

PROYECTO	CONL-DH-CC	ESTUDIO SOBRE CONSUMO Y GASTO EN CULTURA EN LA ZONA METROPOLITANA DE MONTERREY
----------	------------	---

ALCANCE

1. Contexto de la cultura de la zona metropolitana de Monterrey.
2. Actuación de las autoridades.
3. Mejores prácticas nacionales e internacionales.
4. Evaluación del consumo y gasto en cultura entre la población del área metropolitana.
5. Análisis estadístico.
6. Recomendaciones.

USUARIOS Y OBJETIVO DEL PROYECTO

FICHA TÉCNICA: 

Solicitante:	Martha P. Herrera González	Consejo Nuevo León – Comisión de DH
Usuario:	Melissa D. Segura Guerrero	CONARTE
Responsable:	José de Jesús Ruiz Velasco	Consejo Nuevo León

El estudio tiene el propósito de levantar información en campo que permita identificar el gasto, consumo y preferencia de actividades culturales en el área metropolitana de Monterrey (AMM), de acuerdo a lo siguiente:


- Revisión exhaustiva de bibliografía sobre el tema, documentos oficiales y un análisis de estado del arte de la cultura.
- Levantamiento en casa habitación con información de todos los miembros de la familia.
- Se requiere que sea un levantamiento estadísticamente significativo para el AMM y estratificado.
- La encuesta debe estar alineada y adaptada al instrumento INEGI de levantamiento nacional, “ENCUESTA NACIONAL DE CONSUMO CULTURAL DE MÉXICO 2012”.
- El estudio requiere el levantamiento, procesamiento y análisis de la información que permita conducir proyectos y programas culturales.
- Identificación de las mejores prácticas y políticas públicas nacionales e internacionales.
- Entrevistas a diferentes grupos de interés como funcionarios públicos.

CONCURSANTES Y ASIGNACIÓN

PRECIOS EN PESOS				ITESM	TQS	UANL
#	CONCEPTO	UD	CANT	MONTO	MONTO	MONTO
1	Contexto de la cultura de la AMM.	Lote	1.00	40,000	INCLUIDO	36,000
2	Actuación de las autoridades.	Lote	1.00	45,000	INCLUIDO	120,000
3	Mejores prácticas nacionales e internacionales.	Lote	1.00	40,000	INCLUIDO	36,000
4	Evaluación del consumo y gasto en cultura entre la población del AMM con base a encuesta de mínimo 450 muestras.	Lote	1.00	240,000	INCLUIDO	308,400
5	Análisis estadístico.	Lote	1.00	65,000	INCLUIDO	72,000
6	Recomendaciones.	Lote	1.00	50,000	INCLUIDO	36,000
	IVA	16%		76,800	84,800	97,344
TOTAL PESOS M.N.				\$556,800.00	\$614,800.00	\$705,744.00

Se procederá a asignar a la Escuela de Gobierno y Transformación Pública (ITESM) por ser quien presenta la mejor oferta en general, es la más económica, cumple con todo lo solicitado y es un proveedor dado de alta ante el padrón de GENL.

DATOS DE CONTRATO - FINANCIADO POR MEDIO DEL FIDEICOMISO 71479

Valor contrato:	\$556,800.00	Valor pagado:	\$556,800.00	# Pedido:	Contrato # 18-11
Inicio proyecto:	28 may 2018	Fin proyecto:	14 dic 2018	Acta de Recepción:	
				Firmada solo por CNL	

RESULTADOS

El estudio de consumo y gasto en cultura en la zona metropolitana de Monterrey refleja que en 6 de cada 10 hogares por lo menos un integrante de la familia ha asistido como mínimo una ocasión a algún evento, sitio, festival, espectáculo al aire libre, curso o taller cultural. Se destaca el hecho de que cerca de un 55.9 % de los hogares cuentan con un integrante que por lo menos asistió a algún evento, sitio, festival, espectáculo al aire libre, cursos o taller cultural y pagó por su ingreso. Se estima que el gasto en cultura en los hogares de la zona metropolitana de Monterrey es de \$2,263,080,918.