (persona) es seleccionada en tres etapas.

Por conglomerados

Las unidades de muestreo son conjunto de unidades elementales, con características heterogéneas en su interior y homogéneas hacia su exterior.

6.5 Tamaño de la muestra

Respecto al cálculo del tamaño de la muestra, se analizaron algunos parámetros relacionados con los indicadores de interés, de los cuales se tomó como variable de referencia la proporción de la población con algún grado cursado a nivel primaria, lo cual permite que las variables que se den en proporciones mayores queden automáticamente cubiertas. La expresión para el cálculo de la muestra es:

$$n = \frac{z^2 q DEFF}{r^2 p (1 - tnr)}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

p = Estimación de la proporción de interés

q = $(1-p)$

Z = Valor en las tablas estadísticas de la distribución normal estándar para una confianza prefijada

r = Error relativo máximo esperado

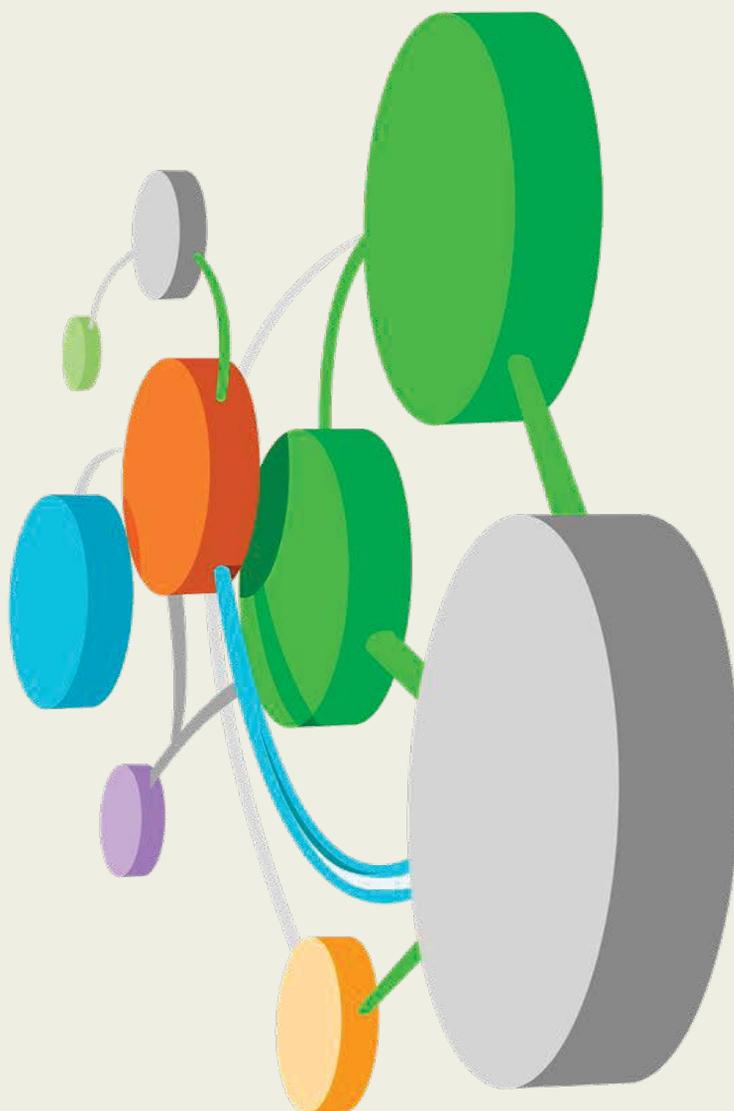
tnr = Tasa de no respuesta máxima esperada

DEFF = Efecto de diseño definido como el cociente de la varianza en la estimación del diseño utilizado, entre la varianza obtenida considerando un muestreo aleatorio simple para un mismo tamaño de muestra.

Se consideró un nivel de confianza del 90%, un error relativo máximo esperado de 15%, un efecto de diseño de 3.58, una tasa de no respuesta de 15% y una proporción de 3.4%, se obtuvo una muestra de 14 mil 391 viviendas, la cual se ajustó a 14 mil 420.

7

Conceptos y definiciones





7. Conceptos y definiciones

Artesanías. Son productos elaborados básicamente a partir de procesos manuales auxiliados por implementos rudimentarios que transforman diferentes materiales, entre los que se encuentran los siguientes: cartón y papel, cerámica o alfarería, cestería, escultura, laquería, metalistería, pintura popular, vidrio, madera, textil, entre otros, y que reflejan valores simbólicos e ideológicos asociados a la región, con diseños decorativos particulares.

Adquisición de productos culturales en la vía pública. Es la compra de productos considerados parte del sector económico de la cultura, entre los que se encuentran libros, revistas, discos de música, discos de video, discos de software o videojuegos, adquiridos en la vía pública, tianguis, puestos ambulantes o mercado sobre ruedas.

Espectáculo en la vía pública. Actividades culturales de música, teatro, danza, pintura, escultura, fotografía, entre otras, realizadas en la vía pública por personas no constituidas en alguna organización.

Ferias y festivales artísticos y culturales. Actividades culturales que tienen como objetivo la promoción y difusión de actividades culturales o venta de productos relacionados, como festivales de cine, música, pintura, poesía, danza, baile, literatura, entre otros o ferias gastronómicas, artesanales, libros, diseño gráfico o publicidad, entre otros.

Fiestas tradicionales. Fiestas religiosas (el Santo patrono), fiestas cívicas o patrias (aniversario de la Revolución, la Independencia, el aniversario de la localidad, pueblo o ciudad, etc.) y carnavales.

Participación en especie. Aportación voluntaria de objetos que son utilizados en la organización o desarrollo de las actividades culturales consideradas.

Sitios y eventos culturales seleccionados. Hace referencia a los siguientes lugares y actividades: teatro, cine, sitios históricos y religiosos, sitios arqueológicos, parques naturales o áreas naturales protegidas, museos, casas de cultura, bibliotecas, hemerotecas o archivos históricos.

8

Anexo estadístico

Blue	Blue	Blue	Blue
Blue	White	White	White
Blue	White	White	White
Blue	White	Green	White
Blue	White	Green	White
Blue	Green	White	White
Blue	White	White	White
Blue	White	White	White

**Usuarios en al menos una ocasión de los bienes
y servicios culturales seleccionados**

Cuadro 1

Porcentaje de personas

Sitios y eventos culturales seleccionados	61.6
Fiestas tradicionales	60.4
Ferias y festivales artísticos y culturales	34.6
Espectáculos culturales en la vía pública	29.4
Cursos y talleres culturales	12.8
Uso de Internet por motivos culturales	45.8
Productos culturales en vía pública	36.6

**Usuarios en al menos una ocasión de los bienes
y servicios culturales seleccionados**

Cuadro 1.a

Distribución porcentual por sexo

	Total	Hombres	Mujeres
Sitios y eventos culturales seleccionados	100.0	46.8	53.2
Fiestas tradicionales	100.0	46.4	53.6
Ferias y festivales artísticos y culturales	100.0	60.4	39.6
Espectáculos culturales en la vía pública	100.0	48.8	51.2
Cursos y talleres culturales	100.0	40.2	59.8
Uso de Internet por motivos culturales	100.0	50.6	49.4
Productos culturales en vía pública	100.0	49.4	50.6

**Usuarios en al menos una ocasión de los bienes
y servicios culturales seleccionados**

Cuadro 1.1.a

Tasa de participación por sexo

	Hombres	Mujeres
Sitios y eventos culturales seleccionados	62.1	61.1
Fiestas tradicionales	59.5	61.2
Ferias y festivales artísticos y culturales	34.8	34.5
Espectáculos culturales en la vía pública	30.9	28.1
Cursos y talleres culturales	10.5	13.5
Uso de Internet por motivos culturales	49.9	42.3
Productos culturales en vía pública	38.9	34.6

**Usuarios en al menos una ocasión de los bienes
y servicios culturales seleccionados**
Distribución porcentual por edad

Cuadro 1.b

	Total	6 a 11 años	12 a 17 años	18 a 29 años	30 a 49 años	50 y más años
Sitios y eventos culturales seleccionados	100.0	13.6	15.3	25.7	29.8	15.6
Fiestas tradicionales	100.0	11.8	12.4	22.5	30.3	23.0
Ferias y festivales artísticos y culturales	100.0	7.1	9.0	17.9	39.7	25.7
Espectáculos culturales en la vía pública	100.0	11.6	14.7	28.3	29.6	16.1
Cursos y talleres culturales	100.0	18.9	24.8	24.4	21.4	10.5
Uso de Internet por motivos culturales	100.0	12.3	20.9	31.7	26.2	8.9
Productos culturales en vía pública	100.0	10.8	15.4	27.3	32.1	14.3

**Usuarios en al menos una ocasión de los bienes
y servicios culturales seleccionados**

Cuadro 1.1.b

Tasa de participación por edad

	6 a 11 años	12 a 17 años	18 a 29 años	30 a 49 años	50 y más años
Sitios y eventos culturales seleccionados	70.9	75.9	70.4	60.5	41.7
Fiestas tradicionales	64.8	65.6	63.5	61.1	51.5
Ferias y festivales artísticos y culturales	33.8	41.7	40.8	35.4	24.3
Espectáculos culturales en la vía pública	28.8	34.9	37.1	28.4	20.6
Cursos y talleres culturales	19.3	24.2	13.2	8.5	5.5
Uso de internet por motivos culturales	47.5	77.2	64.7	39.5	17.8
Productos culturales en vía pública	33.5	45.5	44.5	38.8	22.8

**Usuarios en al menos una ocasión de los bienes
y servicios culturales seleccionados**
Distribución porcentual por escolaridad

Cuadro 1.c

	Total	Ninguna	Básica	Media	Superior	No sabe
Sitios y eventos culturales seleccionados	100.0	1.2	48.8	25.3	24.7	N.S.
Fiestas tradicionales	100.0	3.7	56.3	21.6	18.3	N.S.
Ferias y festivales artísticos y culturales	100.0	3.6	46.3	22.4	27.6	N.S.
Espectáculos culturales en la vía pública	100.0	1.5	48.0	26.3	24.2	N.S.
Cursos y talleres culturales	100.0	1.1	51.7	21.9	25.3	N.S.
Uso de Internet por motivos culturales	100.0	0.3	42.3	27.5	29.8	0.1
Productos culturales en vía pública	100.0	1.6	55.7	24.3	18.4	N.S.

**Usuarios en al menos una ocasión de los bienes
y servicios culturales seleccionados**

Cuadro 1.1.c

Tasa de participación por escolaridad

	Ninguna	Básica	Media	Superior	No sabe
Sitios y eventos culturales seleccionados	20.7	53.3	72.0	82.9	12.7
Fiestas tradicionales	44.3	58.8	64.0	64.6	32.2
Ferias y festivales artísticos y culturales	13.8	28.9	40.2	50.1	12.7
Espectáculos culturales en la vía pública	12.3	25.0	35.8	38.8	18.2
Cursos y talleres culturales	3.6	11.1	12.3	16.7	N.S.
Uso de Internet por motivos culturales	4.1	34.4	58.3	74.4	54.7
Productos culturales en vía pública	15.5	36.2	41.2	36.8	32.0

Total de asistencias y de uso de Internet **Cuadro 2**
Número de ocasiones

Sitios y eventos culturales seleccionados	632 646 792
Fiestas tradicionales	140 906 998
Ferias y festivales artísticos y culturales	79 709 457
Cursos y talleres culturales	36 800 391
Uso de Internet por motivos culturales	10 993 572 560

Total de asistencias y de uso de Internet **Cuadro 2.a**
Distribución porcentual por sexo

	Total	Hombres	Mujeres
Sitios y eventos culturales seleccionados	100.0	46.3	53.7
Fiestas tradicionales	100.0	45.1	54.9
Ferias y festivales artísticos y culturales	100.0	46.5	53.5
Cursos y talleres culturales	100.0	43.2	56.8
Uso de Internet por motivos culturales	100.0	54.6	45.4

Total de asistencias y de uso de internet**Cuadro 2.b**

Distribución porcentual por edad

	Total	6 a 11 años	12 a 17 años	18 a 29 años	30 a 49 años	50 y más años
Sitios y eventos culturales seleccionados	100.0	12.7	15.3	30.3	27.5	14.2
Fiestas tradicionales	100.0	13.5	13.0	23.4	30.6	19.4
Ferias y festivales artísticos y culturales	100.0	9.8	15.9	30.3	29.6	14.5
Cursos y talleres culturales	100.0	29.9	22.4	19.5	17.9	10.3
Uso de Internet por motivos culturales	100.0	6.8	22.6	38.2	24.6	7.8

Total de asistencias y de uso de internet**Cuadro 2.c**

Distribución porcentual por escolaridad

	Total	Ninguna	Básica	Media	Superior	No sabe
Sitios y eventos culturales seleccionados	100.0	0.7	38.6	25.2	35.5	N.S.
Fiestas tradicionales	100.0	2.5	50.5	24.0	23.0	N.S.
Ferias y festivales artísticos y culturales	100.0	1.1	41.4	25.4	32.0	N.S.
Cursos y talleres culturales	100.0	0.3	58.3	18.4	23.0	N.S.
Uso de Internet por motivos culturales	100.0	0.3	35.9	26.8	36.9	N.S.

Gasto por la asistencia y consumo de los bienes y servicios culturales **Cuadro 3**
Millones de pesos

Sitios y eventos culturales seleccionados	30 379
Fiestas tradicionales	476
Ferias y festivales artísticos y culturales	1 765
Espectáculos culturales en la vía pública	2 342
Cursos y talleres culturales	8 227
Uso de Internet por motivos culturales	21 465
Productos culturales en vía pública	57 615

**Gasto por la asistencia y consumo de
los bienes y servicios culturales**

Distribución porcentual por sexo

Cuadro 3.a

	Total	Hombres	Mujeres
Sitios y eventos culturales seleccionados	100.0	55.6	44.4
Fiestas tradicionales	100.0	61.9	38.1
Ferias y festivales artísticos y culturales	100.0	51.0	49.0
Espectáculos culturales en la vía pública	100.0	41.1	58.9
Cursos y talleres culturales	100.0	44.6	55.4
Uso de Internet por motivos culturales	100.0	49.6	50.4
Productos culturales en vía pública	100.0	46.4	53.6

**Gasto por la asistencia y consumo de bienes
y servicios culturales**

Cuadro 3.b

Distribución porcentual por edad

	Total	6 a 11 años	12 a 17 años	18 a 29 años	30 a 49 años	50 y más años
Sitios y eventos culturales seleccionados	100.0	5.6	11.4	28.7	36.8	17.5
Fiestas tradicionales	100.0	1.2	5.0	23.2	51.9	18.7
Ferias y festivales artísticos y culturales	100.0	2.1	12.6	40.1	32.3	12.9
Espectáculos culturales en la vía pública	100.0	5.4	9.1	29.3	44.1	12.0
Cursos y talleres culturales	100.0	14.2	17.3	41.4	19.0	8.1
Uso de Internet por motivos culturales	100.0	3.7	18.9	36.2	33.0	8.2
Productos culturales en vía pública	100.0	11.8	12.4	22.5	30.3	23.0

Gasto por la asistencia y consumo de bienes y servicios culturales

Cuadro 3.c

Distribución porcentual por escolaridad

	Total	Ninguna*	Básica	Media	Superior	No sabe*
Sitios y eventos culturales seleccionados	100.0	0.6	27.5	25.6	46.2	0.1
Fiestas tradicionales	100.0	2.5	26.7	30.3	40.3	0.2
Ferias y festivales artísticos y culturales	100.0	0.3	20.3	29.6	49.8	N.S.
Espectáculos culturales en la vía pública	100.0	0.8	38.6	26.4	34.2	N.S.
Cursos y talleres culturales	100.0	0.1	33.5	20.3	46.1	N.S.
Uso de Internet por motivos culturales	100.0	0.1	28.5	25.6	45.8	N.S.
Productos culturales en vía pública	100.0	3.7	56.3	21.6	18.3	N.S.

Aportación voluntaria en la organización o desarrollo de fiestas tradicionales, ferias y festivales artísticos y culturales

Cuadro 4

Horas y millones de pesos

	Fiestas tradicionales	Ferias y festivales artísticos y culturales
Tiempo (horas)	71 527 617	22 414 200
Dinero (millones de pesos)	2 845	981
Especie (millones de pesos)	1 682	230

Aportación voluntaria en la organización o desarrollo de fiestas tradicionales, ferias y festivales artísticos y culturales

Cuadro 4.a

Distribución porcentual por sexo

	Fiestas tradicionales			Ferias y festivales artísticos y culturales		
	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres
Tiempo (horas)	100.0	34.9	65.1	100.0	63.0	37.0
Dinero (pesos)	100.0	49.0	51.0	100.0	78.7	21.3
Especie (pesos)	100.0	39.7	60.3	100.0	58.8	41.2

Aportación voluntaria en la organización o desarrollo de fiestas tradicionales, ferias y festivales artísticos y culturales

Cuadro 4.b

Distribución porcentual por edad

	Fiestas tradicionales						Ferias y festivales artísticos y culturales					
	Total	6 a 11 años	12 a 17 años	18 a 29 años	30 a 49 años	50 y más años	Total	6 a 11 años	12 a 17 años	18 a 29 años	30 a 49 años	50 y más años
Tiempo (horas)	100.0	5.1	12.0	28.9	38.4	15.5	100.0	7.6	13.1	23.7	42.4	13.3
Dinero (pesos)	100.0	2.9	5.0	20.5	40.8	30.7	100.0	2.3	7.4	25.6	62.6	2.1
Especie (pesos)	100.0	5.7	6.0	18.1	44.2	25.9	100.0	4.9	4.0	54.5	31.8	4.7

**Aportación voluntaria en la organización o desarrollo
de fiestas tradicionales, ferias y festivales artísticos y culturales**
Distribución porcentual por escolaridad

Cuadro 4.c

	Fiestas tradicionales						Ferias y festivales artísticos y culturales					
	Total	Ninguna	Básica	Media	Superior	No sabe*	Total	Ninguna*	Básica	Media	Superior	No sabe
Tiempo (horas)	100.0	0.4	30.4	37.9	31.4	N.S.	100.0	N.S.	21.4	28.8	49.8	N.S.
Dinero (pesos)	100.0	2.9	41.6	22.7	32.8	N.S.	100.0	N.S.	13.0	33.5	53.5	N.S.
Especie (pesos)	100.0	3.7	40.5	27.7	28.1	N.S.	100.0	1.8	31.4	14.7	52.1	N.S.

**Participación en la organización o desarrollo
al menos en una ocasión**

Cuadro 5

Porcentaje de personas

Eventos culturales seleccionados	2.9
Fiestas tradicionales	6.2
Ferias y festivales artísticos y culturales	2.0
Espectáculos culturales en la vía pública	1.6
Cursos y talleres culturales	1.6
Elaboración de manualidades o artesanías	13.3

**Participación en la organización o desarrollo
al menos en una ocasión**

Cuadro 5.a

Distribución porcentual por sexo

	Total	Hombres	Mujeres
Eventos culturales seleccionados	100.0	47.2	52.8
Fiestas tradicionales	100.0	44.9	55.1
Ferias y festivales artísticos y culturales	100.0	51.4	48.6
Espectáculos culturales en la vía pública	100.0	49.5	50.5
Cursos y talleres culturales	100.0	50.7	49.3
Elaboración de manualidades o artesanías	100.0	35.7	64.3

**Participación en la organización o desarrollo
en por lo menos una ocasión**

Cuadro 5.1.a

Tasa de participación por sexo

	Hombres	Mujeres
Eventos culturales seleccionados	3.0	2.9
Fiestas tradicionales	6.0	6.4
Ferias y festivales artísticos y culturales	2.2	1.8
Espectáculos culturales en la vía pública	1.7	1.5
Cursos y talleres culturales	1.8	1.5
Elaboración de manualidades o artesanías	10.3	16.0

**Participación en la organización o desarrollo
en por lo menos una ocasión**

Distribución porcentual por grupos de edad

Cuadro 5.b

	Total	6 a 11 años	12 a 17 años	18 a 29 años	30 a 49 años	50 y más años
Eventos culturales seleccionados	100.0	21.0	19.7	22.9	25.7	10.6
Fiestas tradicionales	100.0	17.3	18.2	20.4	26.7	17.4
Ferias y festivales artísticos y culturales	100.0	21.8	18.2	24.6	26.4	9.0
Espectáculos culturales en la vía pública	100.0	13.5	24.2	34.4	15.4	12.5
Cursos y talleres culturales	100.0	3.8	13.9	31.6	33.9	16.9
Elaboración de manualidades o artesanías	100.0	N/A	20.6	25.7	34.2	19.5

**Participación en la organización o desarrollo
en por lo menos una ocasión**

Cuadro 5.1.b

Tasa de participación por edad

	6 a 11 años	12 a 17 años	18 a 29 años	30 a 49 años	50 y más años
Eventos culturales seleccionados	5.2	4.6	3.0	2.5	1.3
Fiestas tradicionales	9.0	9.1	5.6	5.4	4.7
Ferias y festivales artísticos y culturales	3.7	3.0	2.2	1.8	0.8
Espectáculos culturales en la vía pública	1.8	3.1	2.4	0.8	0.9
Cursos y talleres culturales	0.5	1.8	2.3	1.8	1.2
Elaboración de manualidades o artesanías	N/A	22.2	15.2	15.0	11.3

**Participación en la organización o desarrollo
en por lo menos una ocasión**

Cuadro 5.c

Distribución porcentual por escolaridad

	Total	Ninguna	Básica	Media	Superior
Eventos culturales seleccionados	100.0	1.2	43.8	25.4	29.7
Fiestas tradicionales	100.0	1.4	51.4	24.0	23.1
Ferias y festivales artísticos y culturales	100.0	0.1	40.0	26.0	34.0
Espectáculos culturales en la vía pública	100.0	0.1	44.6	28.9	26.4
Cursos y talleres culturales	100.0	1.2	28.6	24.6	45.7
Elaboración de manualidades o artesanías	100.0	2.1	47.6	27.5	22.8

Participación en la organización o desarrollo en por lo menos una ocasión Cuadro 5.1.c
Tasa de participación por escolaridad

	Ninguna	Básica	Media	Superior
Eventos culturales seleccionados	0.9	2.3	3.4	4.7
Fiestas tradicionales	2.4	5.6	6.9	7.8
Ferias y festivales artísticos y culturales	N.S	1.4	2.4	3.8
Espectáculos culturales en la vía pública	N.S	1.3	2.1	2.3
Cursos y talleres culturales	0.5	0.8	1.8	4.0
Elaboración de manualidades o artesanías	7.7	11.3	17.0	16.5