

## CENSO Y MAPEO DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS DEL CARNAVAL DE BARRANQUILLA Y DEL ATLÁNTICO

### 1) Descripción del instrumento:

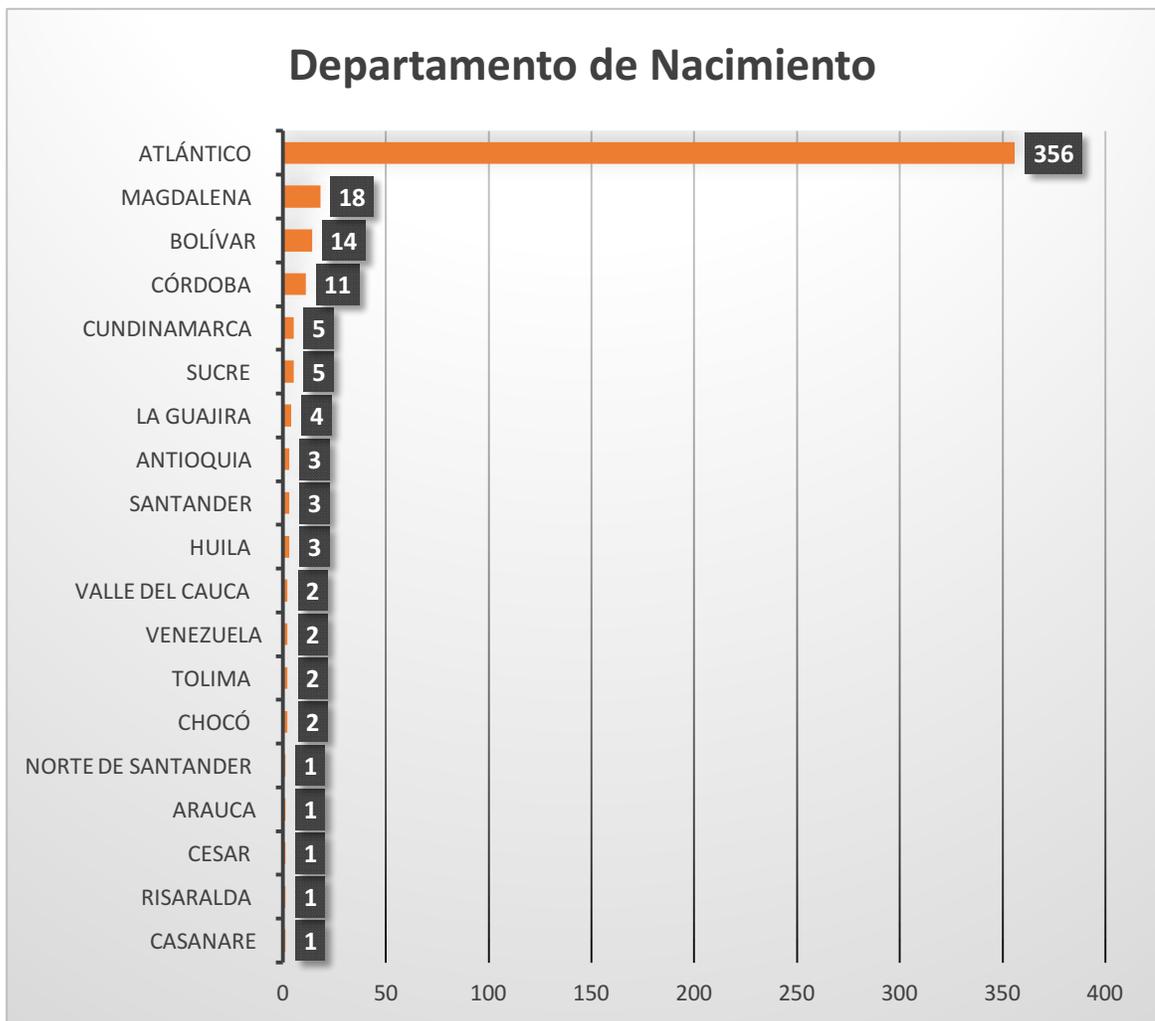
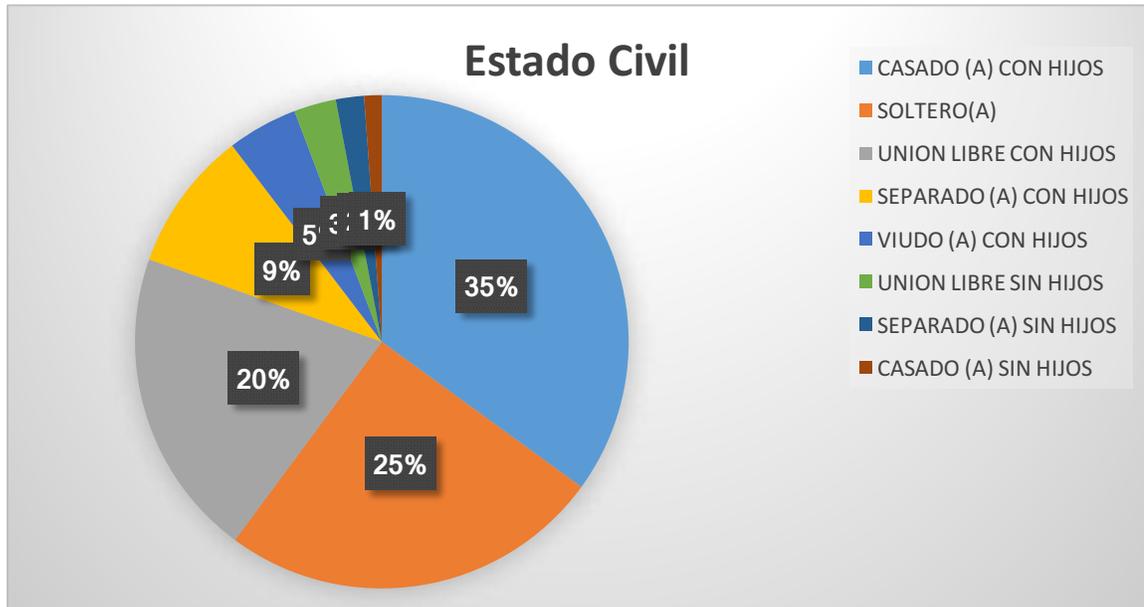
- **Variables:** Se utilizaron un total de 87 variables, las cuales se compilaron en 7 grupos focales según la información recogida en el instrumento.
- **Grupos:** Datos Básicos; Grupo Poblacional; Seguridad Social; Formación; Información sobre la práctica cultural; Practica Cultural para la Promoción y Salvaguardia del PCI del carnaval de Barranquilla e Información Económica de la actividad.
- **Población:** 435 instrumentos contestados en su totalidad.

### 2) Descripción de variables:

#### - Datos Básicos y Grupo Poblacional:

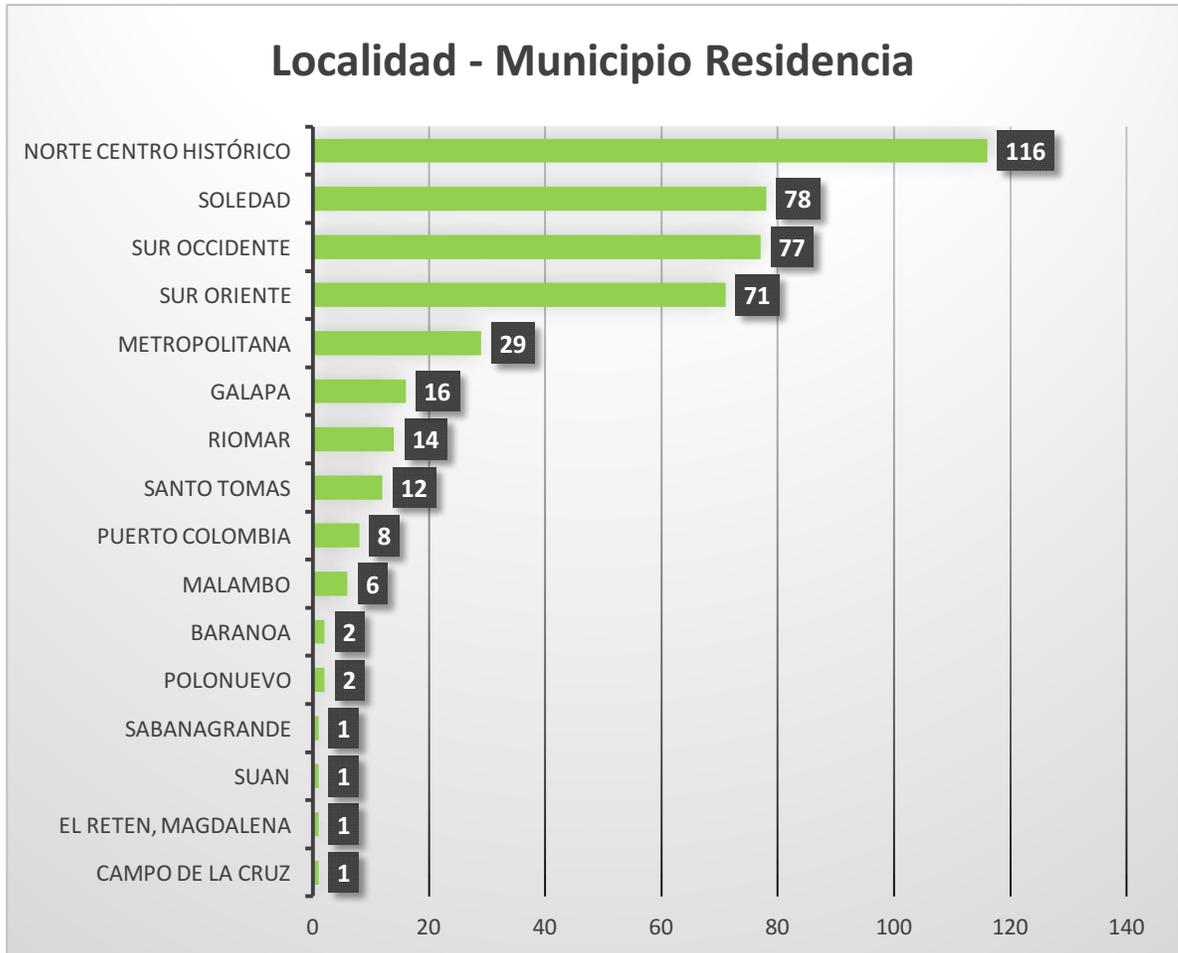
Dentro de la muestra seleccionada se encontró que el 39% de los individuos encuestados fueron mujeres, mientras que el 61% fueron hombres. De igual manera, en los datos básicos de la muestra se evidenció que en el 35% de los casos el encuestado es un individuo casado (a) sin hijos, seguido de la categoría soltero (a) en un 25%.







El 82% de los individuos de la muestra nacieron en el Departamento del Atlántico, y dentro de este valor el 71% nacieron en Barranquilla, seguido por el 14% en Soledad y el 16% restante en municipios como Puerto Colombia, Santa Lucía, Santo Tomás, entre otros.

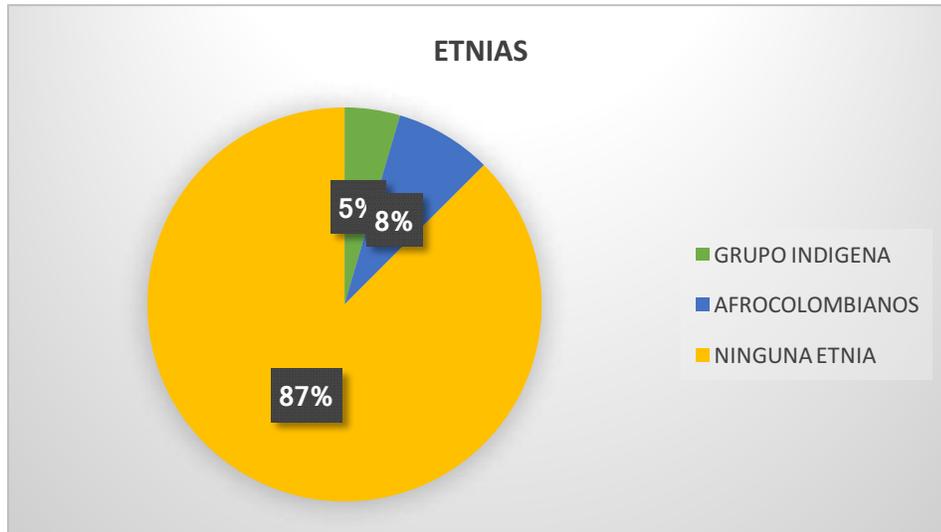


Es posible observar que el 27% aprox. de las personas encuestadas residen en la localidad de Norte Centro Histórico, seguida por las localidades: Sur Occidente, Sur Oriente, Metropolitana y Riomar con una participación del 17,7%, 16,3%, 6,6% y 3,2% respectivamente. También se puede observar que en los municipios del área metropolitana de Barranquilla viven alrededor del 25% de los encuestados.

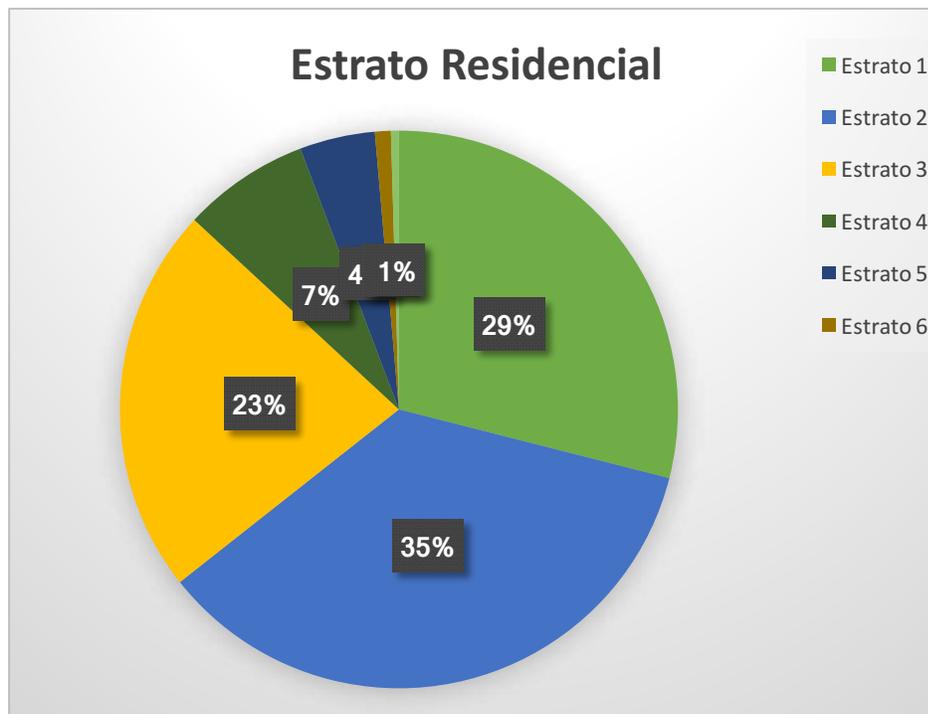
Por otro lado, se puede decir que en promedio los Círculos Familiares están conformados de 3 a 5 integrantes, siendo el individuo encuestado la Cabeza de Hogar en un 76% de los casos. Así mismo, se encontró que en el 8 % de la muestra se presentan individuos con discapacidades físicas, de las cuales el 42% presenta discapacidad motora, otro 42% presentó discapacidad visual y el 16% restante presenta discapacidad auditiva. El 98% de los individuos encuestados son



colombianos. Para el caso de la población étnica se encontró que solo el 4.5% de los individuos pertenecen Grupos Indígenas y/o Gitanos y el 8% a población Afrocolombiana.



Aproximadamente el 87% de las personas encuestadas tienen su residencia en los estratos 1, 2 y 3, y solo el 12,6% residen en estratos socioeconómicos 4, 5 y 6, los cuales pueden considerarse estratos altos.

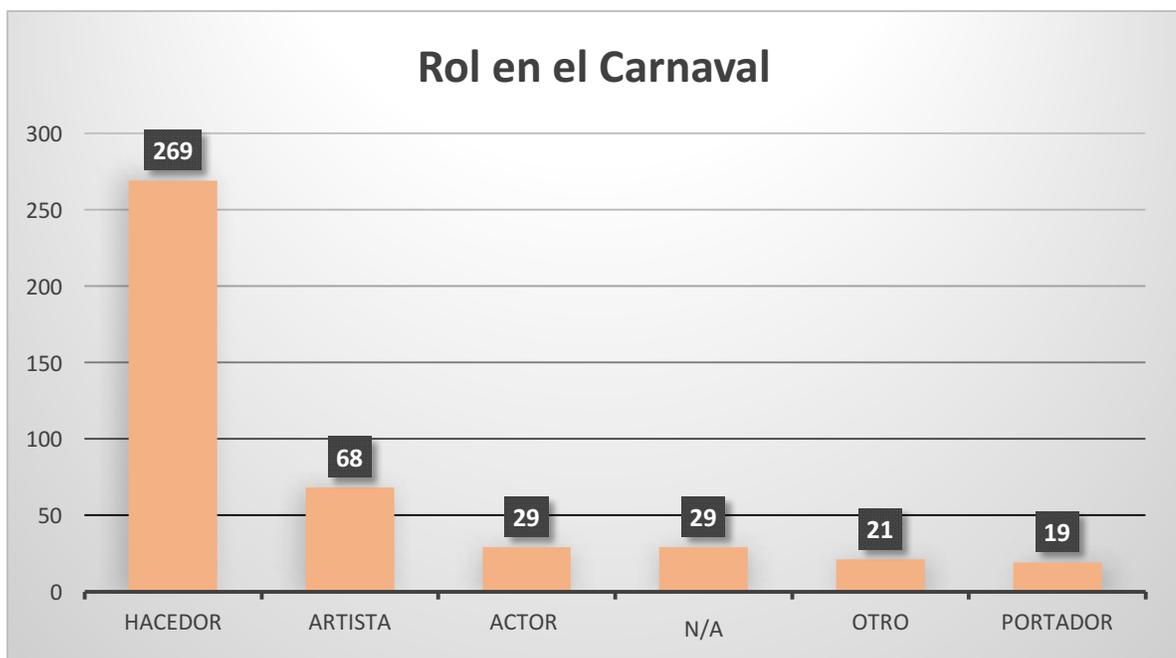




En términos generales, la mitad de los encuestados no pertenecen a ningún grupo poblacional.

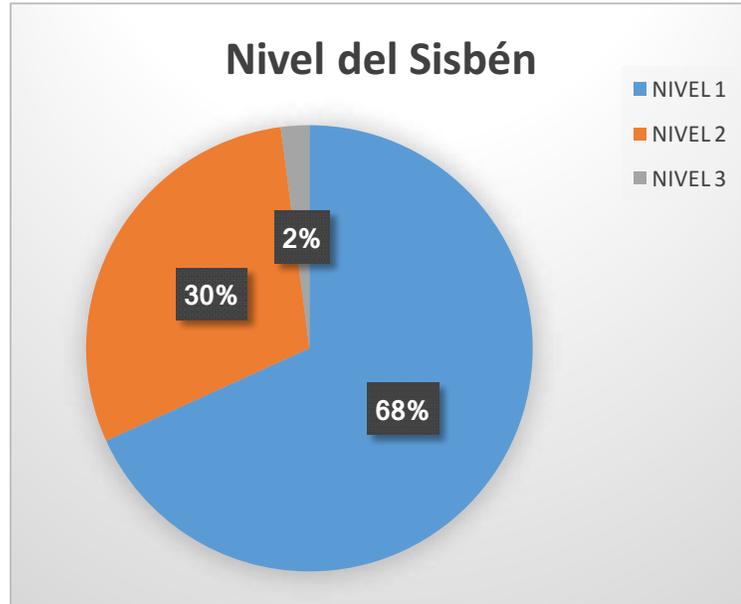
#### *Rol en el Carnaval*

Los individuos encuestados forman parte activa de las diferentes actividades del Carnaval de Barranquilla. En este sentido, su participación está categorizada en:

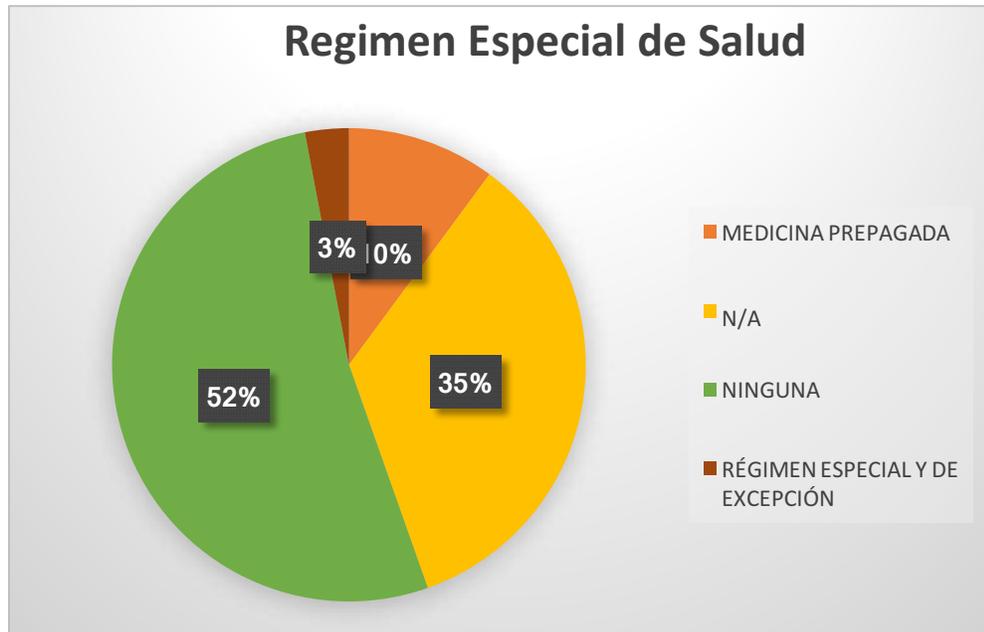




En la muestra el 51% de las personas se encuentran vinculadas al régimen contributivo; el 46,2% al régimen subsidiado y el 2,8% restante no pertenece a ningún régimen. Los individuos que se encuentran vinculados al régimen subsidiado, se encuentran distribuidos en los niveles del sisbén de la siguiente manera:

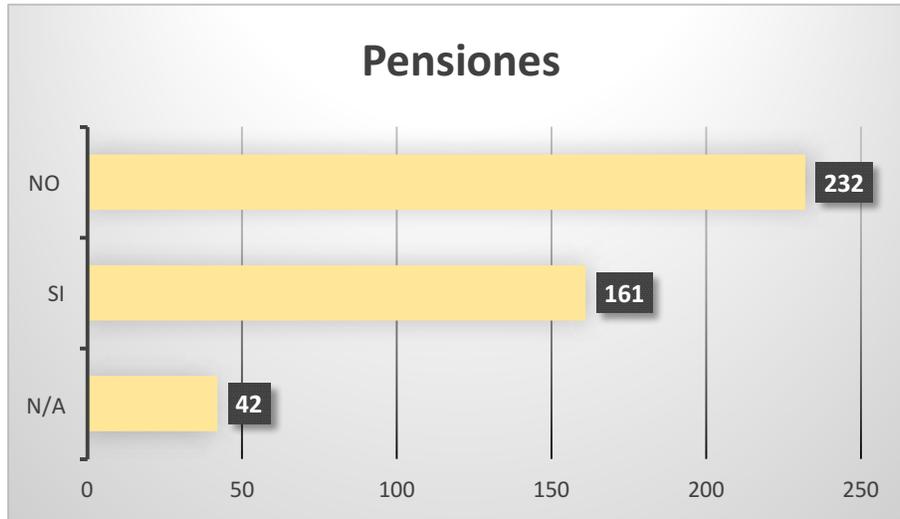


El 87% de las personas encuestadas no pertenecen a ningún régimen especial de prestación de servicio de salud, solo el 10% tiene medicina prepagada.

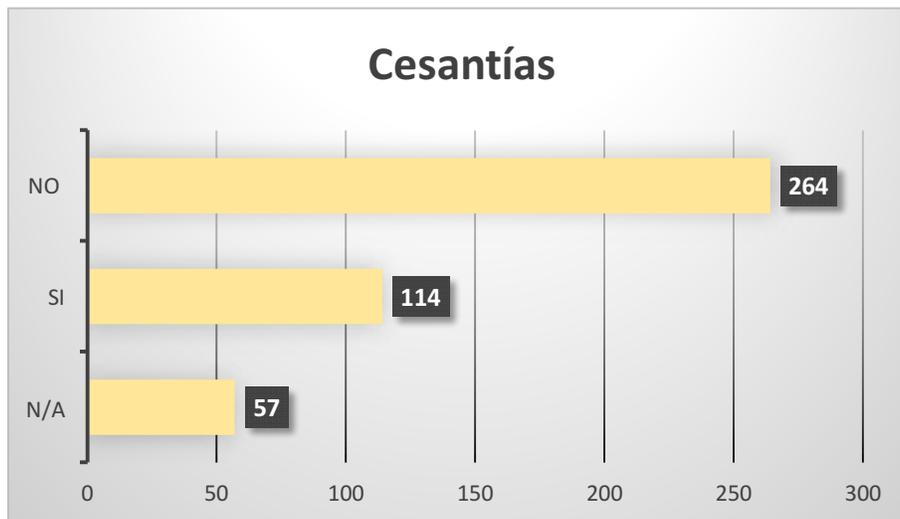




Por otro lado, se evidencia que el 53% de los encuestados no está afiliado a un sistema de pensiones y cesantías, mientras el 37% si se encuentra afiliado, siendo las empresas prestadoras del servicio de pensiones y cesantías en su mayoría, Colpensiones y Porvenir.



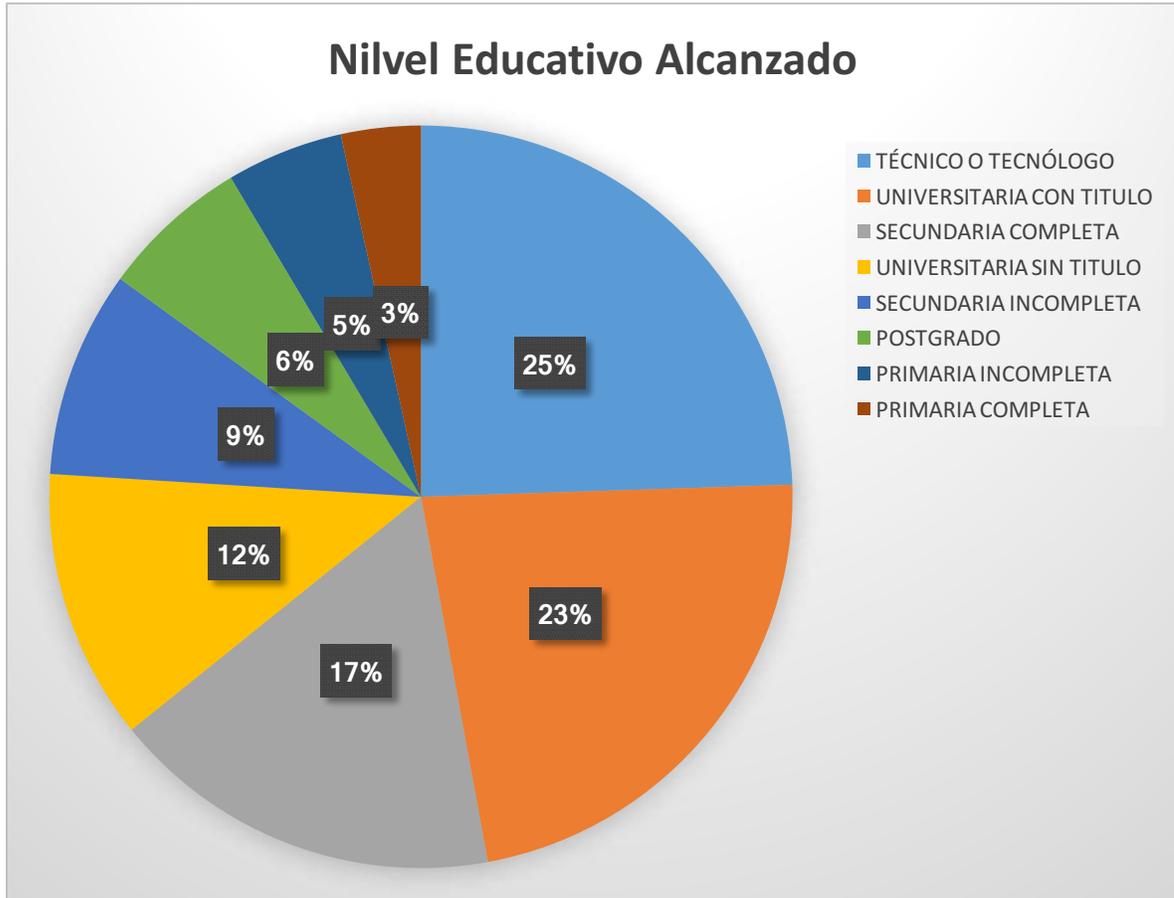
Por último, se observó que el 61% de los encuestados no están afiliados a seguridad social en su trabajo, y que el 26% si se encuentra cubierto, teniendo en la mayoría de los casos como aseguradoras a Sura y Positiva.





## - Formación

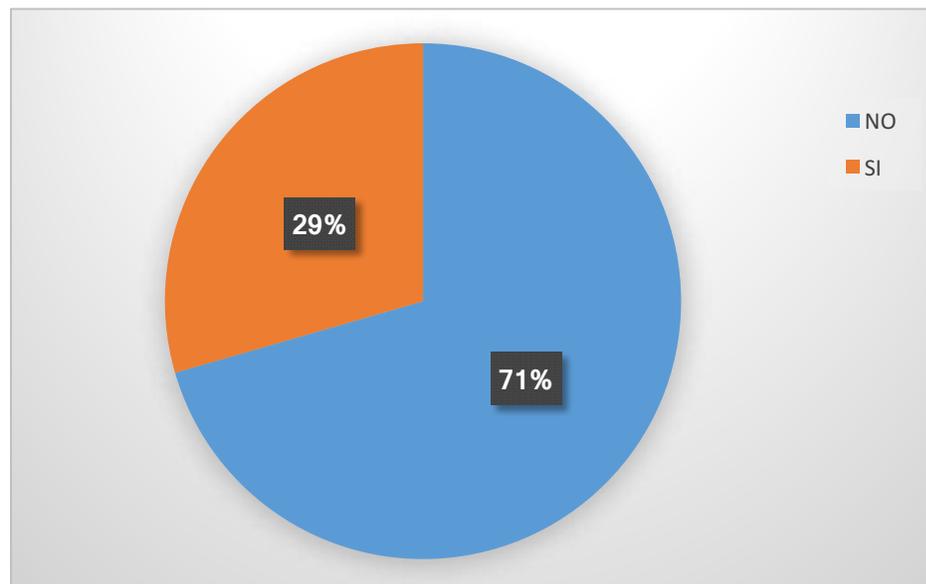
En los aspectos de la Formación Educativa de los individuos encuestados, se observa que el 25% alcanzó un nivel de formación técnica o tecnológica, el 23% posee formación universitaria con título y solo un 6% tiene formación de postgrado.



Los individuos poseen además niveles de educación altos, con formación universitaria y niveles de aprendizaje óptimos; formación artística adquirida de distintas formas. En la siguiente grafica se puede observar que casi el 50% de la población encuestada posee una formación artística de manera autodidacta y por transmisión local o familiar, el porcentaje restante está distribuido en talleres o cursos, estudios universitarios, formación técnica o tecnológica y estudios con maestros.

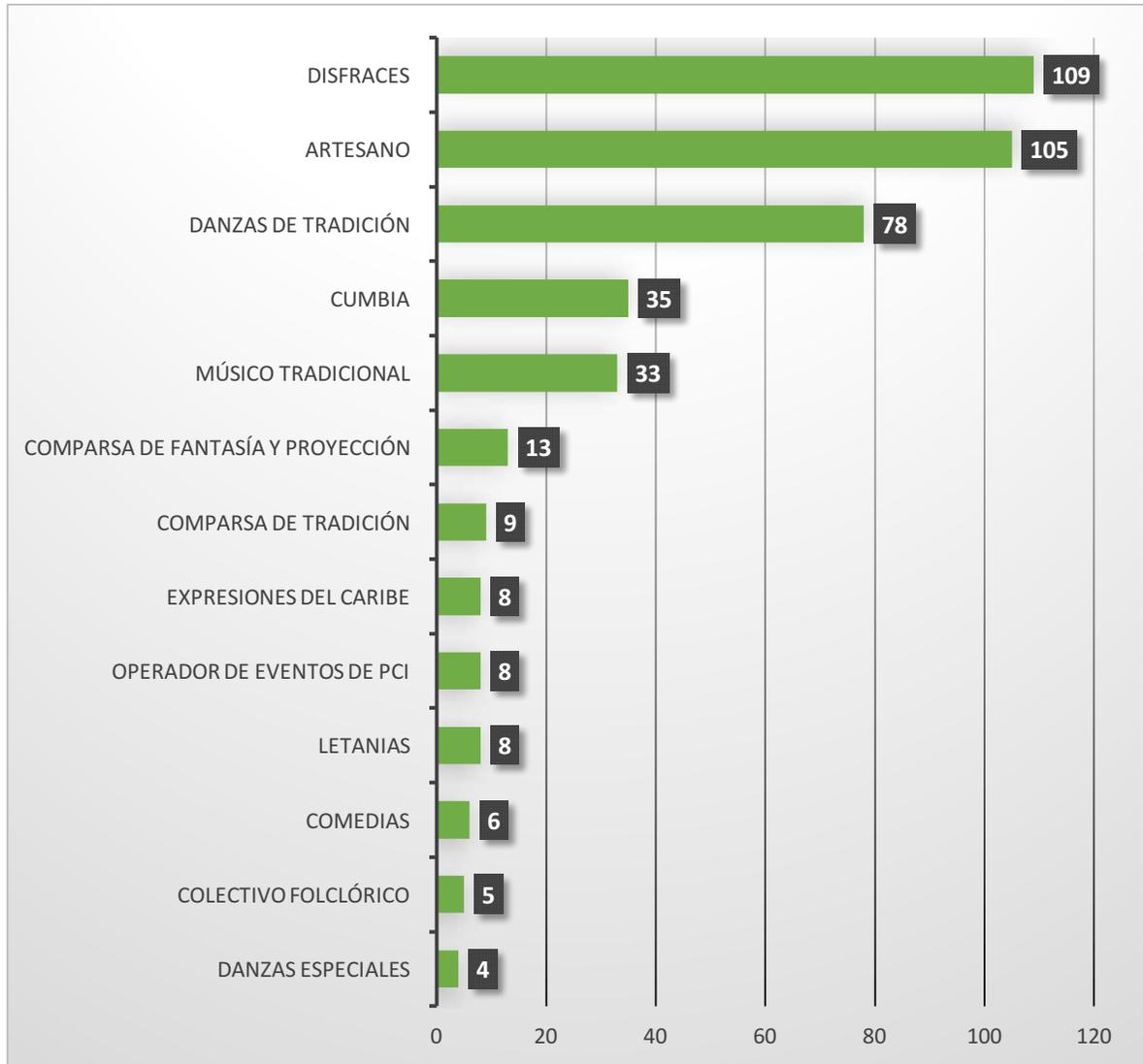


El 71% de los encuestados no es profesional en el campo en el que se desempeña, en promedio tienen más de 30 años de práctica cultural, resaltando el Teatro, Danza, Artes Plásticas y Música como principales prácticas culturales a nivel profesional.



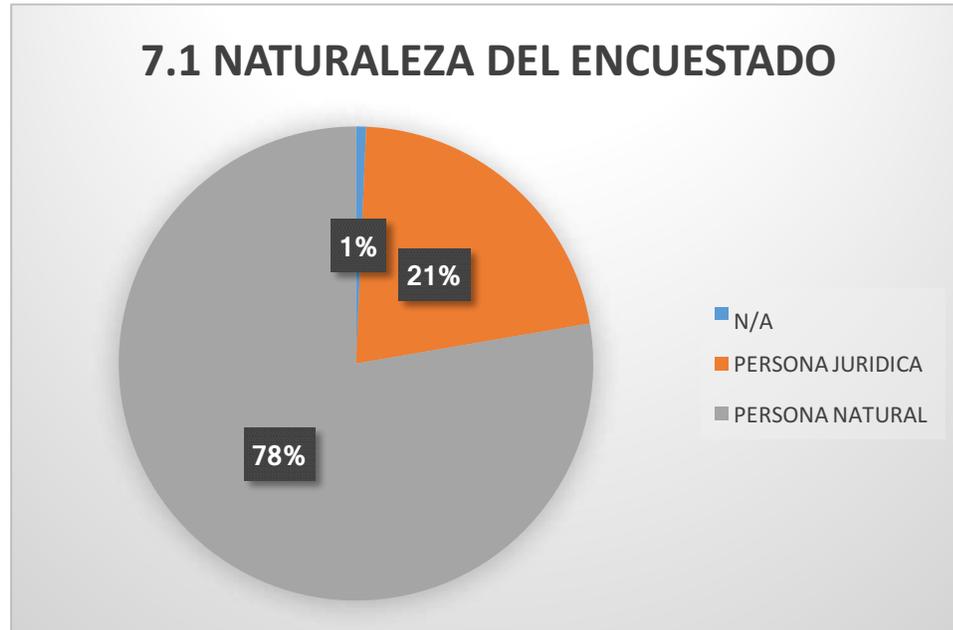


Finalmente, cabe destacar que dentro del Carnaval se realizan las siguientes manifestaciones artísticas por parte de los individuos:



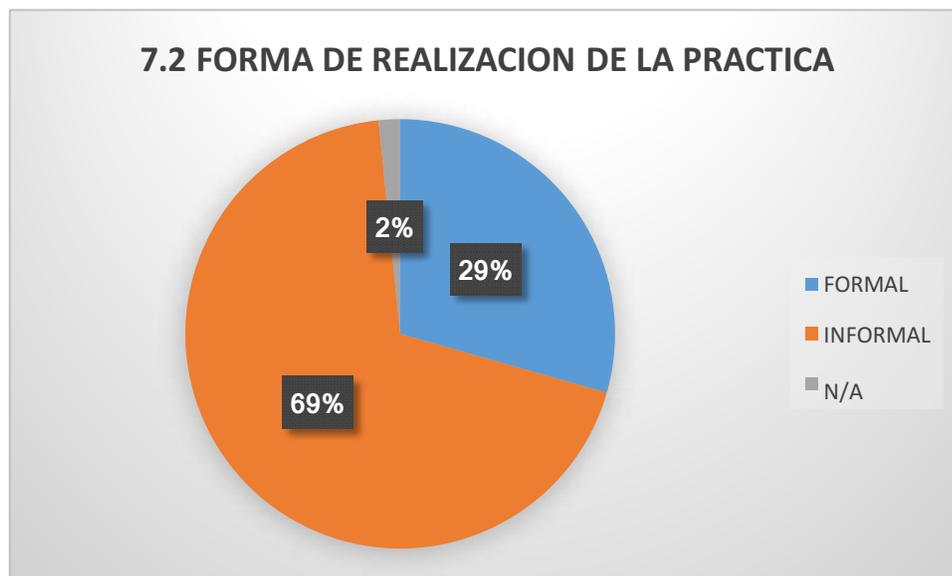
- INFORMACIÓN ECONOMICA DE LA ACTIVIDAD.

7.1 Naturaleza del Encuestado



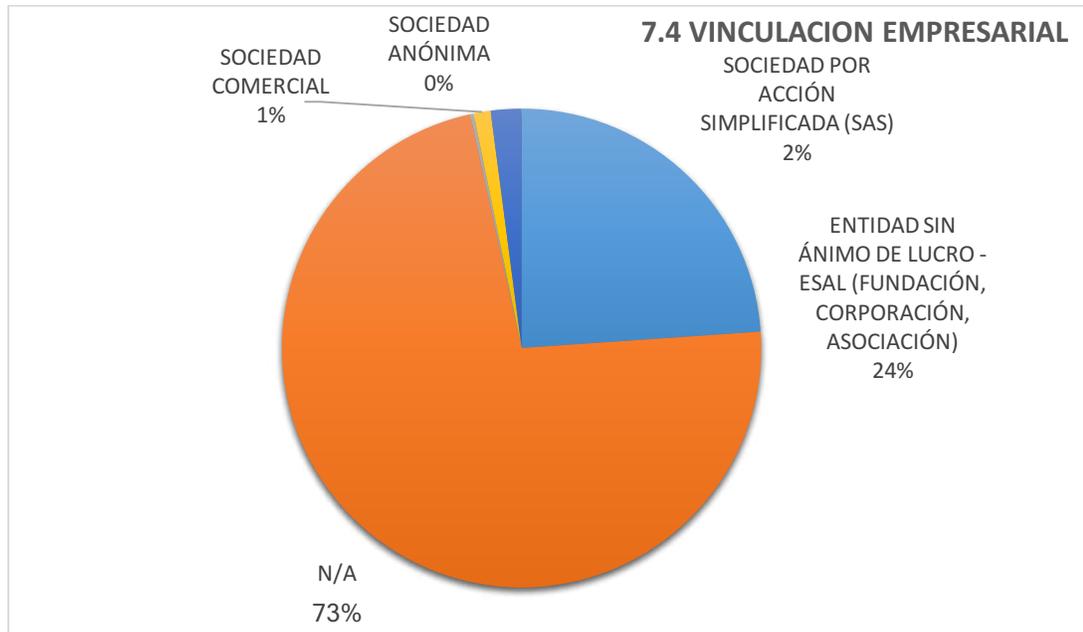
**Descripción 7.1:** En la realización del mapeo los artistas se presentaron en un 78% como personas naturales y en un 21% como personas jurídicas, constituidas según la ley en las distintas formas de vinculación empresarial.

7.2 Nivel de formalidad e informalidad de la práctica

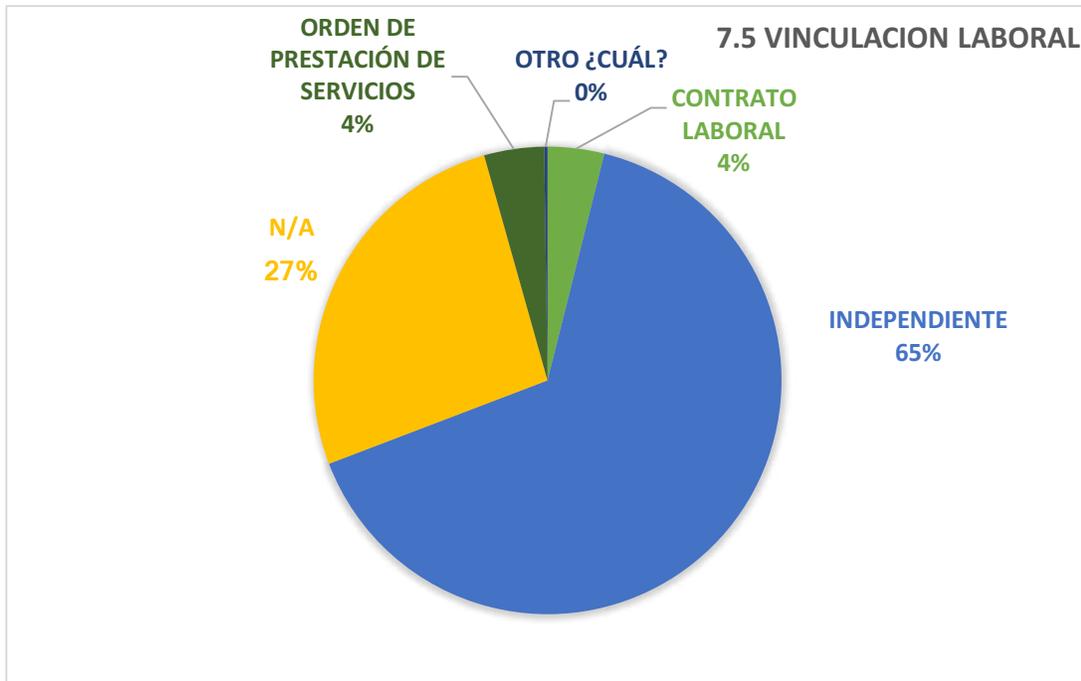


**Descripción 7.2:** Dado que la mayor parte de los encuestados no poseen estudios avanzados en las prácticas artísticas que realizan, desarrollan la práctica artística en un 29% a nivel formal y en un 69% a nivel informal.

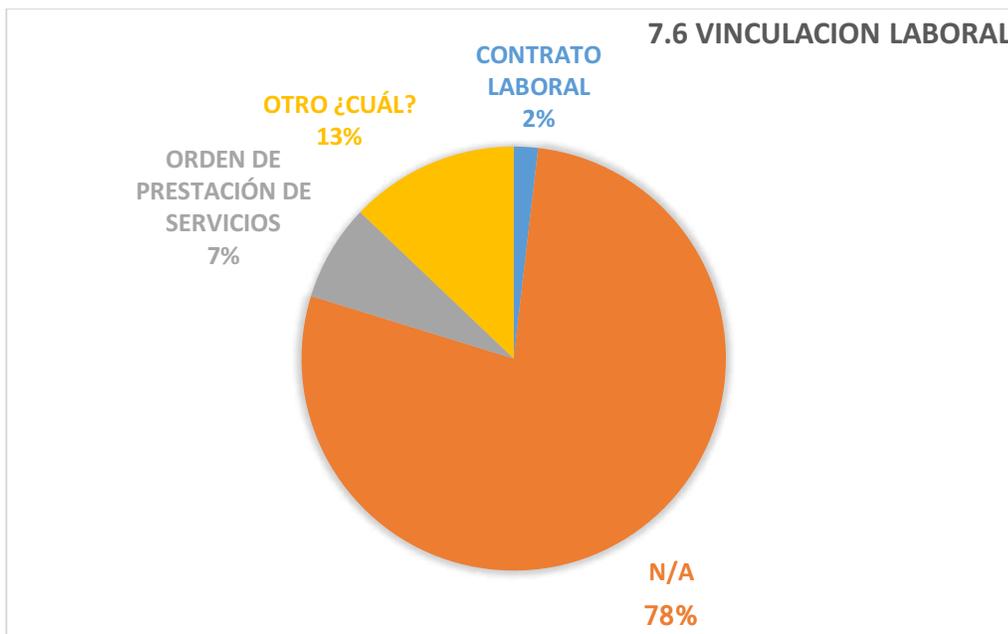
## 7.4 VINCULACION EMPRESARIAL



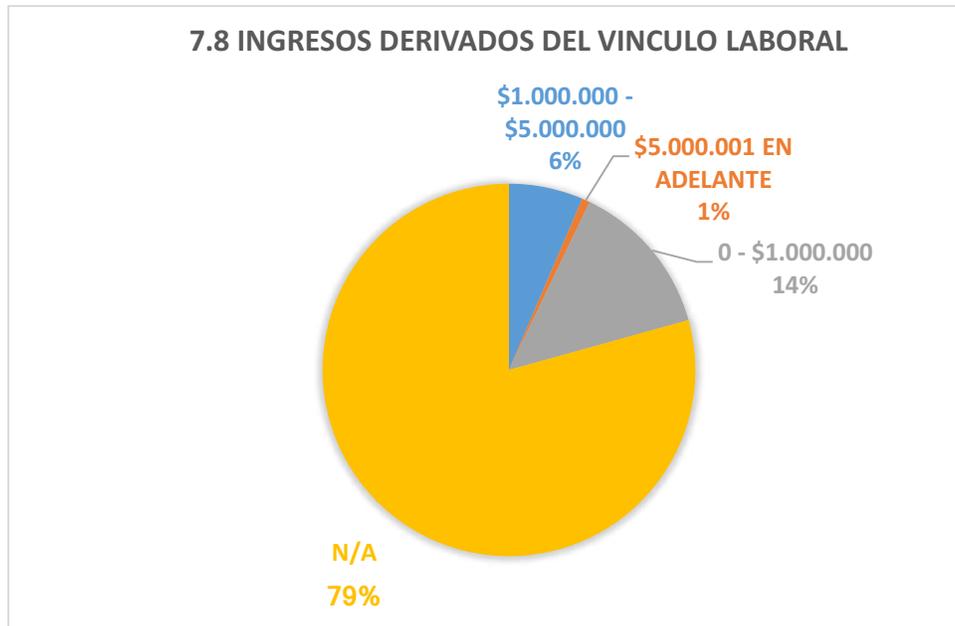
**Descripción 7.4:** Se evidenció que de ese 21% de personas Jurídicas registrado en la Grafica 7.1, las distintas practicas artisticas son realizadas por empresas que se encuentran en un 24% constituidas como Entidades Sin Animo de Lucro, 2% y 1% por Sociedades por Accion Simplificada (SAS) y Sociedades Comerciales respectivamente; y en una muy pequeña proporcion (0.001%) por Sociedades Anonimas



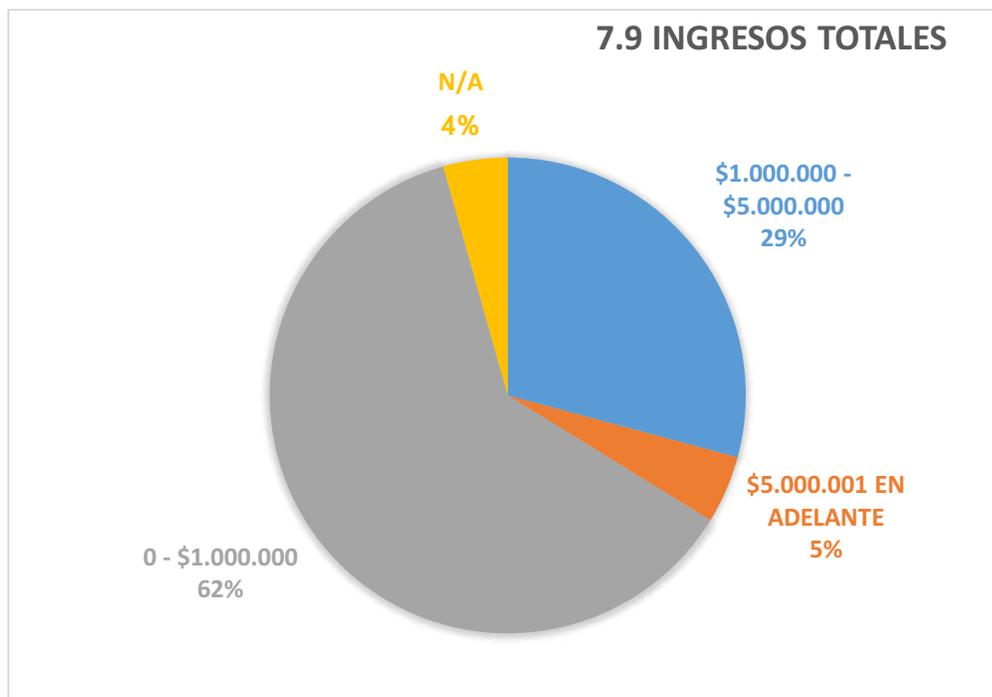
**Descripción 7.5:** De igual forma el restante 78% de los artistas registrados como personas naturales desarrollan de la actividad artística en un 65% de los casos de forma independiente, así como en un 4% por contratos de prestación de servicios y 4% contratos laborales. Y en una mínima cuantía 0.1% por otro tipo de contratos.



(PREGUNTA 7.5 Y 7.6 REDUNDANTE)

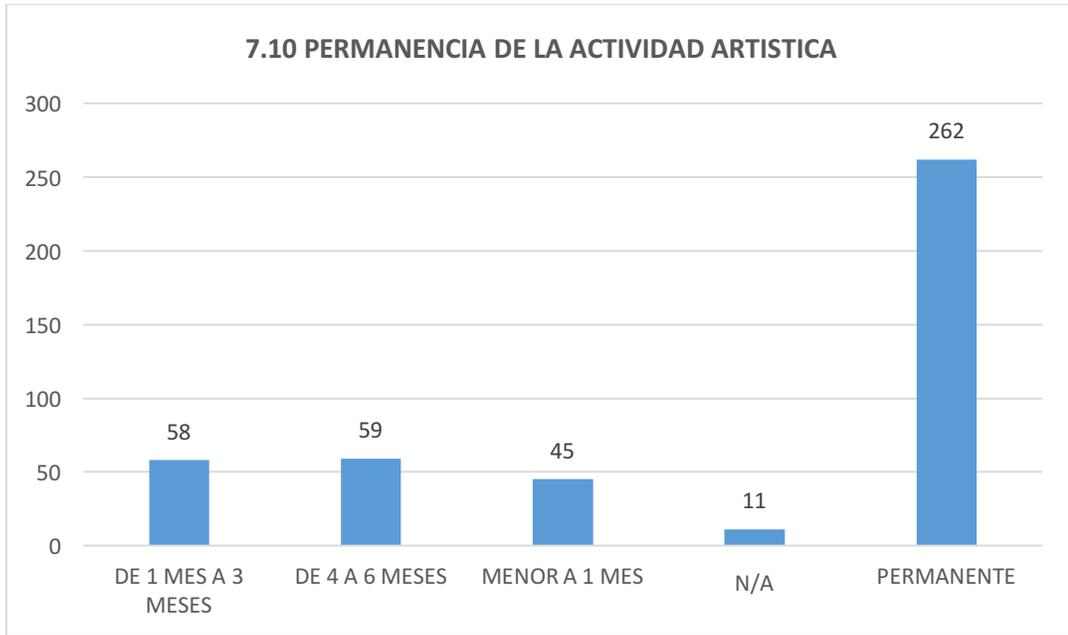


**Descripción 7.8:** Se evidenció que de ese 78% de personas naturales que realizan su práctica artística bajo contratación laboral (formal o informal) en un 14% tienen ingresos de entre 0- \$1.000.000 mensuales por la práctica desarrollada, así como el 6% recibe salarios entre \$1.000.000- \$5.000.000 y una pequeña cantidad (0.001%) recibe salarios promedio superiores a \$5.000.001.

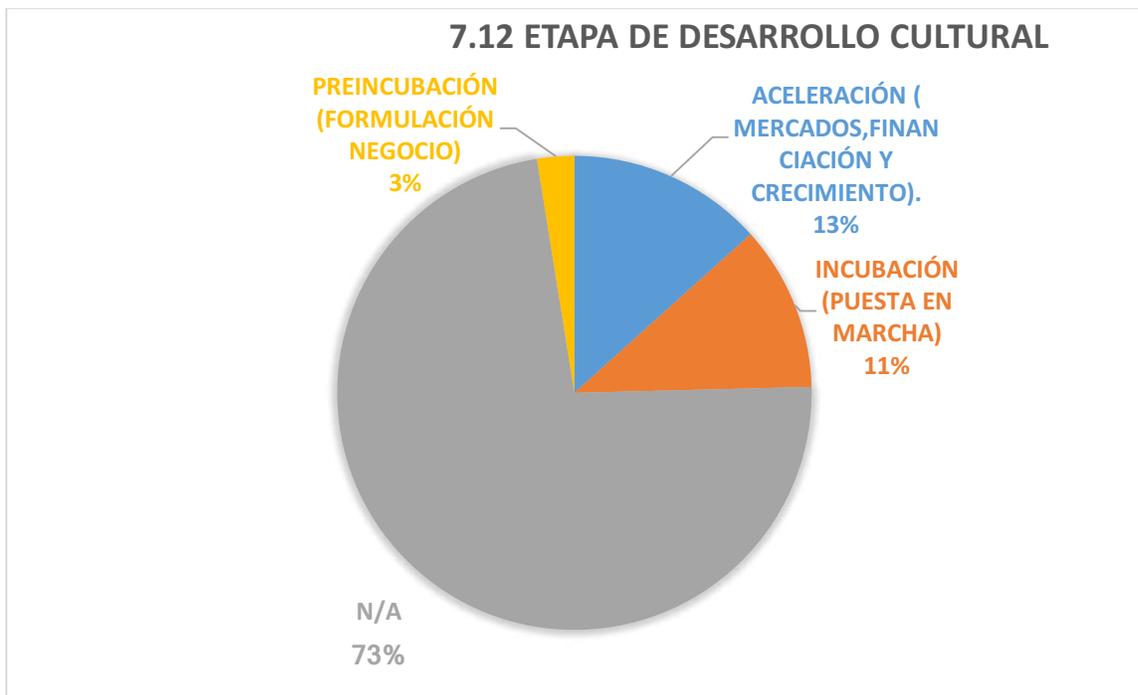




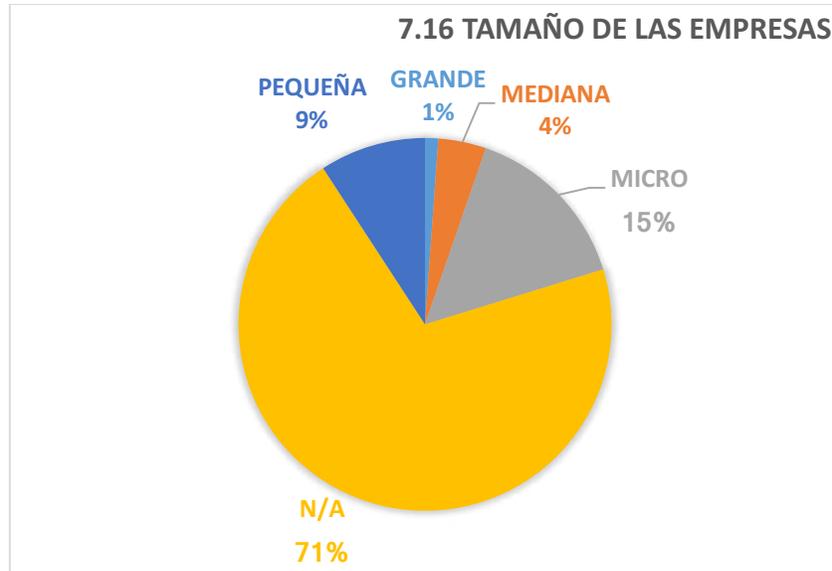
**Descripción 7.9:** De los ingresos totales recibidos por los artistas vinculados laboralmente, el 62% reciben salarios entre \$0 - \$1.000.000, 29% recibe salarios entre \$1.000.000- \$5.000.000 y el 5% recibe salarios de más de \$5.000.000.



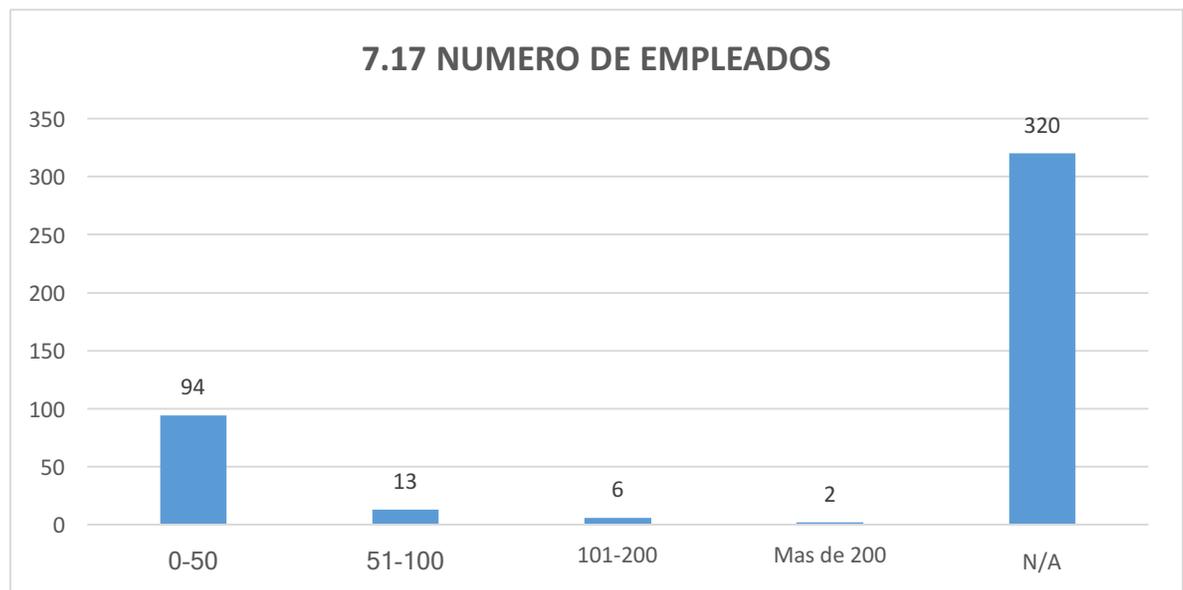
**Descripción 7.10:** De la población encuestada se evidenció que la actividad artística como actividad económica principal es permanente en 262 de los casos, así como en rangos de 4 a 6 meses y de 1 a 3 meses.



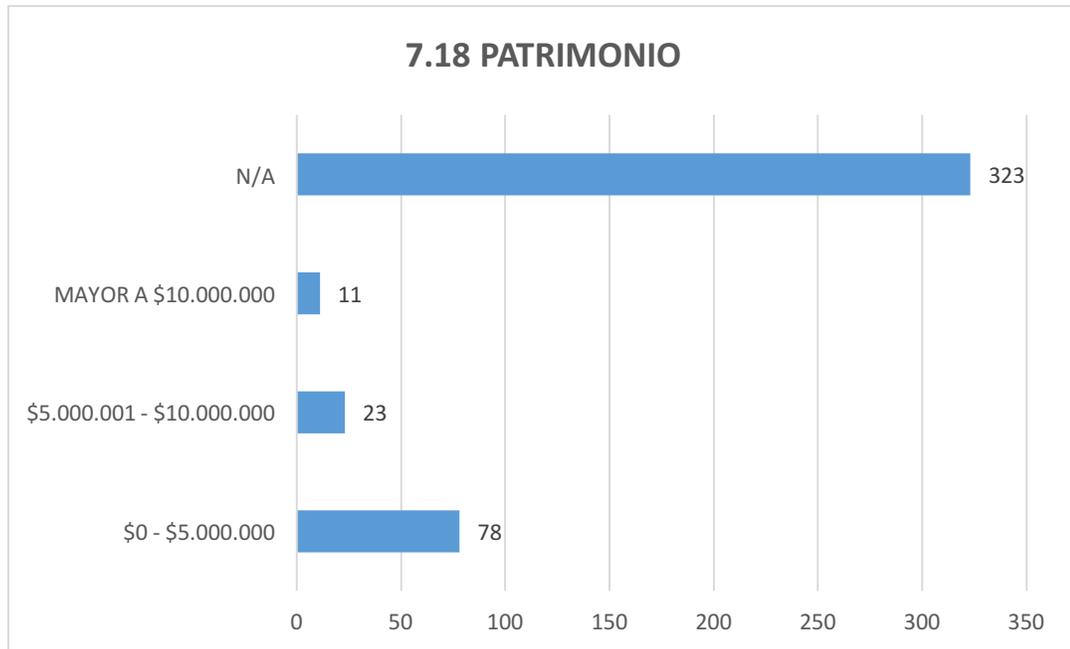
**Descripción 7.12:** La práctica cultural en un 13% de los casos se encuentra en la etapa final del desarrollo cultural (Aceleración), 11% de los casos se encuentra en Incubación o Puesta en marcha, Pre incubación (Formulación negocio) en un 3% de los casos.



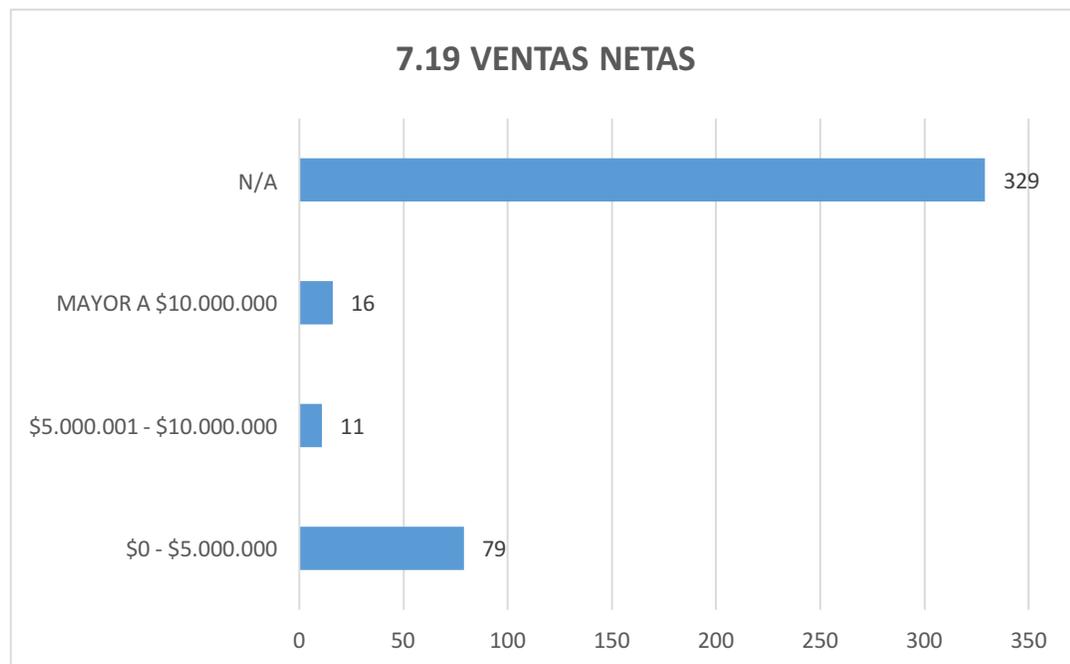
**Descripción 7.16:** Del 21% de las personas jurídicas, el 15% está constituido por microempresas y el 9% de pequeña, 4% mediana y solo 1% grandes empresas.

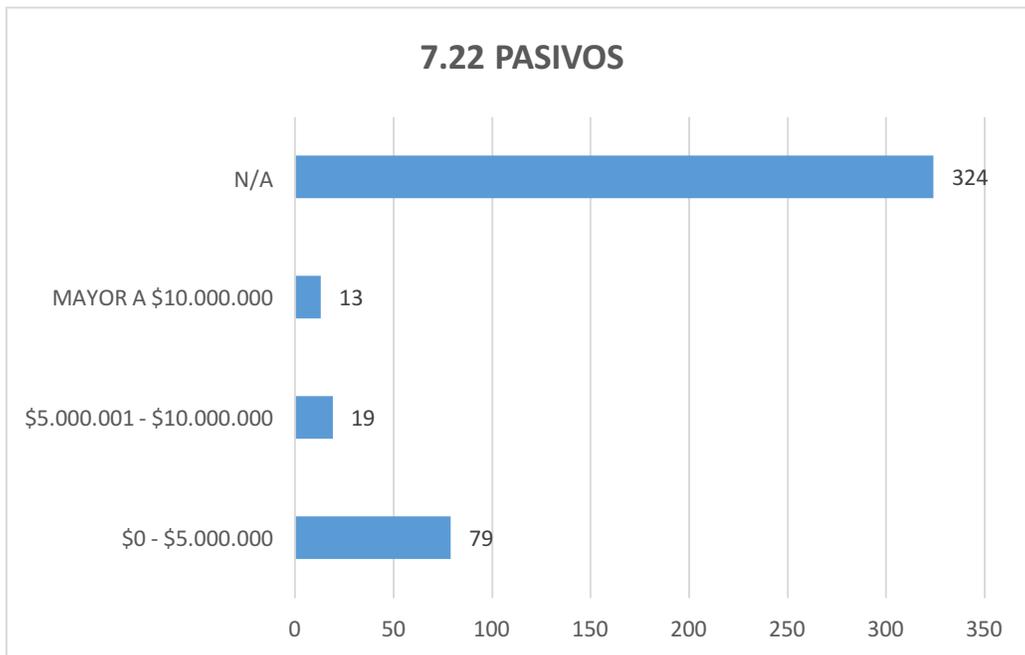
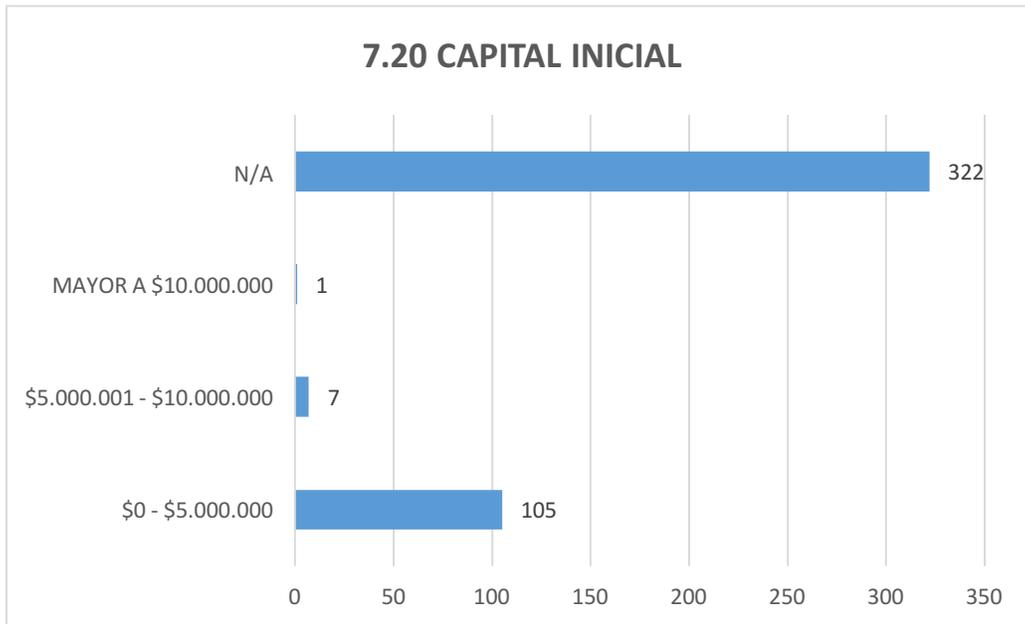


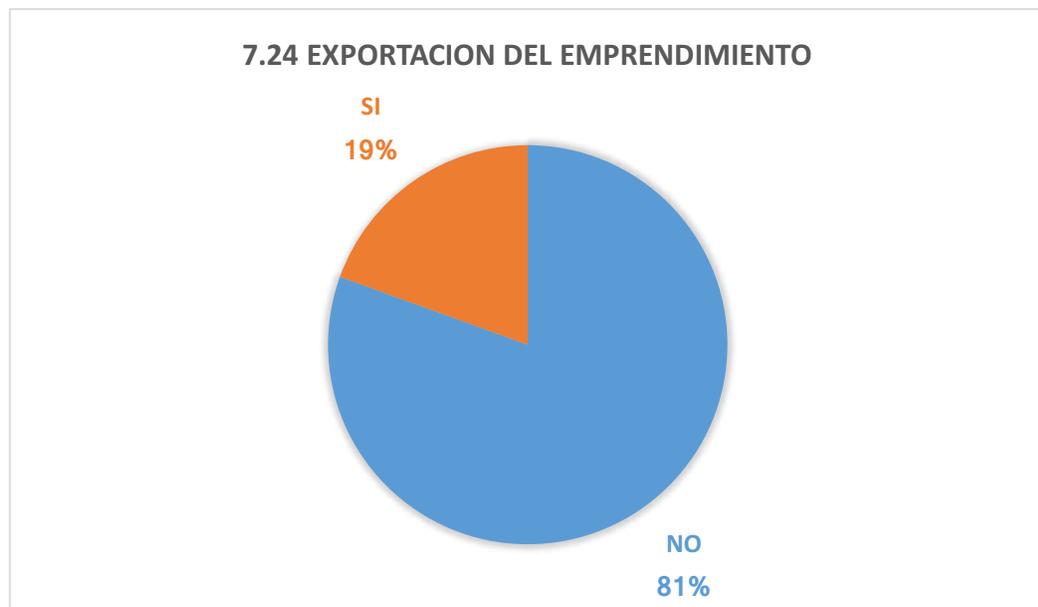
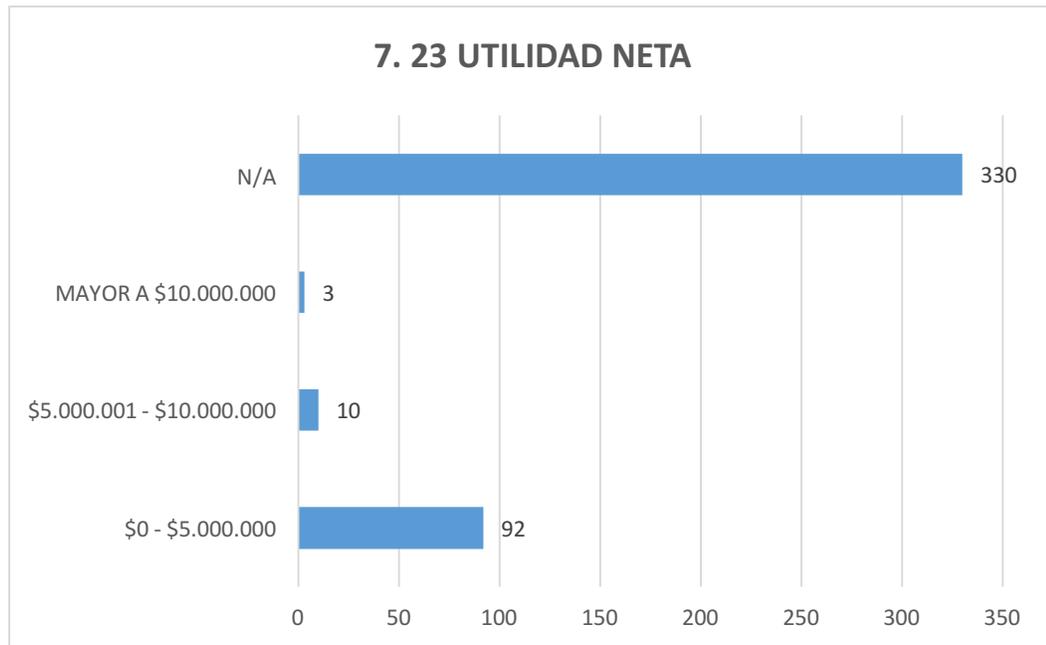
**Descripción 7.17:** Como en su mayoría está constituido por microempresas el número de empleados se ubica entre 0-50 empleados, seguido por un rango de 51-100 para empresas medianas y en menor cuantía empresas grandes con rangos de empleados de 101 a 200.



**Descripción 7.18:** El patrimonio registrado por estas personas jurídicas dedicadas a la actividad artística como fuente de ingresos principal oscila entre los \$0- \$5.000.000 dado que se trata de microempresas, con capacidad de empleados de 0-50 y en etapas finales de desarrollo artístico (Etapa de aceleración), en busca de financiación y posibles mercados.

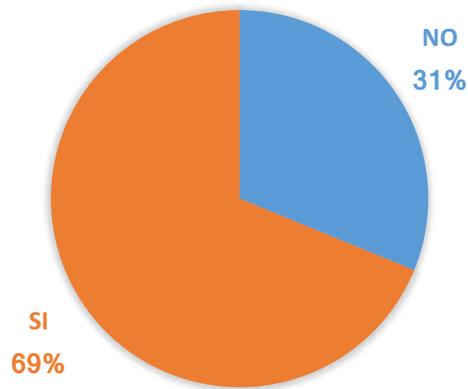






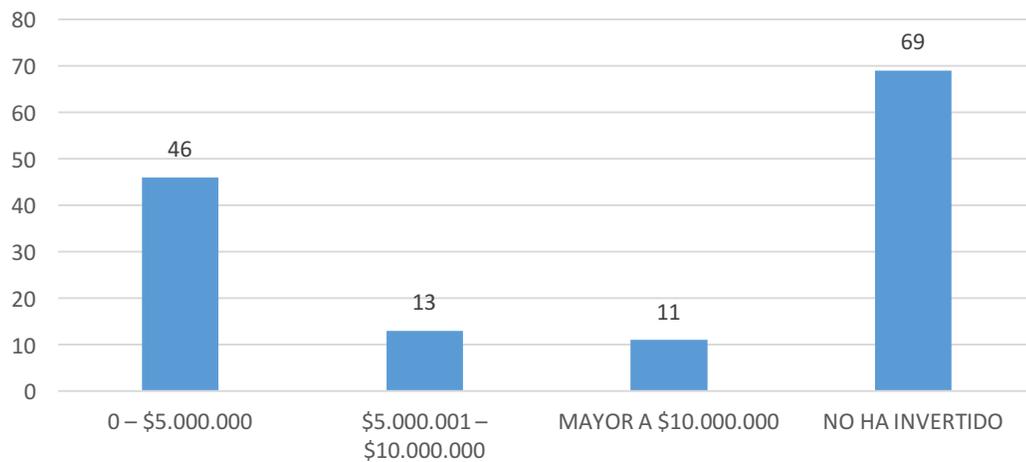
**Descripción 7.24:** Se evidenció que de las actividades económicas como principal fuente de financiación de los artistas, solo un 19% de estas es exportada, y un 81% no lo es.

### 7.26 INVESTIGACIÓN



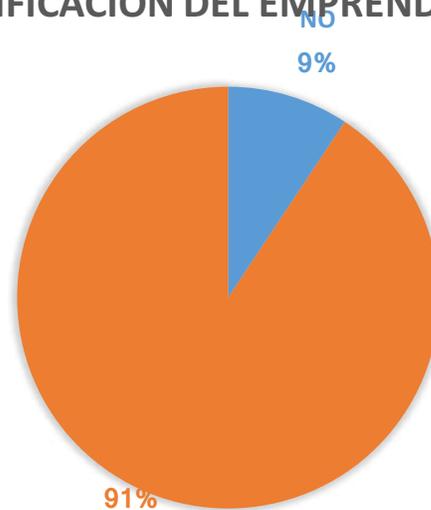
**Descripción 7.26:** Dentro de las personas jurídicas se evidenció que el 69% de estas ha desarrollado productos de investigación y desarrollo en los últimos años, como por ejemplo en el análisis y formulación de proyectos o el desarrollo tecnológico al servicio de la actividad artística.

### 7.27 NIVEL DE INVERSION EN INVESTIGACION



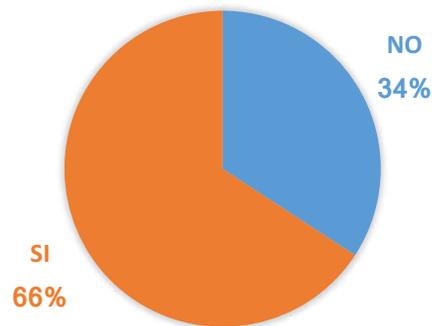
**Descripción 7.27:** Dentro de las personas jurídicas se puede evidenciar que la mayor parte de estas nunca ha invertido en investigación recursos propios y las que lo han destinado solo han provisto recursos entre \$0- \$5.000.000, desarrollo que debe verse reflejado en la actividad artística a realizar.

### 7.28 PLANIFICACION DEL EMPRENDIMIENTO

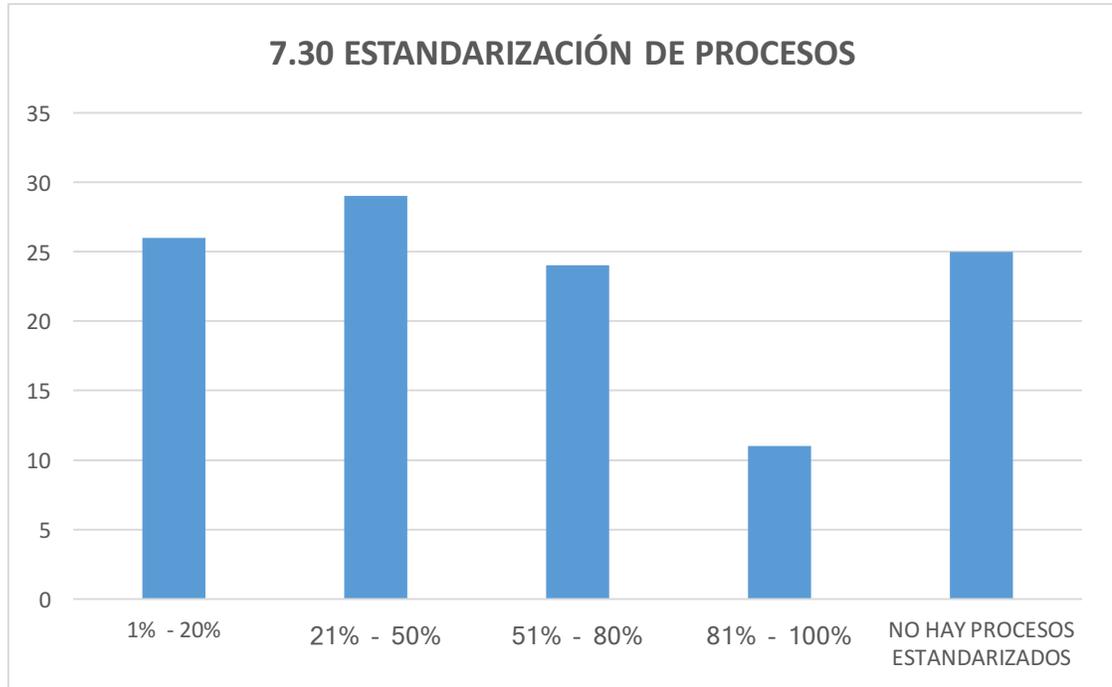


**Descripción 7.28:** En un 91% de los casos (persona jurídica) se pudo evidenciar que los artistas realizan una planificación previa del emprendimiento a realizar, y de las etapas de desarrollo de la actividad artística.

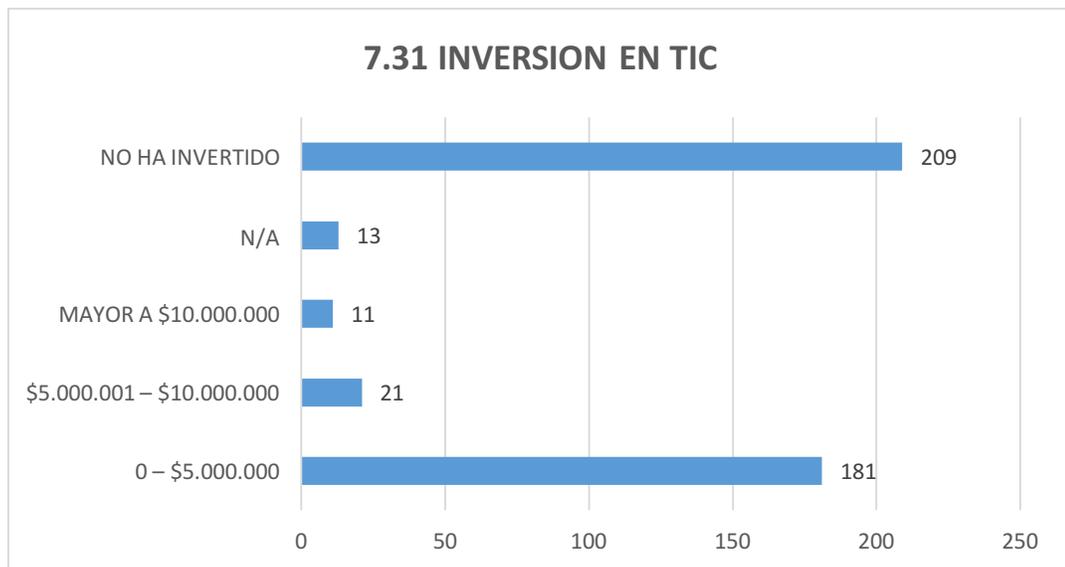
### 7.29 SISTEMAS DE MANEJO DE MATERIAS PRIMAS



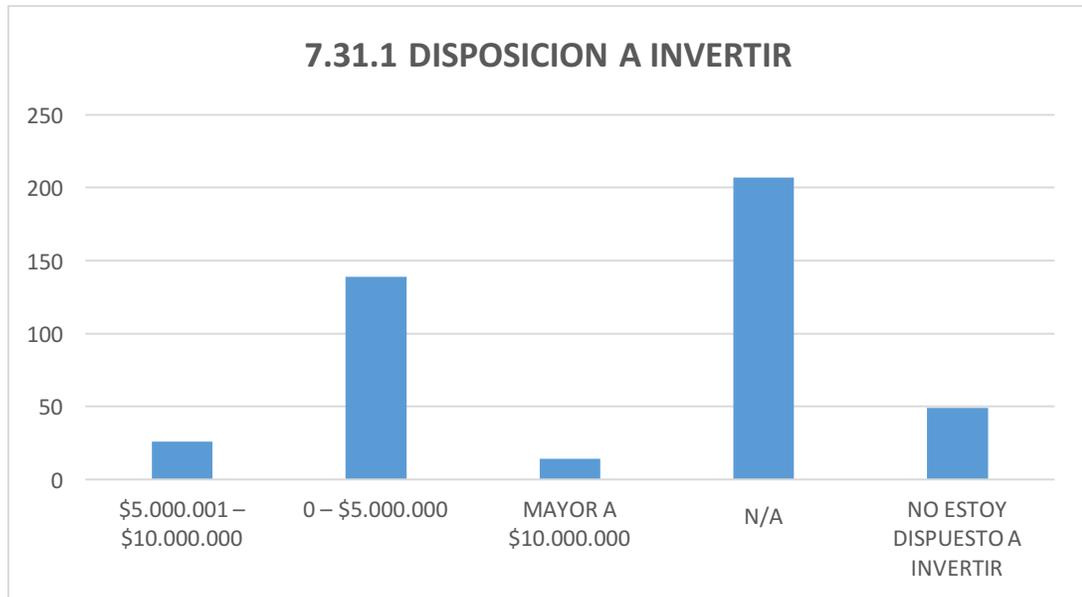
**Descripción 7.29:** Dentro de las personas jurídicas reconocidas por manejo de actividades artísticas, se encontró que el 66% de estas tiene un sistema de manejo de materias primas, actividades tales como: Talleres de Cerámica o Artesanías.



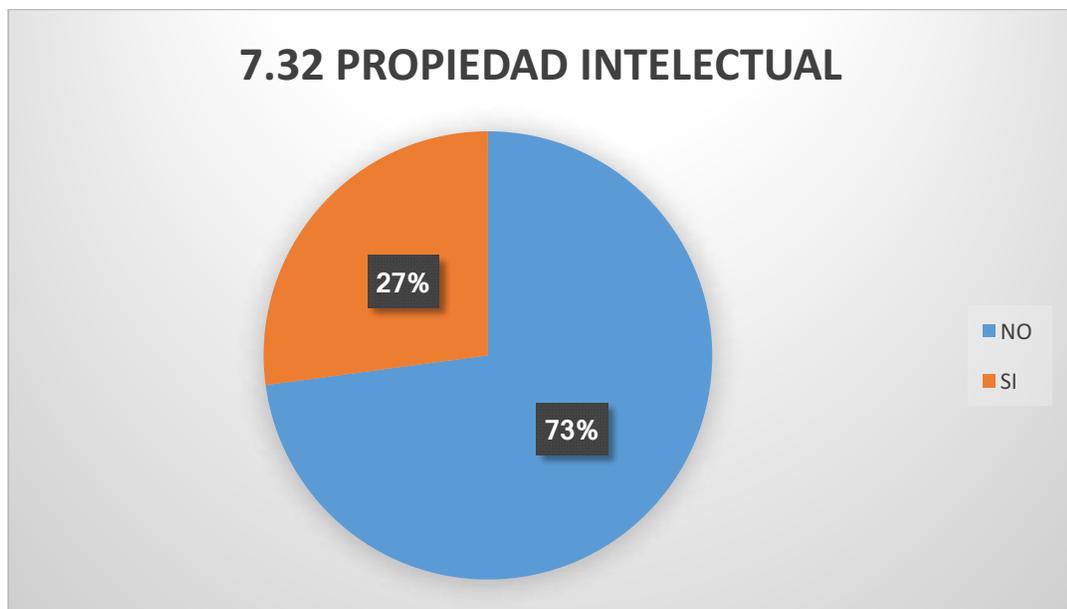
**Descripción 7.32:** Es posible observar que existen una estandarización de procesos dentro de las empresas dedicadas al desarrollo de la actividad artística. La mayoría posee en promedio entre un 21% - 50% de procesos estandarizados.



**Descripción 7.31:** Se evidencia que en su mayoría las empresas no invierten en tecnologías de la información y las telecomunicaciones (TIC), ya sea por la naturaleza de la práctica artística o falta de recursos, dado que solo un 69% invierte en investigación y desarrollo tecnológico (7.26).

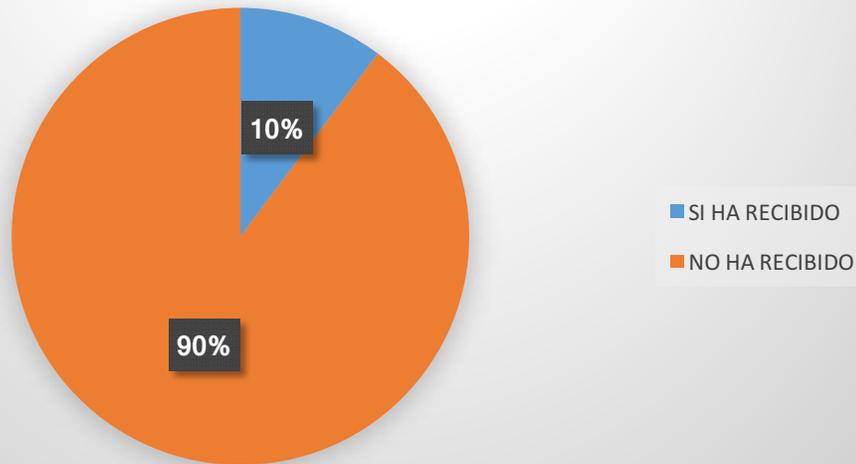


**Descripción 7.31.1:** Cuando se le preguntó a los artistas por su disposición a invertir en este tipo de tecnologías (TIC), se encontró que en su mayoría estarían dispuestos a invertir capitales de entre \$0- \$5.000.000, pocos en rangos superiores a esta cuantía promedio y/o no estarían dispuestos a invertir.



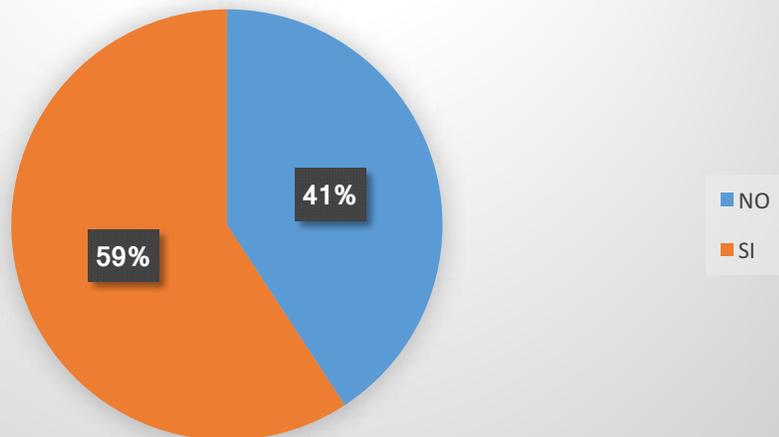
**Descripción 7.32:** El registro de propiedad intelectual, el cual busca la protección de los derechos de los autores sobre sus obras, solo es utilizado por el 27% de los artistas encuestados, quizás esto se deba a que no es de uso obligatorio y podría acarrearles costos adicionales sobre su práctica.

### 7.33 RECURSOS PROPIEDAD INTELECTUAL

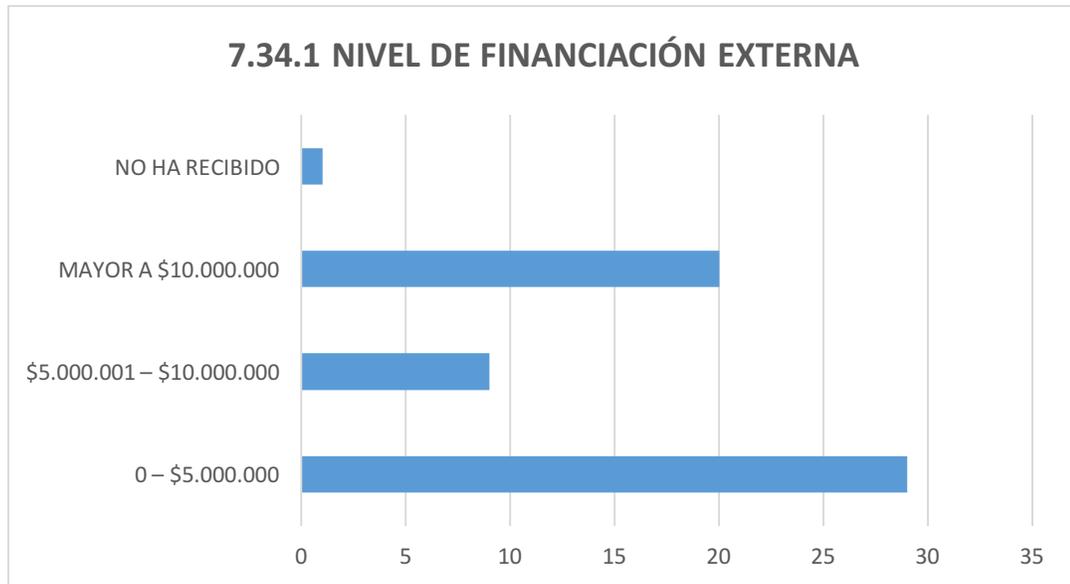


**Descripción 7.33:** Debido a lo descrito en el numeral 7.32, solo un 10% de los artistas han recibido recursos provenientes del registro de propiedad intelectual sobre sus actividades artísticas.

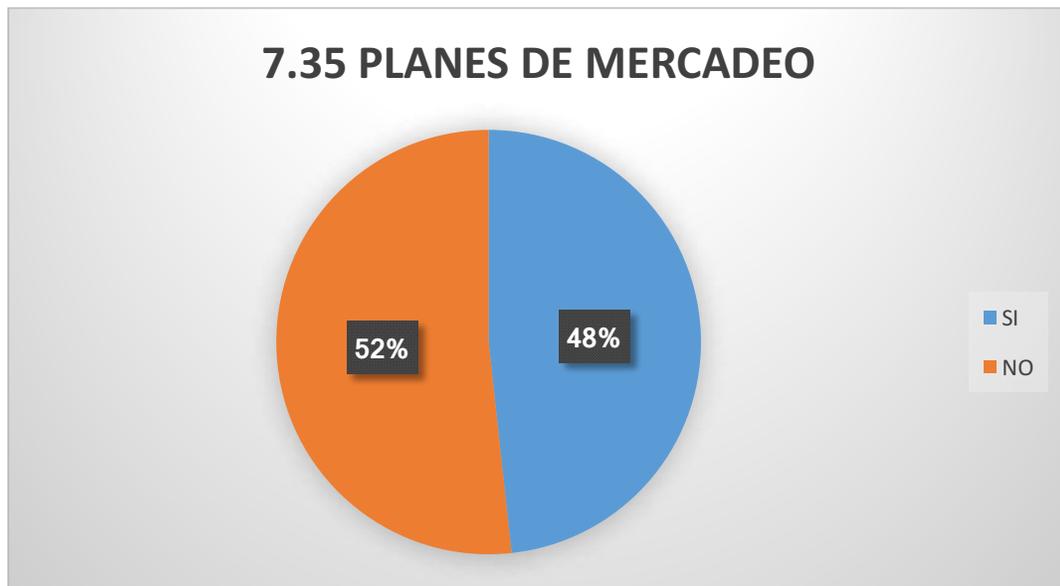
### 7. 34 FINANCIACION EXTERNA



**Descripción 7.34:** En la mayoría de los casos (59%) los artistas recurren a financiación externa para el desarrollo de sus actividades artísticas, frente a un 41% que se financia con recursos propios y/o créditos.

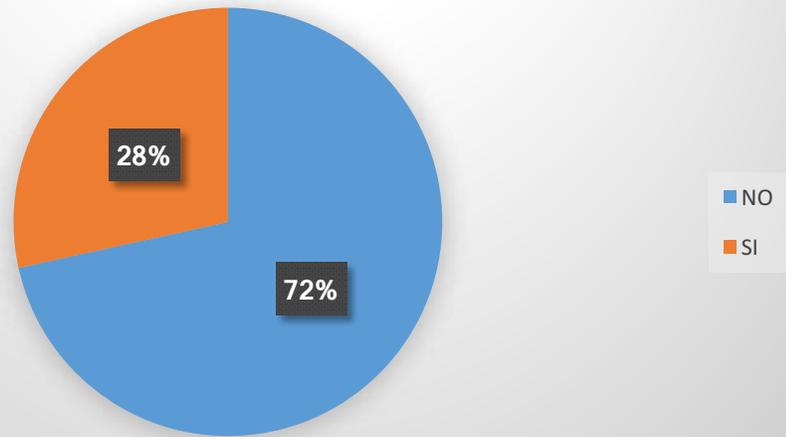


**Descripción 7.34.1:** El nivel de financiación en la mayoría de los casos oscila en un rango de \$0- \$10.000.000, dado que son microempresas con capitales iniciales pequeños que necesitan cuantías inferiores para su operación.



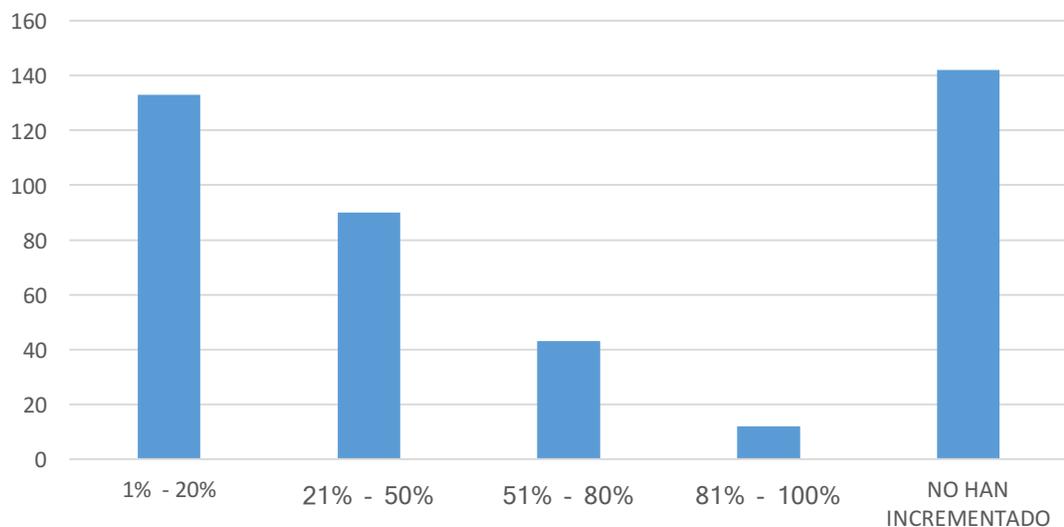
**Descripción 7.35:** Dentro de los planes para ofertar sus productos, se evidenció que los artistas utilizan planes de mercadeo en un 48% de los casos, con el fin de posicionarse en el mercado de las artes con el desarrollo de su práctica.

### 7.36 INVERSIÓN EN INFRAESTRUCTURA

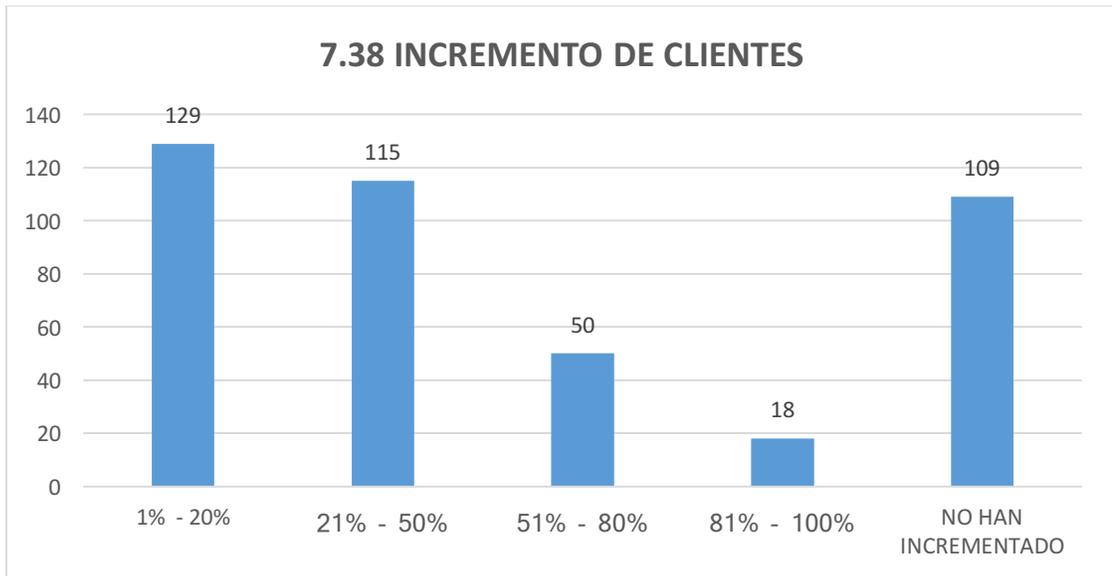


**Descripción 7.36:** Dentro del desarrollo de las actividades artísticas solo el 28% de las empresas han invertido en infraestructura necesario para la creación del emprendimiento. Frente a un 72% que no ha invertido en este, dado que no lo consideran necesario por el tipo de práctica artística que realizan.

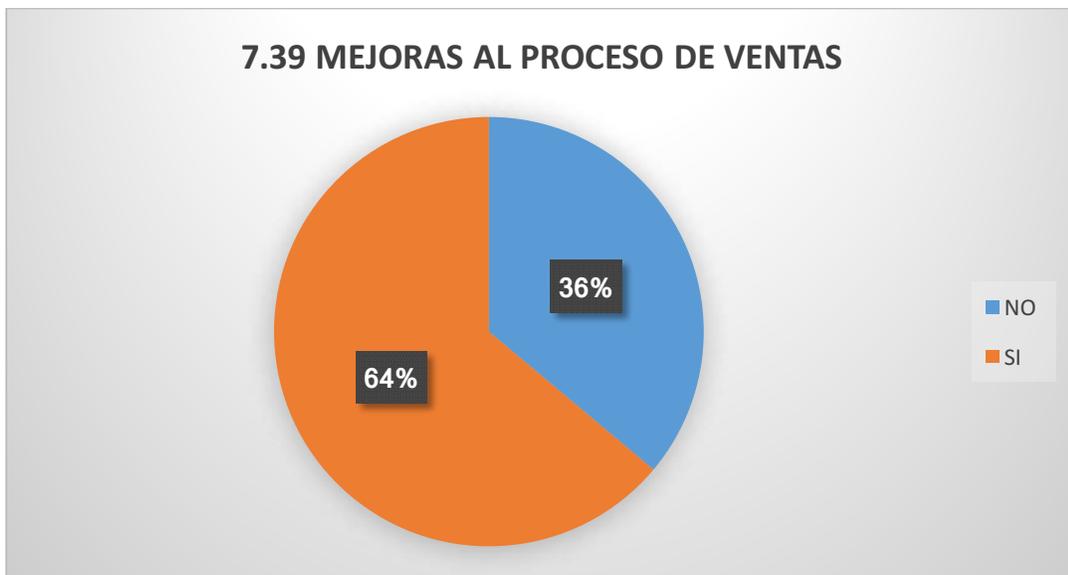
### 7.37 %DE INCREMENTO DE VENTAS



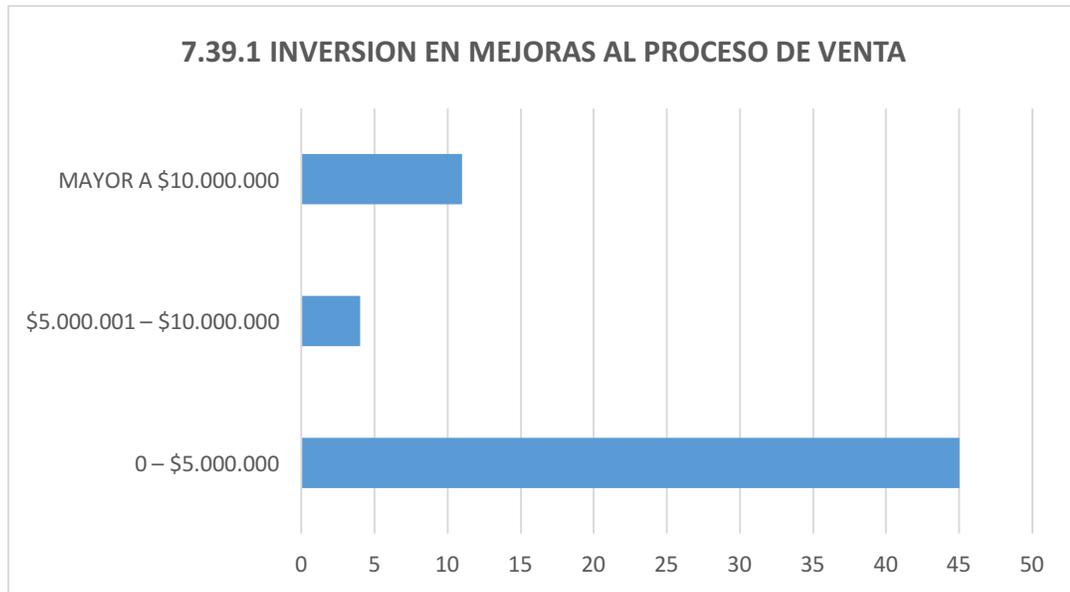
**Descripción 7.37:** A pesar de la utilización de planes de mercadeo para ofertar sus productos o las inversiones realizadas en investigación o infraestructura, los datos evidencian que no se han incrementado el nivel de ventas de los productos de desarrollo artístico y se lo han hecho se ha presentado incrementos de entre el 1%-20% de los casos. Casos excepcionales donde si hubo incrementos en ventas de entre el 21%-50% se registró en 90 de las empresas.



**Descripción 7.38:** En el caso de los clientes, parece que los planes de mercadeo y las distintas inversiones tienen resultados positivos sobre el incremento en el número de clientes de las empresas, donde se registran un total de 129 artistas con incrementos de entre el 1%-20% en su clientela y 115 de estos con incrementos de entre el 21%-50%.



**Descripción 7.39:** Se le preguntó a los artistas si realizaban mejoras a su proceso de ventas, para lo cual el 64% respondió que sí y el 36% dijo que no, evidenciando que solo cierta parte de la industria creativa se preocupa por optimizar su estrategia de venta y muestra al público.



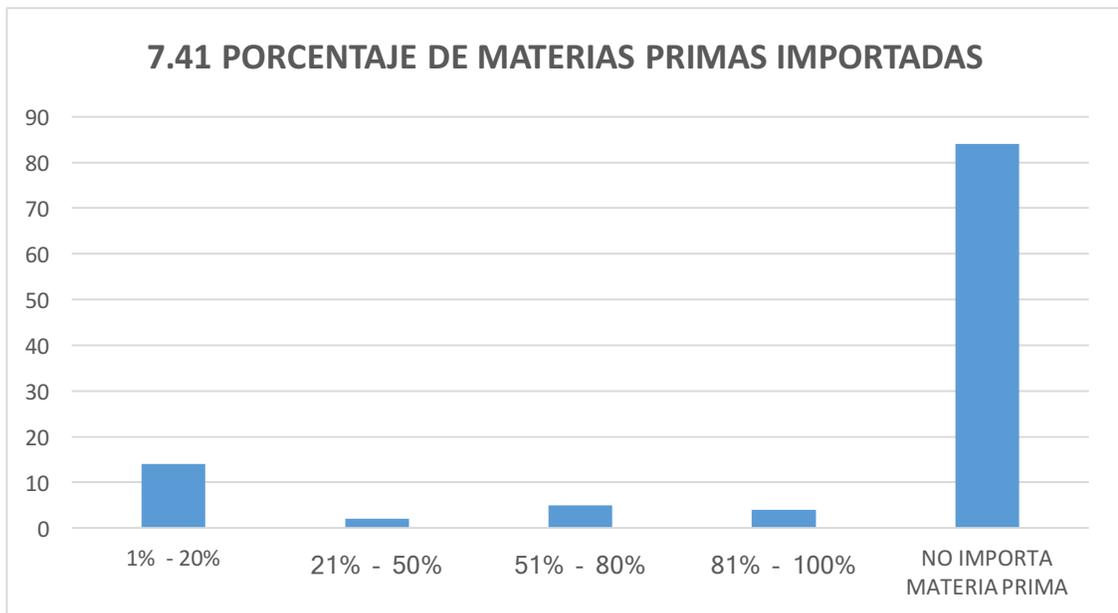
**Descripción 7.39.1:** Se puede observar que en la mayoría de los casos solo hay disposición de invertir cuantías entre \$0- \$5.000.000, en mejoras al proceso de ventas, impactado directamente sobre el nivel de ventas de cada artista.



**Descripción 7.40:** el 63% de los encuestados participa en redes o alianzas con otras instituciones.

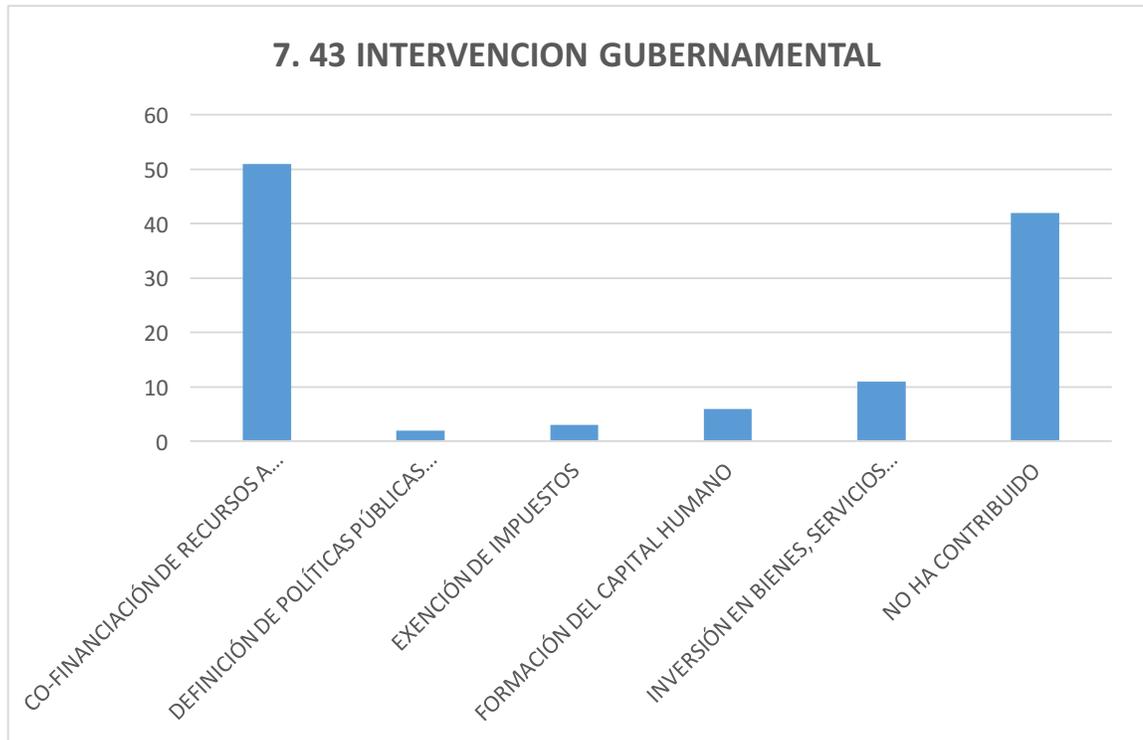


**Descripción 40 y 40.1:** Se observa que en un 63% de los casos los artistas realizan alianzas o se unen a redes para potenciar la venta de su emprendimiento. Estas alianzas se realizan, como se puede evidenciar en la gráfica 40.1 1, con entidades gubernamentales o se realizan de forma intersectorial. En la mayor parte de estas no realizan alianzas de ningún tipo.





Debido a que solo un 66% de los artistas poseen manejo de materias primas, se puede evidenciar que la mayoría de los encuestados no importa materias primas del exterior, y si lo hace representan de 1% a 20% de su producto. Lo que evidencia lo autóctono de los productos ofrecidos en la mayor parte de los emprendimientos.



**Descripción 7.43 y 7.45:** El papel del estado en el desarrollo de las prácticas artísticas se ha visto reflejado en la co-financiación de las prácticas, así como de la inversión de bienes y servicios, pero en la mayoría de los casos el estado no contribuye al desarrollo de los artistas. Siendo estos interesados en un 99% de capacitarse o formarse para desarrollar de manera más formal la práctica artística.

