# CARACTERIZACIÓN DE AGENTES DE LA ECONOMÍA POPULAR EN LAS CULTURAS, LAS ARTES Y LOS SABERES

## Socialización de resultados

Consultoría realizada por Ipsos para el Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes

Colombia, 21 de diciembre, 2023

# Agenda

| | | |
|---|---|---|
| 9:00 a.m. | Bienvenida y presentación del equipo | **Felipe Castro** \| Director de Asuntos Públicos, Ipsos Colombia |
| 9:05 a.m. | 1. Presentación general del estudio | **Elisa Ardila** \| Equipo Dirección de Estrategia, Desarrollo y Emprendimiento, MinCulturas |
| 9:20 a.m. | 2. Diseño metodológico | **Natalia Celis** \| Analista de investigación, Ipsos Colombia |
| 9:30 a.m. | 3. Caracterización de los agentes de la economía popular en las culturas, las artes y los saberes (resultados encuestas) | **Alejandra Rueda** \| Experta cuantitativa del estudio |
| 10:00 a.m. | 4. Diagnóstico del sector de la economía popular en las culturas, las artes y los saberes (resultados talleres) | **María Angélica Ospina** \| Directora cualitativa del estudio |
| 10:30 a.m. | 5. Mesa de profundización: casos Tibú, Leticia y Tumaco | **Paola López, Wilson Peña, Danitza Marentes** \| Miembros del equipo de investigación - Modera: **Natalia Celis** \| Analista de investigación, Ipsos Colombia |
| 11:00 a.m. | 6. Preguntas y comentarios del público | **María Angélica Ospina** \| Directora cualitativa del estudio<br>**Alejandra Rueda** \| Experta cuantitativa del estudio |
| 11:20 a.m. | Cierre y palabras finales | Equipo Dir. Estrategia, Desarrollo y Emprendimiento, MinCulturas |
| 11:30 a.m. | Refrigerio | |


© Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas

# 1. **Presentación del estudio**

 © Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas

# ECONOMÍA POPULAR
## en el PND

La economía popular se refiere a los **oficios y ocupaciones mercantiles** (producción, distribución y comercialización de bienes y servicios) **y no mercantiles** (domésticas o comunitarias) desarrolladas por **unidades económicas de baja escala** (personales, familiares, micronegocios o microempresas), en cualquier sector económico.

Los actores de la EP pueden realizar sus actividades de manera individual, en unidades económicas, u organizados de manera asociativa.

# ECONOMÍA POPULAR
## en el PND

El impulso a la economía popular parte de una comprensión de sus dinámicas intrínsecas.

Estas actividades **generan valor social y económico significativo**, y una vez entendido su funcionamiento y lógica de acción, se implementarán mecanismos que contribuyan a su crecimiento y productividad.

# ECONOMÍA POPULAR

## en las culturas, las artes y los saberes

Las Economías Populares y Alternativas en las culturas, las artes y los saberes son todas **aquellas prácticas y expresiones artísticas, culturales y creativas** que colectivos, organizaciones, pueblos, comunidades, familias e individuos, consolidan según las **lógicas de inclusión y redistribución** en las formas alternativas del trabajo, que dan respuesta a necesidades según el contexto histórico, político y cultural, enfocándose en el desarrollo humano y la sostenibilidad de una vida digna.

A lo largo del tiempo, estas prácticas se han mantenido gracias al **trabajo en red** de diversas comunidades, familias y pueblos que han resistido a dinámicas de los grandes mercados, las industrias y sus formas de producción, creación y circulación, ejerciendo su **soberanía cultural, autodeterminación y preservando su patrimonio**.

# ECONOMÍA POPULAR

## en las culturas, las artes y los saberes

Estos agentes se **encuentran en diversos sectores como los asociados a los oficios, las prácticas ancestrales, artísticas y culturales**; las capas independientes de sectores como el editorial, audiovisual, fonográfico, de artes visuales, de artes escénicas y espectáculos, de turismo y patrimonio cultural material e inmaterial, así como de educación artística y cultural.

Es común que estas actividades estén asociadas también con acciones de cuidado, defensa de los territorios, resistencia histórica, reivindicación de derechos, entre otras causas.

# Ejes de trabajo – bases PND

1. Asociatividad
2. Sostenibilidad
3. Visibilización y valoración
4. Fortalecimiento

# Principios

Los principios de esta economía para el sector de las culturas, las artes y los saberes son 5:

1. Redistribución
2. Comprensión de riqueza
3. Reformulación del concepto de trabajo
4. Asociación coyuntural
5. Autonomía

# DIAGNÓSTICO EN ECONOMÍA POPULAR PARA LAS CULTURAS, LAS ARTES Y LOS SABERES

Contratar la consultoría para efectuar una caracterización e identificación de la economía popular en el marco de las prácticas culturales, expresiones artísticas y saberes ancestrales, con el fin de generar lineamientos y recomendaciones de política pública para el fortalecimiento de este sector.

**Concurso de méritos**
**Tamaño muestral:**
600 unidades



# 2. **Diseño metodológico**

 © Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas

**Método:** Diagnóstico participativo ágil

**Técnicas:**

- Talleres participativos
- Encuestas de caracterización

**Muestra:**

- 772 agentes del sector de la economía popular en las artes, las culturas y los saberes tradicionales
- 37 municipios en los 32 departamentos del país



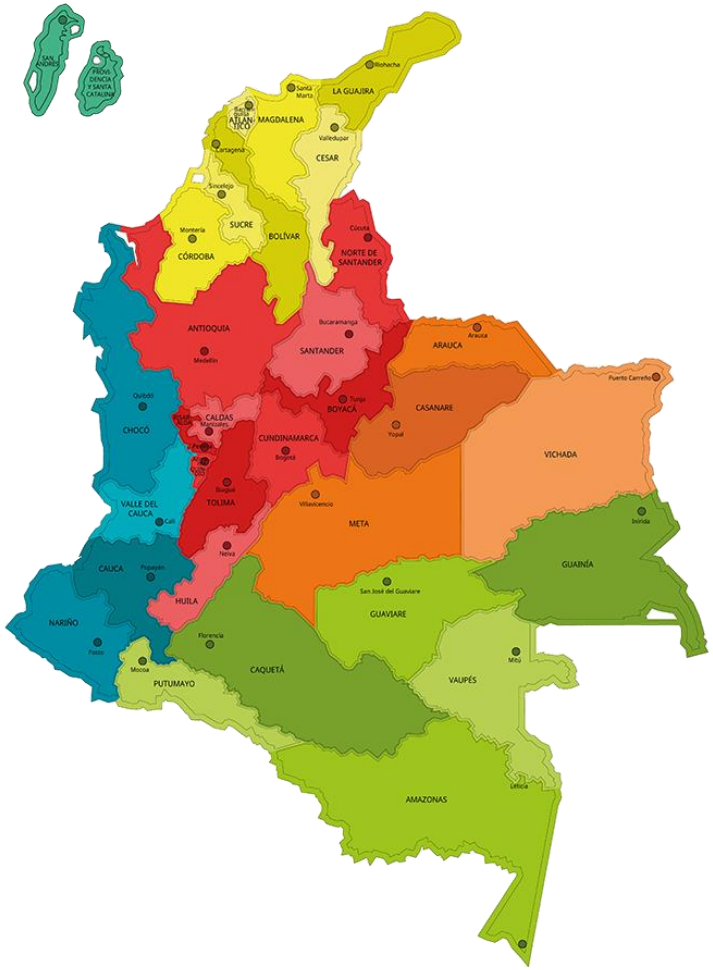
 © Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas

# Contexto territorial

Buscamos incluir municipios y sectores históricamente marginados de la construcción de la visión del Estado, desde las economías populares y comunitarias en las artes, las culturas y los saberes tradicionales

**37 municipios en los 32 departamentos**

- Ciudades principales (13)
- Capitales de departamento (6)
- Municipios ZOMAC-PDET* (5)
- Territorios Sonoros (13, incluidos ZOMAC-PDET)




* ZOMAC: Zonas Más Afectadas por el Conflicto Armado
PDET: Programas de Desarrollo con Enfoque Territorial

 © Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas



## Información recolectada:

- Caracterización de las iniciativas y formas organizativas de los y las agentes del sector
  - ✓ Datos sociodemográficos y socioeconómicos
  - ✓ Información sobre formas organizativas de las economías populares en el sector y sus prácticas económicas
  - ✓ Información sobre recursos económicos
  - ✓ Información sobre prácticas de asociatividad, visibilización y valoración, fortalecimiento y sostenibilidad
- Necesidades, retos, sinergias y brechas del sector, así como capacidades, fortalezas y buenas prácticas
- Recomendaciones de política pública para el fortalecimiento y sostenibilidad del sector

 © Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas

# Muestra de municipios

| | | | |
|---|---|---|---|
| 1 | **Albania** | Caquetá | PDET, ZOMAC y Territorio Sonoro |
| 2 | **Apartadó** | Antioquia | PDET, ZOMAC y Territorio Sonoro |
| 3 | **Armenia** | Quindío | Capital de departamento |
| 4 | **Barranquilla** | Atlántico | Ciudad principal |
| 5 | **Bogotá** | Cundinamarca | Ciudad principal |
| 6 | **Bucaramanga** | Santander | Ciudad principal |
| 7 | **Cali** | Valle del Cauca | Ciudad principal |
| 8 | **Cartagena** | Bolívar | Ciudad principal |
| 9 | **Carurú** | Vaupés | PDET y ZOMAC |
| 10 | **Codazzi** | Cesar | PDET, ZOMAC y Territorio Sonoro |
| 11 | **Cúcuta** | Norte de Santander | Ciudad principal |
| 12 | **Cumaribo** | Vichada | PDET y ZOMAC |
| 13 | **Fundación** | Magdalena | PDET y ZOMAC |
| 14 | **Gigante** | Huila | |
| 15 | **Guapi** | Cauca | PDET, ZOMAC y Territorio Sonoro |
| 16 | **Ibagué** | Tolima | Ciudad principal |
| 17 | **Inírida** | Guainía | Capital de departamento |
| 18 | **Istmina** | Chocó | PDET, ZOMAC y Territorio Sonoro |
| 19 | **Leticia** | Amazonas | Capital de departamento |
| 20 | **Manizales** | Caldas | Ciudad principal |
| 21 | **Medellín** | Antioquia | Ciudad principal |
| 22 | **Montería** | Córdoba | Ciudad principal |
| 23 | **Morroa** | Sucre | PDET, ZOMAC y Territorio Sonoro |
| 24 | **Pasto** | Nariño | Ciudad principal |
| 25 | **Pereira** | Risaralda | Ciudad principal |
| 26 | **Puerto Asís** | Putumayo | PDET y ZOMAC |
| 27 | **Puerto Concordia** | Meta | PDET y ZOMAC |
| 28 | **San Andrés** | San Andrés Isla | Capital de departamento |
| 29 | **San Jacinto** | Bolívar | PDET, ZOMAC y Territorio Sonoro |
| 30 | **San José del Guaviare** | Guaviare | PDET, ZOMAC y Territorio Sonoro |
| 31 | **San Juan del Cesar** | La Guajira | PDET, ZOMAC y Territorio Sonoro |
| 32 | **Saravena** | Arauca | PDET, ZOMAC y Territorio Sonoro |
| 33 | **Tibú** | Norte de Santander | PDET, ZOMAC y Territorio Sonoro |
| 34 | **Tumaco** | Nariño | PDET, ZOMAC y Territorio Sonoro |
| 35 | **Tunja** | Boyacá | Capital de departamento |
| 36 | **Villavicencio** | Meta | Territorio sonoro y ciudad principal |
| 37 | **Yopal** | Casanare | Capital de departamento |

# 3. **Caracterización de los agentes de la Economía Popular** en las culturas, las artes y los saberes

Resultados de las encuestas

© Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas

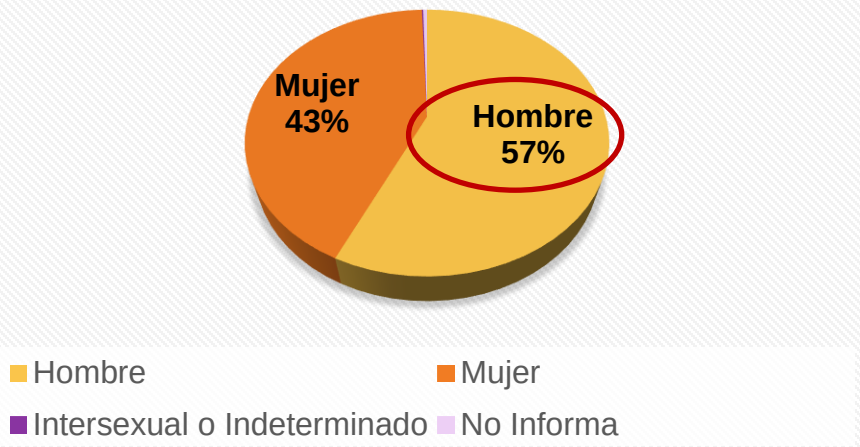
# Información sociodemográfica

- Sexo y orientación sexual
- Edad
- Educación: nivel educativo y educación no formal
- Territorios colectivos y poblaciones étnicas y rurales
- Seguridad social
- Ingresos
- Áreas y roles que desempeñan en el sector

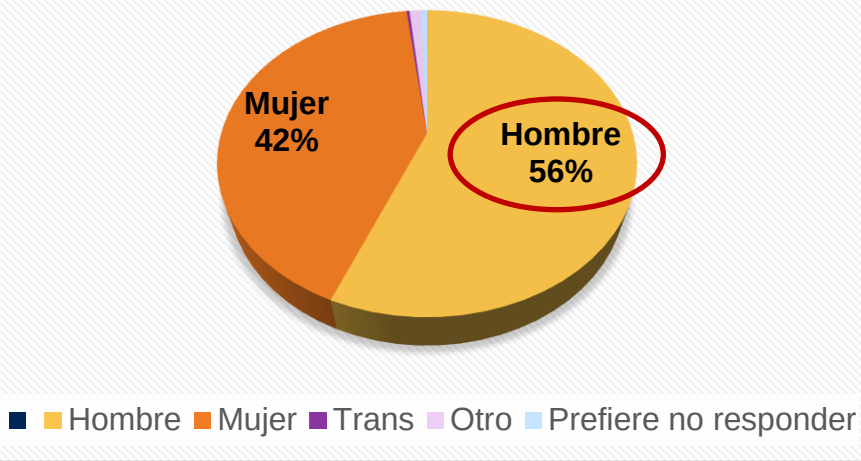

© Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas

# Sexo y orientación sexual

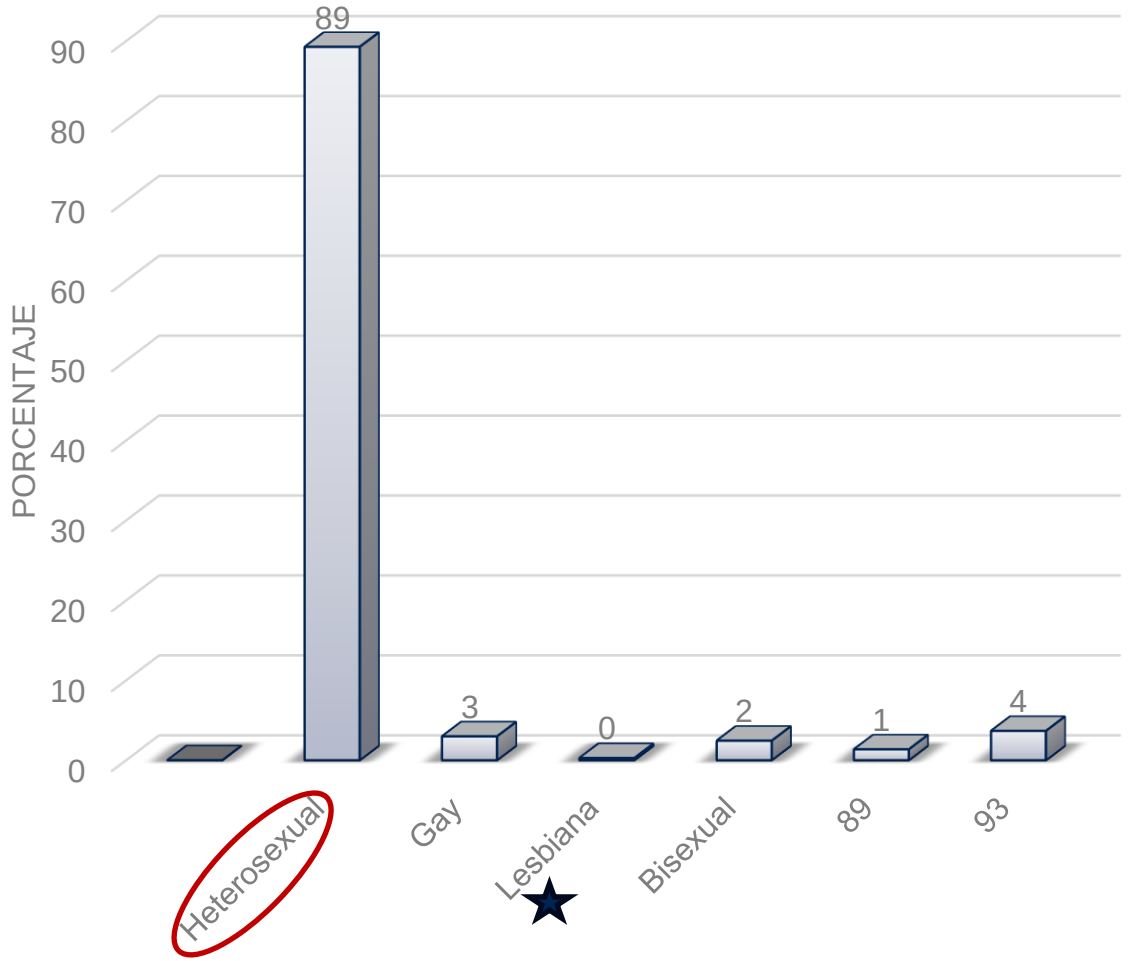
## Sexo asignado al nacer



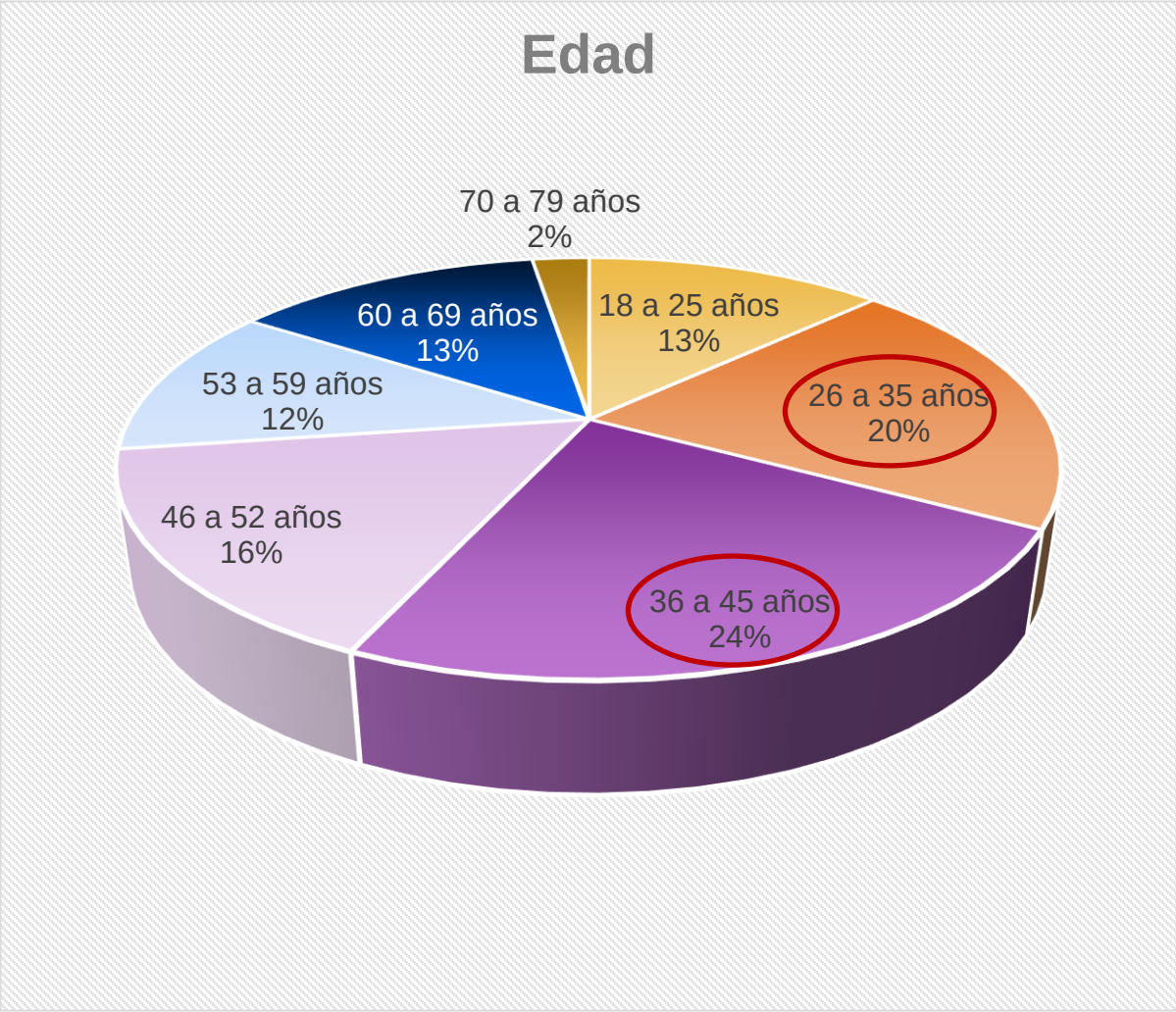

## Cómo se identifica




## Orientación sexual

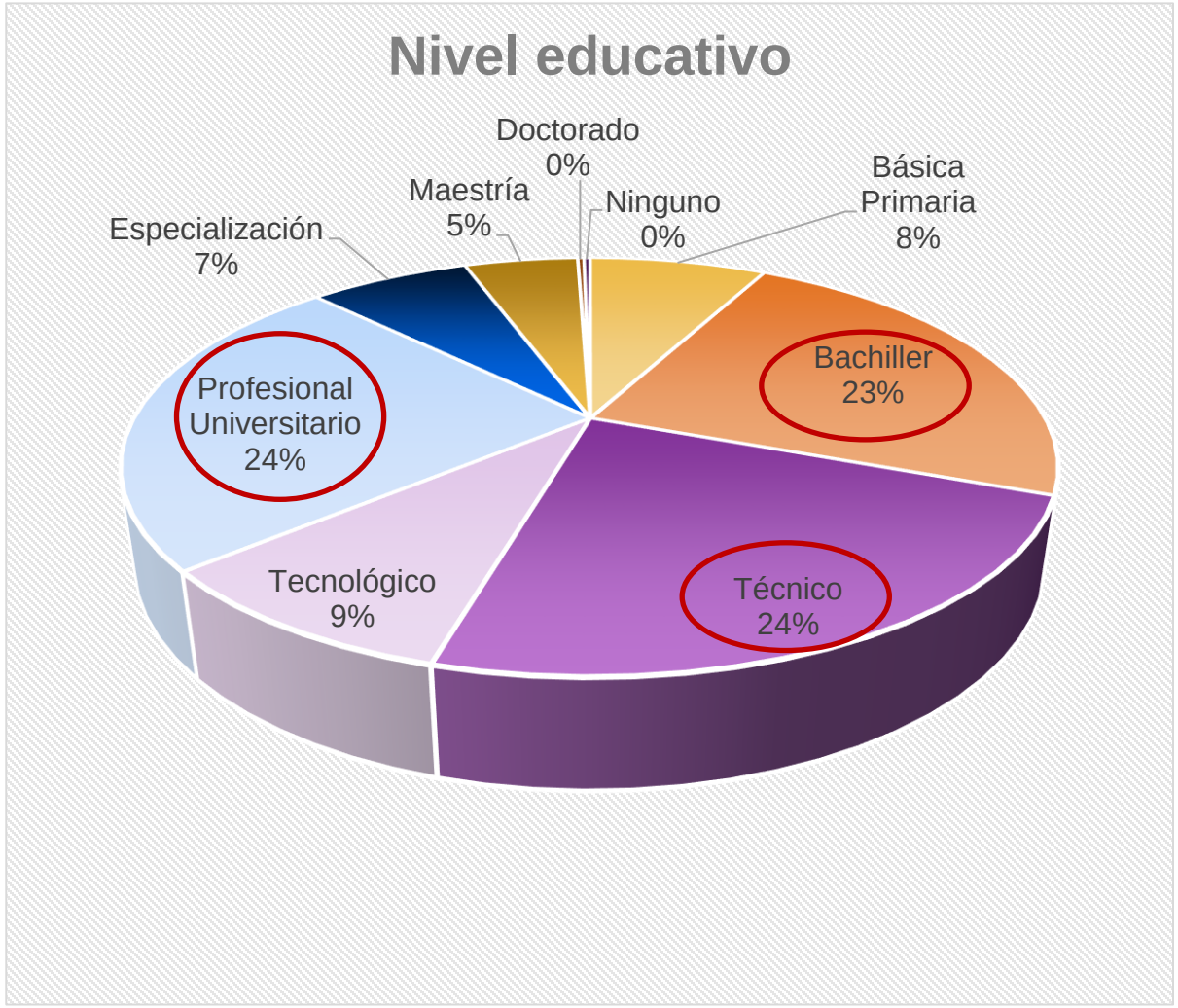


# Edad




 © Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas

# Educación: nivel educativo y fuentes no formales

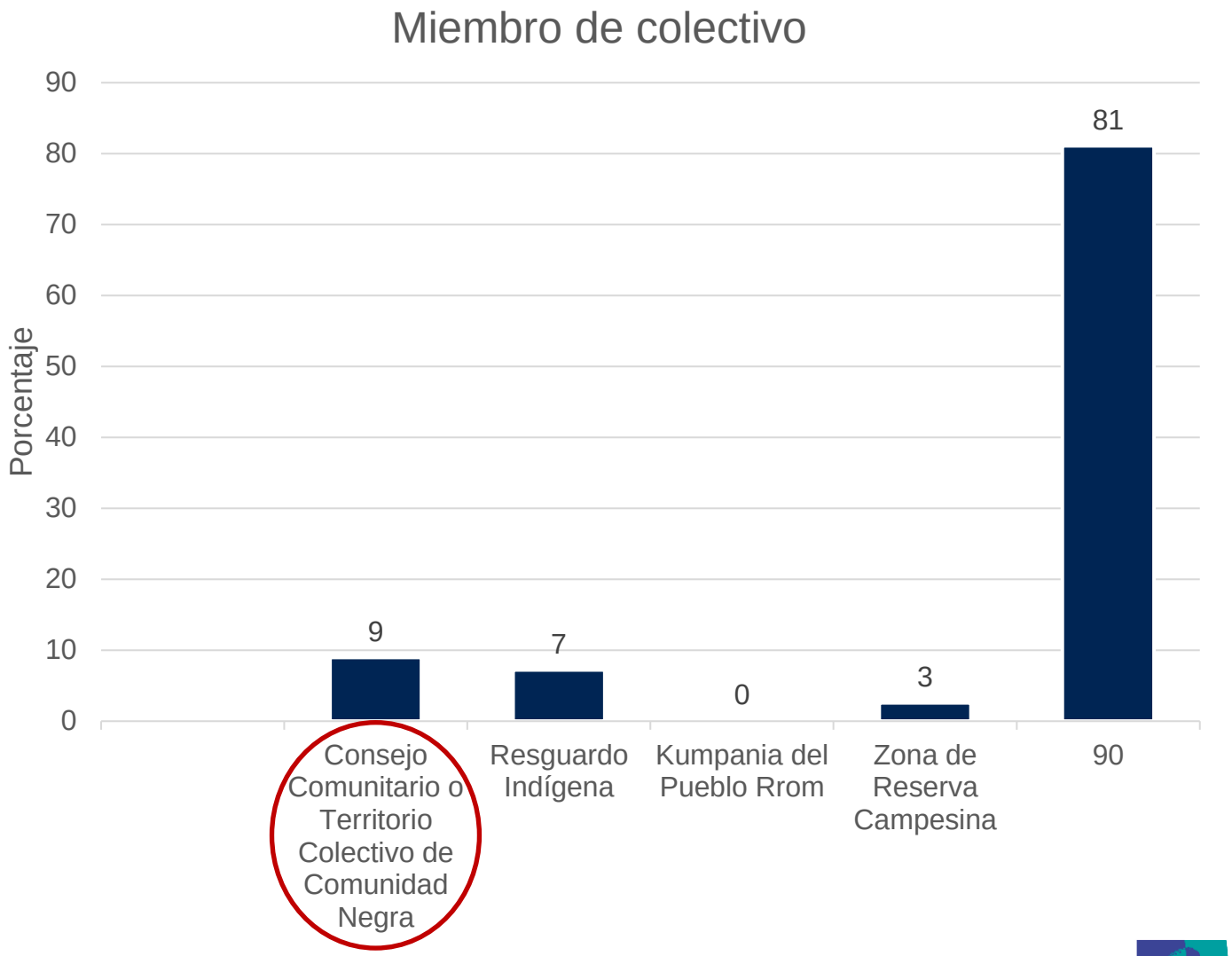



| Row Labels | Sum of Frecuencia | Sum of Frecuencia2 |
|---|---|---|
| A través de un familiar | 121 | 7,8% |
| A través de un instructor, mentor, sabedor o maestro tradicional | 256 | 16,5% |
| Actualizaciones recibidas en el empleo o trabajo | 62 | 4,0% |
| Autodidacta | 294 | 18,9% |
| Cursos en línea | 272 | 17,5% |
| Cursos presenciales, capacitaciones, dipplomados o similares | 434 | 27,9% |
| No responde | 21 | 1,4% |
| No sabe | 10 | 0,6% |
| Programas comunitarios de aprendizaje | 85 | 5,5% |
| **Grand Total** | **1555** | **100,00%** |


© Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas

# Territorios colectivos y poblaciones étnicas y rurales

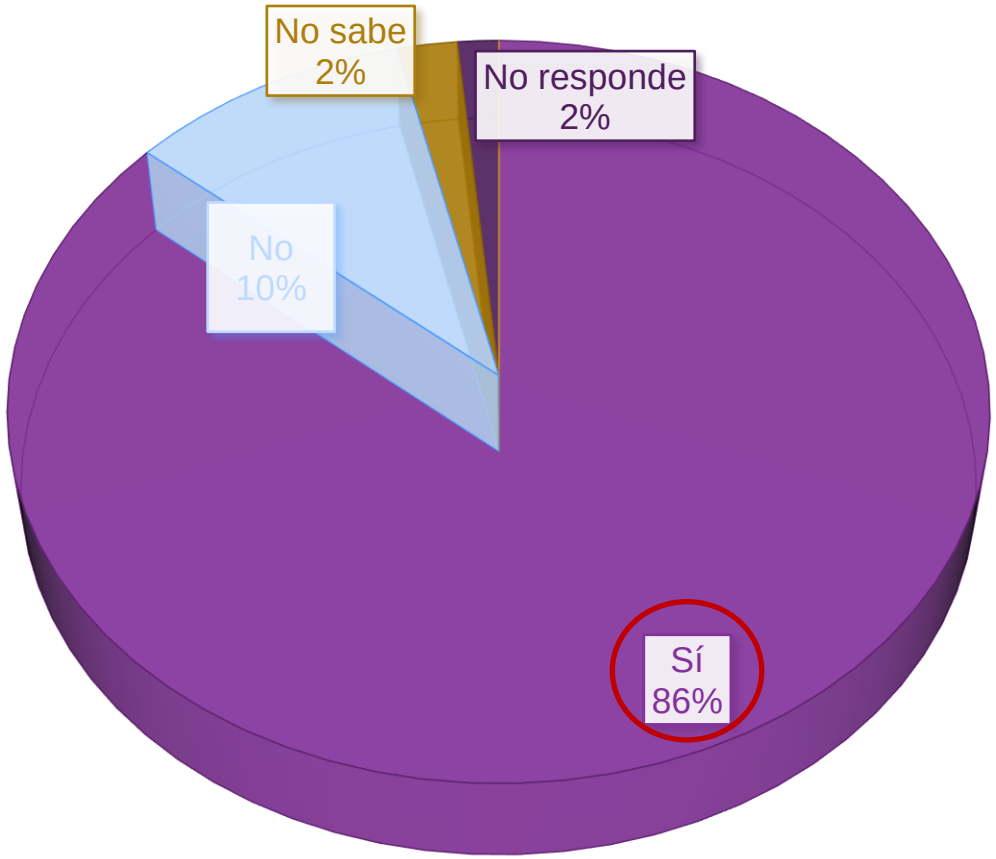


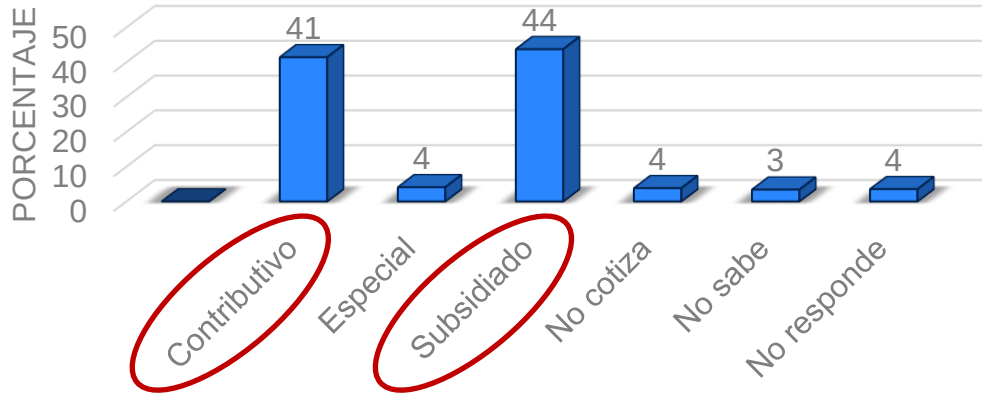

 © Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas

# Seguridad social

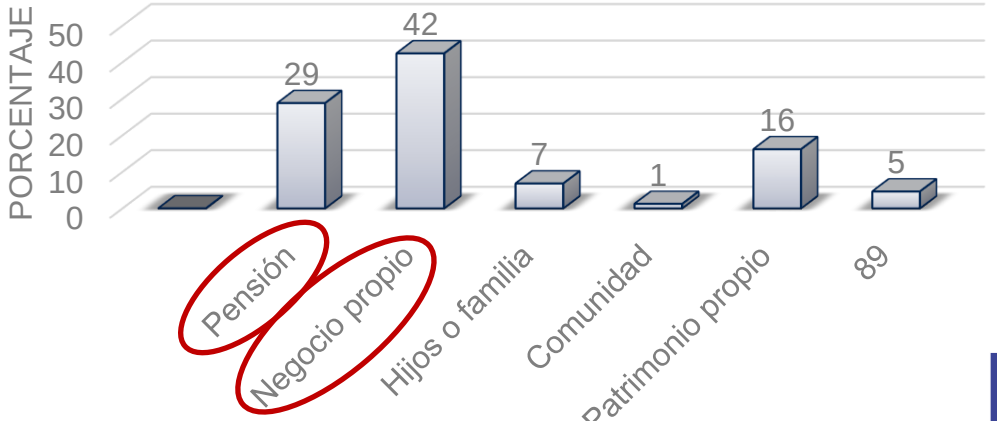
## ¿ESTÁ AFILIADO A SEGURIDAD SOCIAL?




## Regimen de seguridad social al que está afiliado

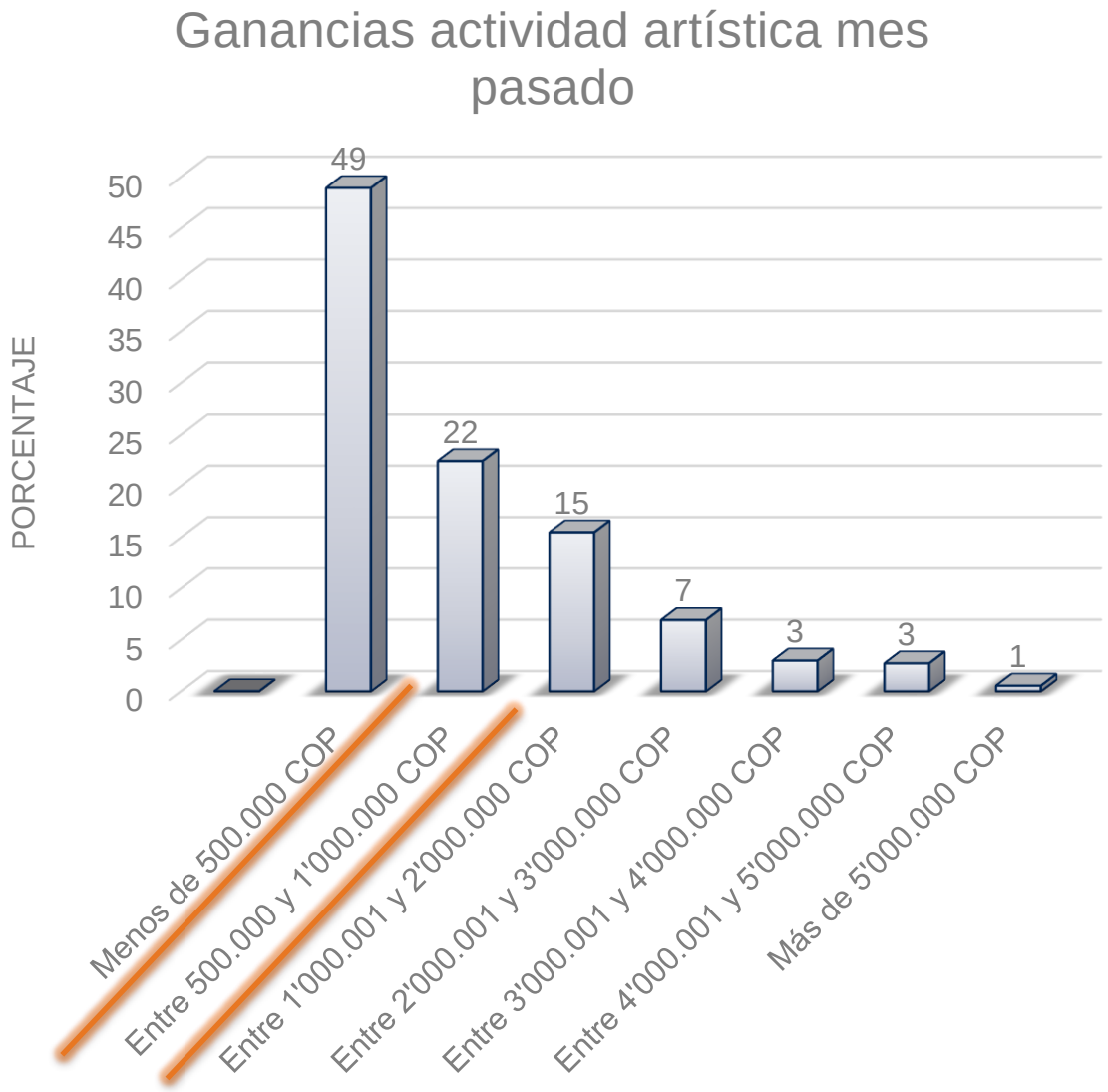


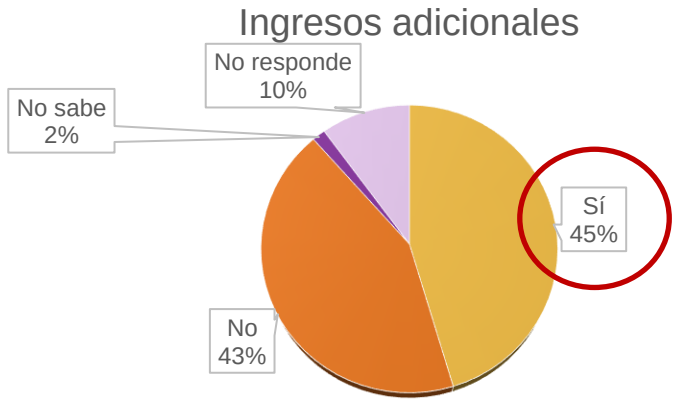

## Sostenimiento económico en la vejez

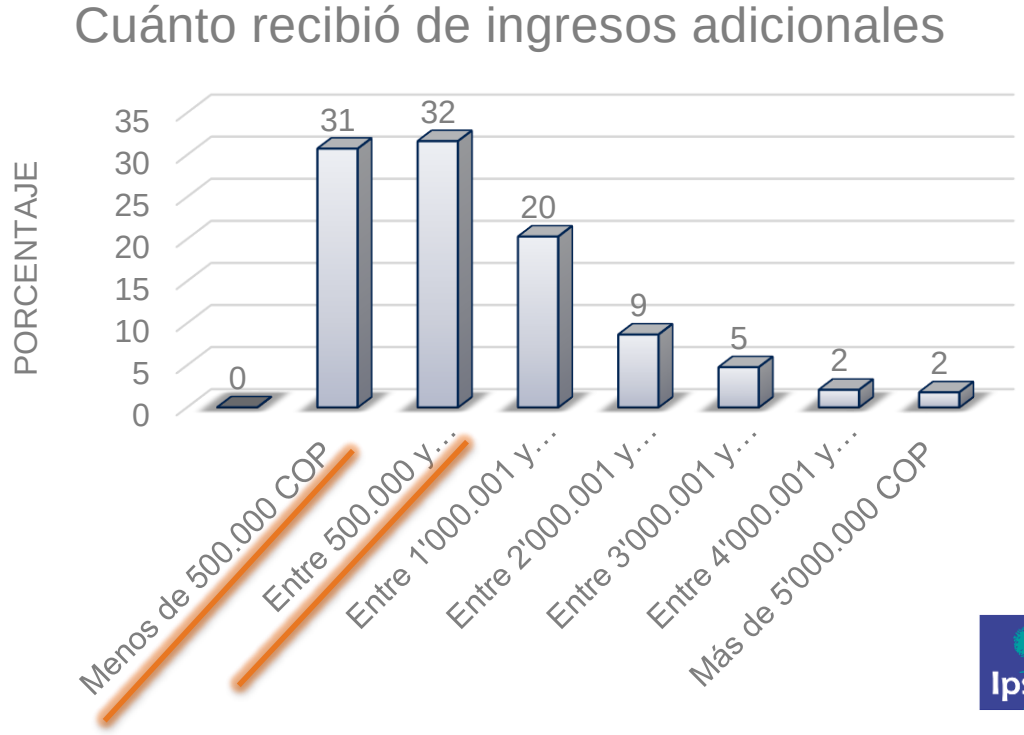



 © Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas

# Ingresos por actividad artística y adicionales




 © Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas

# Áreas en las que se desempeña en el sector artístico y/o cultural

| Row Labels | Sum of Frecuencia | Sum of Frecuencia2 |
|---|---|---|
| Artes plásticas | 103 | 4,7% |
| Artes populares, tradicionales y comunitarias | 224 | 10,2% |
| Artes visuales | 90 | 4,1% |
| Artes vivas | 91 | 4,1% |
| Biliotecas | 75 | 3,4% |
| Cine y audiovisual | 76 | 3,4% |
| Circo | 24 | 1,1% |
| Comunicación ciudadana, comunitaria, étinica, propia y alternativa | 58 | 2,6% |
| Contenido convergente, sonoros, artes multimedia y medios interactivos | 79 | 3,6% |
| Danza | 161 | 7,3% |
| Diseño y/o publicidad | 61 | 2,8% |
| Espectáculos artísticos y culturales | 206 | 9,3% |
| Literatura | 99 | 4,5% |
| Medios digitales y software de contenidos | 73 | 3,3% |
| Memoria y patrimonio cultural | 222 | 10,1% |
| Museos | 32 | 1,5% |
| Música | 295 | 13,4% |
| Subsector editorial | 13 | 0,6% |
| Subsector fonográfico | 20 | 0,9% |
| Teatro | 105 | 4,8% |
| Turismo cultural | 97 | 4,4% |
| **Grand Total** | **2204** | **100,00%** |


© Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas

# Roles que desempeña en el sector artístico y cultural

| Row Labels | Sum of Frecuencia | Sum of Frecuencia2 |
|---|---|---|
| 89 | 48 | 2,9% |
| Creador o cultor | 192 | 11,7% |
| Formador o educador | 262 | 16,0% |
| Gestor o líder cultural | 384 | 23,5% |
| Intermediario asociado a la creación y/o a la producción cultural | 94 | 5,7% |
| Investigador | 131 | 8,0% |
| Mediador cultural | 97 | 5,9% |
| Oficios del patrimonio, las artes y/o las industrias culturales y creativas | 75 | 4,6% |
| Portador del patrimonio, sabedor tradicional | 139 | 8,5% |
| Practicante de las tradiciones de su grupo familiar y comunidad | 144 | 8,8% |
| Profesional del patrimonio, las artes y/o las industrias culturales y creativas | 69 | 4,2% |
| **Grand Total** | **1635** | **100,00%** |


© Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas

# Algunas consideraciones sociodemográficas

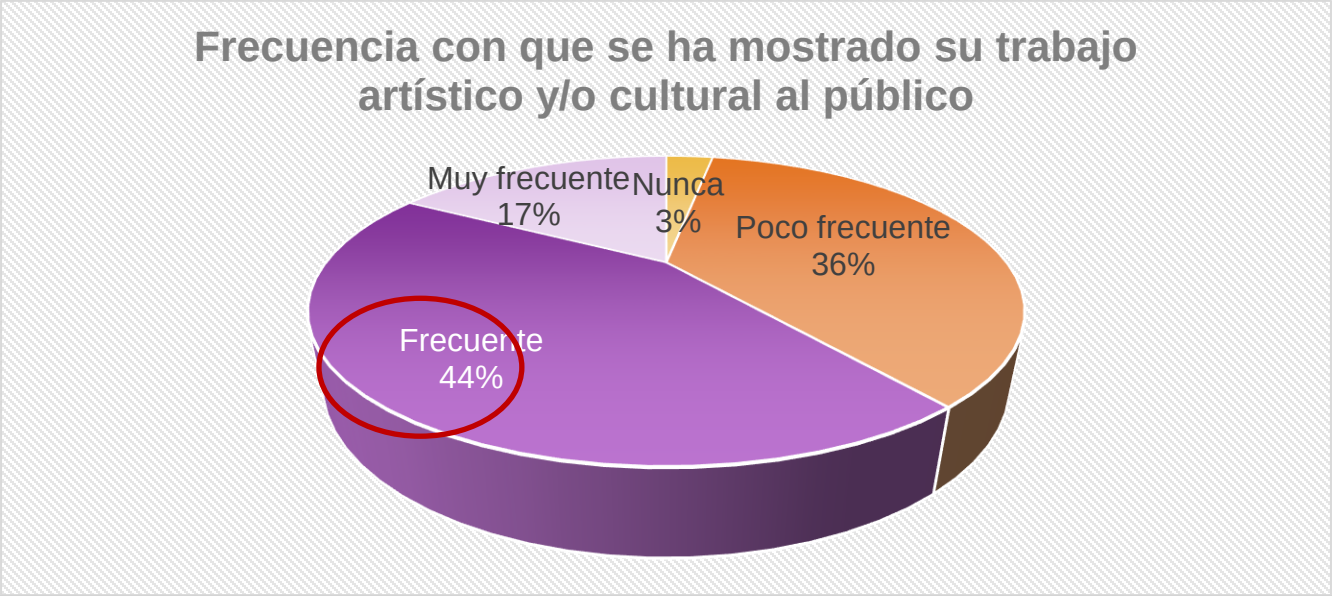
- Las personas demuestran un interés por participar de procesos de educación formal y no formal. Frente a la informalidad se observa la importancia de la transmisión de conocimientos a partir de la autogestión o con la ayuda de un mentor.
- La afiliación al régimen subsidiado y contributivo refleja los patrones de comportamiento del país. En cuanto al sostenimiento económico en la vejez, la expectativa de las personas no está alrededor de la pensión, o creen que no va a ser suficiente la pensión para la vejez, de forma que sienten la necesidad de complementarla con otras alternativas, como un negocio propio.
- Los ingresos son iguales o menores al salario mínimo en el sector. Alrededor de la mitad de las personas complementan sus ingresos con otros adicionales, sin embargo, esto no es suficiente, pues estos ingresos también son menores o iguales a un salario mínimo.
- La mayoría de las personas reporta desempeñarse en las áreas relacionadas con el mantenimiento de la memoria y el patrimonio, así como la música. El rol que suelen desempeñar también complementa esta información, pues se relaciona con el mantenimiento del conocimiento, la memoria y los saberes populares y tradicionales.

# Visibilización y valoración

- Frecuencia de visibilización
- Formas de visibilización
- Mejora de la familia y comunidad

 © Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas

# Frecuencia de visibilización del trabajo y quiénes lo reconocen




| Row Labels | Sum of Frecuencia | Sum of Frecuencia2 |
|---|---|---|
| Otro | 58 | 2,9% |
| Amigos/vecinos/comunidad | 620 | 30,7% |
| Empresa privada | 215 | 10,7% |
| Entidades de gobierno | 336 | 16,7% |
| Familia | 547 | 27,1% |
| ONGs y fundaciones u organizaciones sin ánimo de lucro | 242 | 12,0% |
| **Total general** | **2018** | **100,00%** |


© Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas

# Formas en que se visibiliza el trabajo artístico y/o cultural

| Row Labels | Sum of Frecuencia | Sum of Frecuencia2 |
|---|---|---|
| Facebook | 662 | 15,2% |
| Instagram | 527 | 12,1% |
| Otro | 200 | 4,6% |
| Página web | 308 | 7,1% |
| Prensa | 311 | 7,1% |
| Radio | 364 | 8,4% |
| Televisión | 298 | 6,8% |
| Tik Tok | 317 | 7,3% |
| Whatsapp | 661 | 15,2% |
| X (antes Twitter) | 258 | 5,9% |
| Youtube | 450 | 10,3% |
| **Grand Total** | **4356** | **100,00%** |

## Las más utilizadas

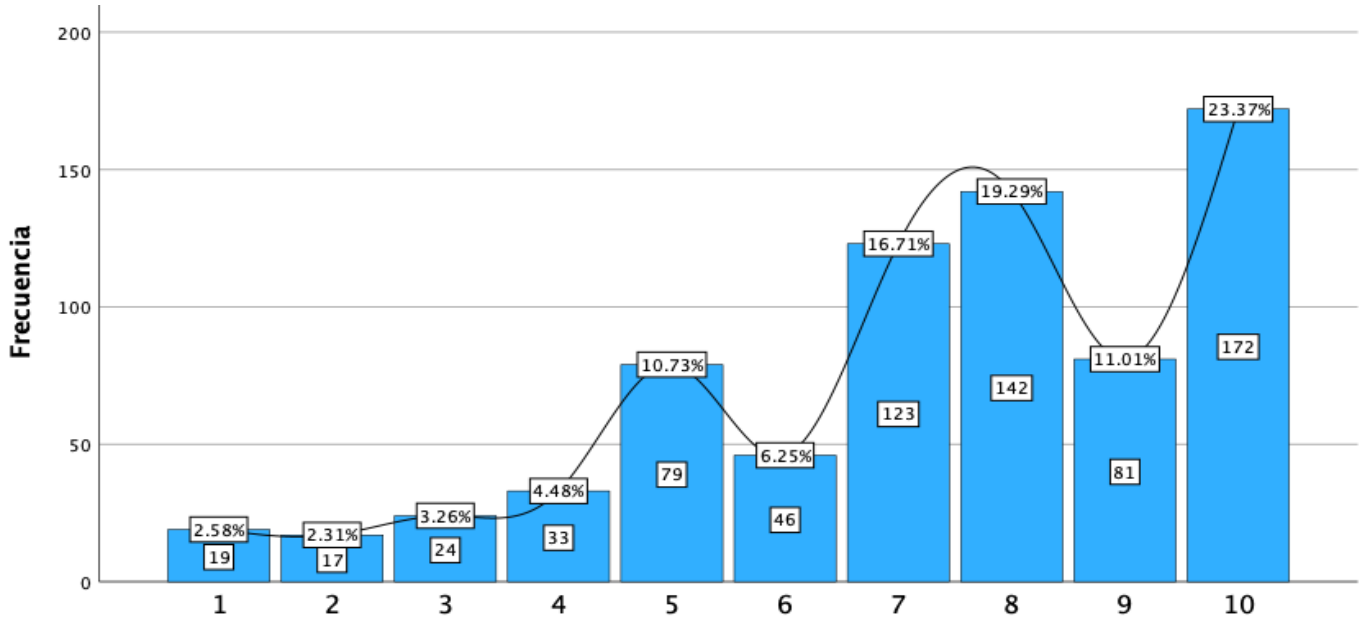
| Row Labels | Sum of Frecuencia | Sum of Frecuencia2 |
|---|---|---|
| Facebook | 569 | 24,6% |
| Instagram | 363 | 15,7% |
| Otro | 81 | 3,5% |
| Página web | 94 | 4,1% |
| Prensa | 89 | 3,9% |
| Radio | 119 | 5,1% |
| Televisión | 85 | 3,7% |
| Tik Tok | 104 | 4,5% |
| Whatsapp | 516 | 22,3% |
| X (antes Twitter) | 28 | 1,2% |
| Youtube | 263 | 11,4% |
| **Grand Total** | **2311** | **100,00%** |

## Las menos utilizadas

| Row Labels | Sum of Frecuencia | Sum of Frecuencia2 |
|---|---|---|
| Facebook | 72 | 4,4% |
| Instagram | 142 | 8,7% |
| Otro | 96 | 5,9% |
| Página web | 164 | 10,0% |
| Prensa | 185 | 11,3% |
| Radio | 181 | 11,1% |
| Televisión | 182 | 11,1% |
| Tik Tok | 178 | 10,9% |
| Whatsapp | 102 | 6,2% |
| X (antes Twitter) | 197 | 12,1% |
| Youtube | 134 | 8,2% |
| **Grand Total** | **1633** | **100,00%** |


© Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas

# Mejora de la familia y comunidad




| | |
|---|---|
| Promedio | 7,3 |
| Desv. Estándar | 2,3 |

| Row Labels | Sum of Frecuencia | Sum of Frecuencia2 |
|---|---|---|
| Aportar a la economía del municipio | 218 | 11,1% |
| Generar opciones de trabajo para poblaciones específicas | 185 | 9,4% |
| Generar valor para el sector artístico y cultural | 488 | 24,8% |
| No responde | 26 | 1,3% |
| No sabe | 21 | 1,1% |
| Promover la economía solidaria | 243 | 12,3% |
| Superación de estigmas hacia poblaciones especiales | 191 | 9,7% |
| Superación de la pobreza | 153 | 7,8% |
| Transmisión de conocimiento alrededor del manejo sostenible del ambiente | 149 | 7,6% |
| Transmisión de saberes, oficios o costumbres ancestrales o tradicionales | 297 | 15,1% |
| **Grand Total** | **1971** | **100,00%** |


© Ipsos | Caracteriz

# Algunas consideraciones sobre la visibilización y valoración de la práctica artística y/o cultural

- El apoyo principal de las personas al momento de visibilizar su trabajo artístico y/o cultural son su red de allegados más cercana: la familia, amigos, vecinos y la comunidad.
- Los medios digitales visuales son los que más se tienden a emplear al momento de visibilizar el trabajo artístico y/o cultural. Por otro lado, los medios más tradicionales de comunicación son los que menos se usan en la actualidad.
- El impacto que tiene el trabajo artístico y/o cultural en la familia o comunidad se da alrededor de la construcción del tejido social. En este no sólo se fomenta la transmisión de saberes y costumbres tradicionales, sino también se promueve un estilo de vida en donde prima el bien colectivo y se fomenta la calidad de vida mediante el vivir sabroso.


© Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas

# Fortalecimiento

- Enriquecimiento del proceso artístico y/o cultural
- Recursos para el fortalecimiento del trabajo artístico y/o cultural

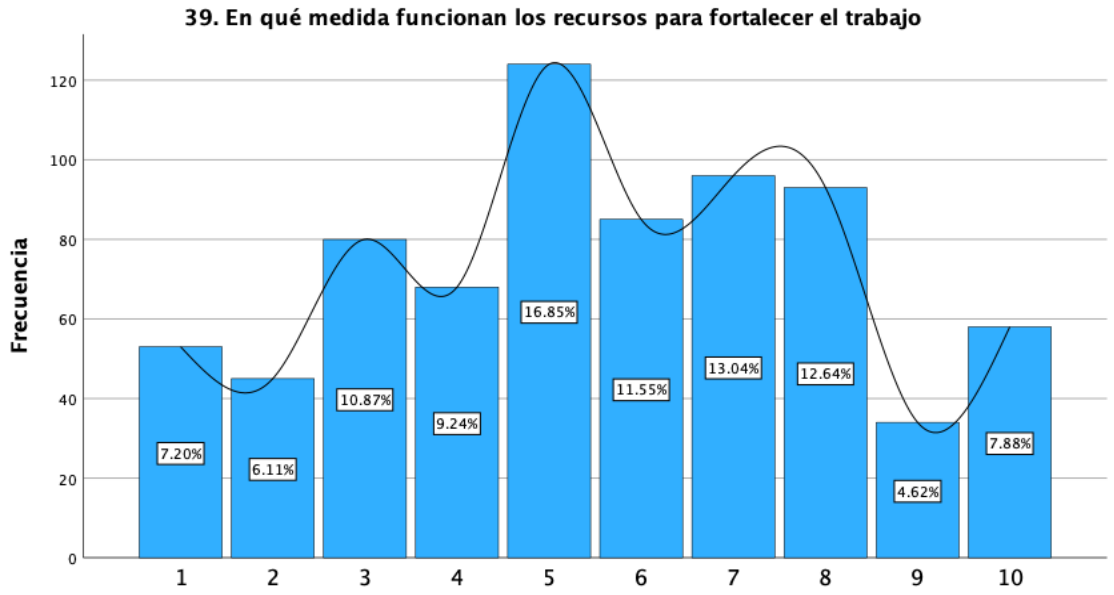
 © Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas

# Aspectos que enriquecen el proceso artístico y/o cultural

| Row Labels | Sum of Frecuencia | Sum of Frecuencia2 |
|---|---|---|
| Alianzas o pactos | 104 | 5,4% |
| Cantidad de eventos en los que se ha visibilizado su trabajo | 157 | 8,2% |
| Conocimientos y habilidades obtenidas a través de procesos de educación formal | 317 | 16,5% |
| Conocimientos y habilidades obtenidas a través de procesos de educación no formal | 266 | 13,8% |
| Otro | 15 | 0,8% |
| Premios, estímulos o reconocimientos que ha recibido | 90 | 4,7% |
| Reconocimiento en el sector | 100 | 5,2% |
| Saberes ancestrales o de tradición oral | 309 | 16,1% |
| Saberes de herencia familiar | 273 | 14,2% |
| Tiempo de experiencia en el sector | 292 | 15,2% |
| **Grand Total** | **1923** | **100,00%** |


© Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas

# Recursos para el fortalecimiento del trabajo artístico y/o cultural




| | |
|---|---|
| Promedio | 5,5 |
| Desv. Estándar | 2,5 |

| Row Labels | Sum of Frecuencia | Sum of Frecuencia2 |
|---|---|---|
| Aportes de integrantes | 193 | 11,8% |
| Auxilios de la comunidad | 121 | 7,4% |
| Becas, reconocimientos o estímulos | 113 | 6,9% |
| Convocatorias de empresas privadas u organizaciones sin ánimo de lucro | 95 | 5,8% |
| Convocatorias estatales o gubernamentales | 231 | 14,2% |
| Incentivos económicos públicos | 278 | 17,0% |
| Iniciativas para recoger fondos o de autogestión | 252 | 15,4% |
| Otro | 51 | 3,1% |
| Venta de servicios | 298 | 18,3% |
| **Grand Total** | **1632** | **100,00%** |


© Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas

# Algunas consideraciones sobre el fortalecimiento de la práctica artística y/o cultural

Los aspectos que enriquecen el trabajo artístico y cultural están relacionados con la gestion del conocimiento y los saberes que vienen de procesos de educación formal y no formal.

Los aspectos que fortalecen el trabajo artístico y/o cultural están relacionados con factores económicos. Así, las fuentes de ingreso para el fortalecimiento de la práctica provienen de la propia autogestion, ya sea a partir de la venta de servicios o productos o de las iniciativas para recoger fondos, y de los fondos públicos.

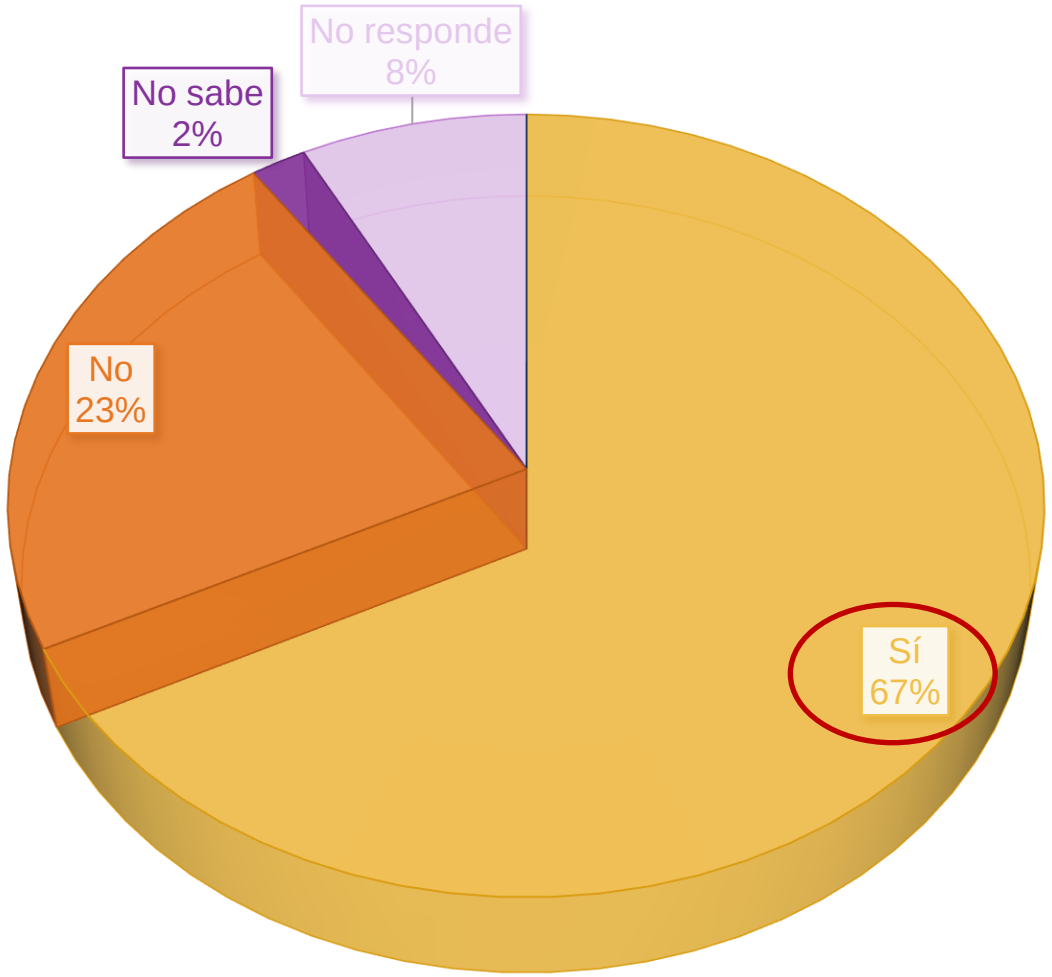

© Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas

# Asociatividad

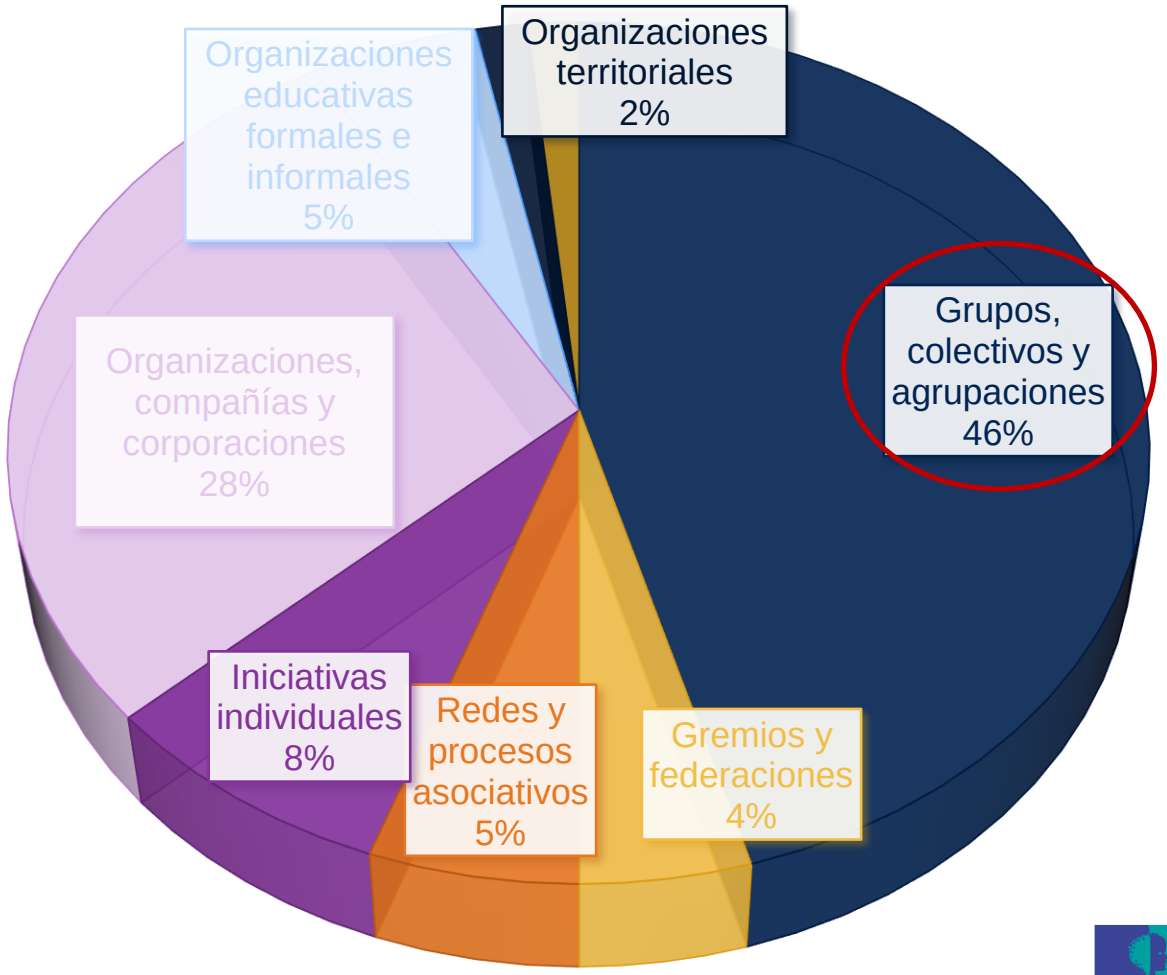
- Pertenencia a organizaciones
- Alianzas


© Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas

# Pertenencia actual a organización principal junto con la cual desarrolla su trabajo artístico y/o cultural




## TIPO DE ORGANIZACIÓN




 © Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas

# Organizaciones a las que pertenece en el sector de las artes, las culturas y los saberes

| Row Labels | Sum of Frecuencia | Sum of Frecuencia2 |
|---|---|---|
| Gremios y federaciones | 117 | 7,5% |
| Grupos, colectivos y agrupaciones | 415 | 26,7% |
| Iniciativas individuales | 368 | 23,7% |
| Organizaciones educativas formales e informales | 166 | 10,7% |
| Organizaciones territoriales | 84 | 5,4% |
| Organizaciones, compañías y corporaciones | 215 | 13,8% |
| Redes y procesos asociativos | 189 | 12,2% |
| **Grand Total** | **1554** | **100,00%** |

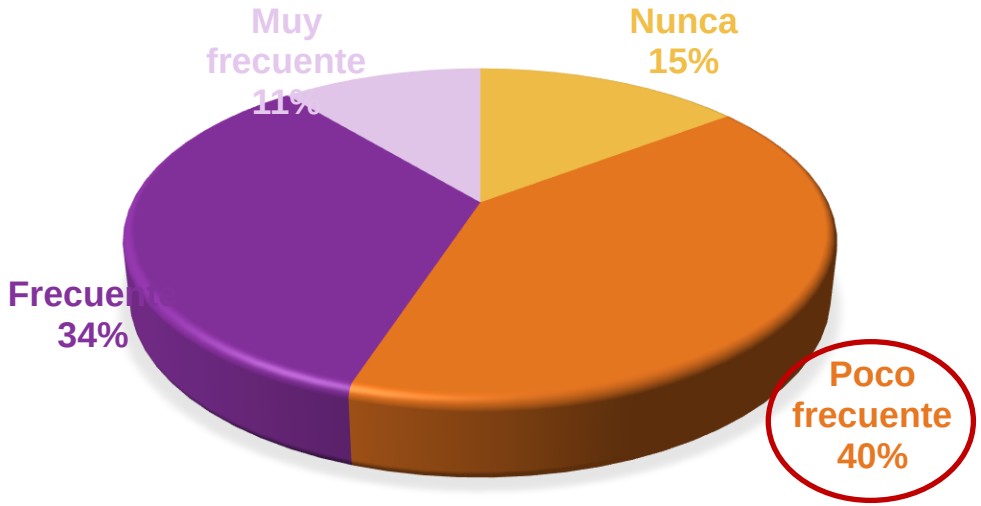

© Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas

# Otros grupos y organizaciones a los que pertenece

| Row Labels | Sum of Frecuencia | Sum of Frecuencia2 |
|---|---|---|
| Asociación u organización comunal de vigilancia y seguridad | 12 | 1,0% |
| Cooperativa de trabajo | 36 | 2,9% |
| Espacios de participación apoyados o promovidos por el Estado | 87 | 6,9% |
| Junta de Acción Comunal | 136 | 10,8% |
| Movimiento o partido político | 45 | 3,6% |
| Organización cultural o deportiva | 171 | 13,6% |
| Organización de caridad | 31 | 2,5% |
| Organización de conservación del medio ambiente | 63 | 5,0% |
| Organización educativa | 118 | 9,4% |
| Organización o asociación campesina, agropecuaria o de pesca | 38 | 3,0% |
| Organizaciones comunitarias | 115 | 9,2% |
| Otro | 216 | 17,2% |
| Sindicato | 20 | 1,6% |
| Un grupo u organización religiosa | 84 | 6,7% |
| Una organización étnica | 84 | 6,7% |
| **Grand Total** | **1256** | **100,00%** |


© Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas

# Alianzas: frecuencia y motivaciones

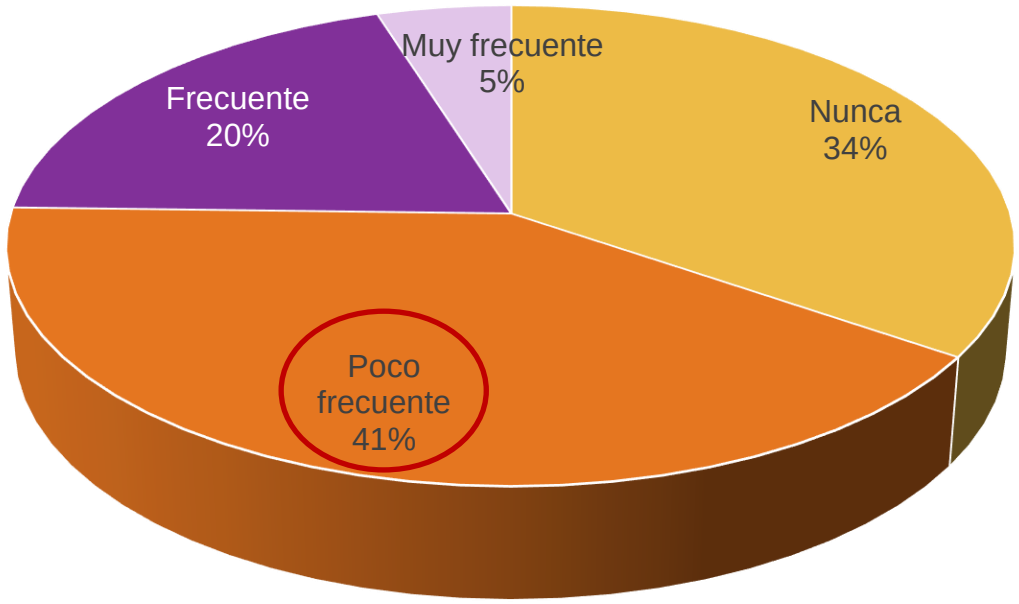



| Row Labels | Sum of Frecuencia | Sum of Frecuencia2 |
|---|---|---|
| Acceso a nuevas plataformas para mostrar su trabajo artístico y/o cultural | 293 | 18,2% |
| Fortalecimiento de capacidades | 382 | 23,7% |
| Fortalecimiento de conocimientos | 410 | 25,4% |
| Mejores oportunidades de acceso a opciones de financiación | 259 | 16,1% |
| Optimización o reducción de costos | 177 | 11,0% |
| Otro | 92 | 5,7% |
| **Grand Total** | **1613** | **100,00%** |


© Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas

# Alianzas: posibilidades de aplicación a convocatorias y otros beneficios

Frecuencia de alianzas para aplicar a convocatorias




| Row Labels | Sum of Frecuencia | Sum of Frecuencia2 |
|---|---|---|
| Acceder a oportunidades de financiación alternativas | 121 | 7,0% |
| Acceder a recursos económicos | 172 | 9,9% |
| Acceso a recursos de conocimiento o saberes | 102 | 5,9% |
| Afirmar su identidad | 179 | 10,3% |
| Construcción de red de apoyo | 87 | 5,0% |
| Generar mayor cohesión social en la comunidad | 168 | 9,6% |
| Mayor eficiencia en los procesos de producción y creación | 103 | 5,9% |
| Mayores oportunidades de visibilización | 131 | 7,5% |
| Mejorar sus condiciones de vida | 198 | 11,4% |
| Otro | 67 | 3,8% |
| Tener aprendizajes o cultivar capacidades propias | 321 | 18,4% |
| Tener bienestar físico y psicológico | 92 | 5,3% |
| **Grand Total** | **1741** | **100,00%** |


© Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas

# Algunas consideraciones sobre la asociatividad en el trabajo artístico y/o cultural

- La mayoría de las organizaciones a las que pertenecen las personas del sector son grupos colectivos y agrupaciones. Lo que refleja la posibilidad de asociatividad de las personas sin tener que pasar por procesos de formalización del grupo.
- El hecho de estar involucrado en una o varias organizaciones no anulan el quehacer individual de la persona. Lo que la lleva a desempeñar multiples roles dentro del sector.
- El hecho de que también participen en otro tipo de organizaciones por fuera del sector de las artes, las culturas y los saberes, como en juntas de acción communal, indicant una proclividad a la asociatividad, sobre todo en organizaciones sin ánimo de lucro.
- Las alianzas se utilizan para fortalecer sus conocimientos y capacidades, no tanto para poder trabajar juntos por un objetivo en común.


© Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas

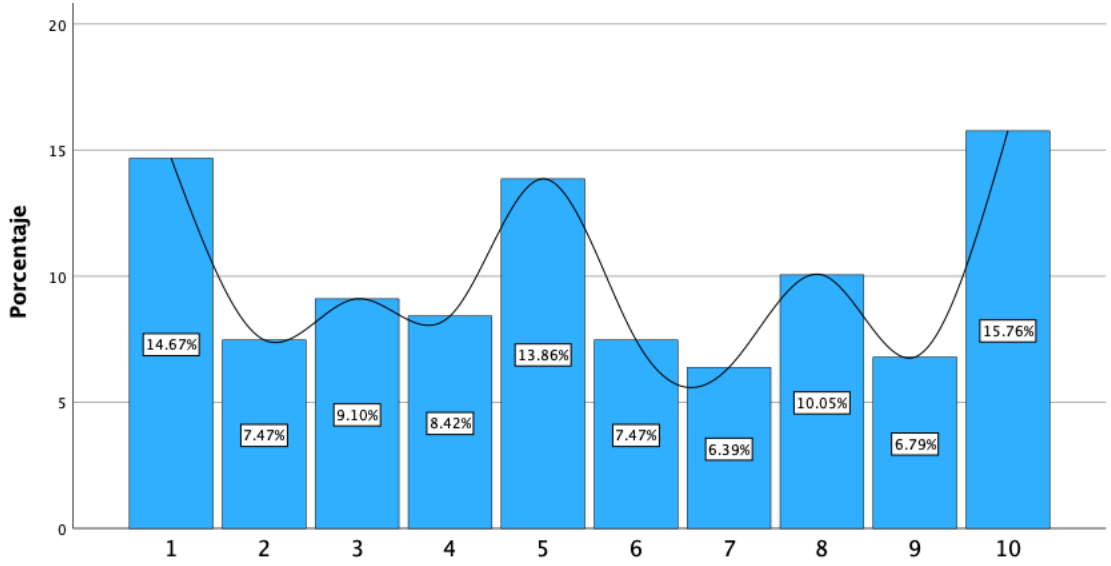
# Sostenibilidad

- Ventas y aportes recibidos
- Barreras de acceso
- Contratación


© Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas

# Financiación: ventas y aportes recibidos

Dependencia de la venta de servicios y de aportes externos y de los mismos miembros del grupo




| Promedio | 5,4 |
|---|---|
| Desv. Estándar | 3,0 |

| Row Labels | Sum of Frecuencia | Sum of Frecuencia2 |
|---|---|---|
| Aportes de integrantes | 181 | 10,2% |
| Auxilios de la comunidad | 84 | 4,7% |
| Becas o estímulos | 156 | 8,8% |
| Convocatorias de empresas privadas u organizaciones sin ánimo de lucro | 101 | 5,7% |
| Convocatorias estatales o gubernamentales | 76 | 4,3% |
| Iniciativas para recoger fondos o de autogestión | 356 | 20,0% |
| Otro | 36 | 2,0% |
| Recursos propios | 455 | 25,6% |
| Uso de incentivos económicos públicos | 238 | 13,4% |
| Venta de servicios o productos | 96 | 5,4% |
| **Grand Total** | **1779** | **100,00%** |


© Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas

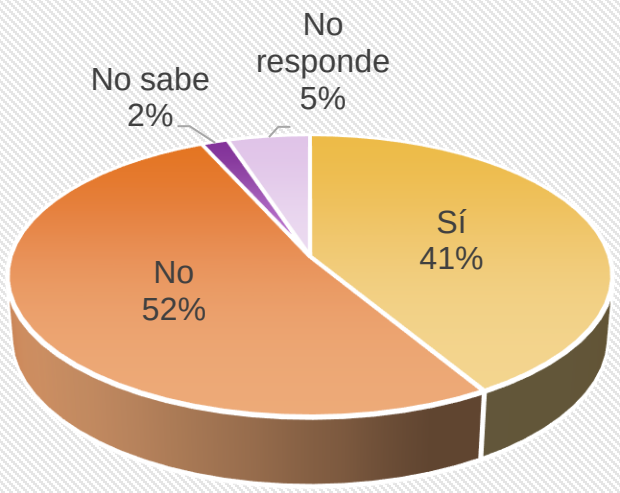
# Financiación: barreras de acceso

| Row Labels | Sum of Frecuencia | Sum of Frecuencia2 |
|---|---|---|
| Acceso limitado a educación financiera | 120 | 8,3% |
| Altas tasas de interés | 219 | 15,1% |
| Desconfianza en las instituciones financieras | 116 | 8,0% |
| Discriminación | 112 | 7,7% |
| Falta de historial crediticio | 238 | 16,4% |
| Falta de propiedades o activos para respaldar la deuda | 187 | 12,9% |
| Otro | 78 | 5,4% |
| Requisitos y trámites complejos | 383 | 26,4% |
| **Grand Total** | **1453** | **100,00%** |

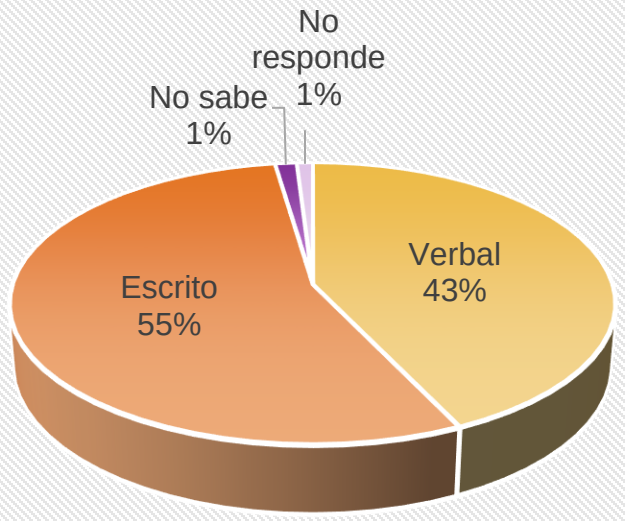

© Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas

# Contratación

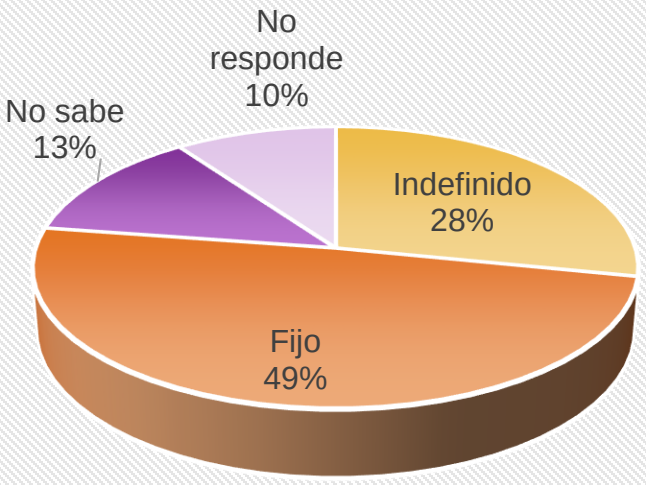
## Tiene algún tipo de contrato




## Contrato es verbal o escrito




## Contrato es a término indefinido o fijo




 © Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas

# Algunas consideraciones sobre la sostenibilidad del trabajo artístico y/o cultural

- Las personas se valen de multiples fuentes de financiación para sostener su práctica artística y/o cultural. Generalmente estas versan sobre los aportes internos y externos y la venta de servicios o productos.
- También hay barreras de acceso importantes a las fuentes de financiación en términos de la falta de educación financiera, lo que puede llevar a desconocimientos de procesos o a no implementar las mejores practicas financieras, o en términos del exceso de tramitología y burocracia para acceder a los servicios financieros.
- Se observa vulnerabilidad en las condiciones laborales a partir del contrato, pues solo la mitad tienen un consciente, de estos solo la mitad es escrito y de estos la mitad es a término fijo. Las vulnerabilidades en la contratación reflejan las vulnerabilidades en términos de los ingresos mensuales.

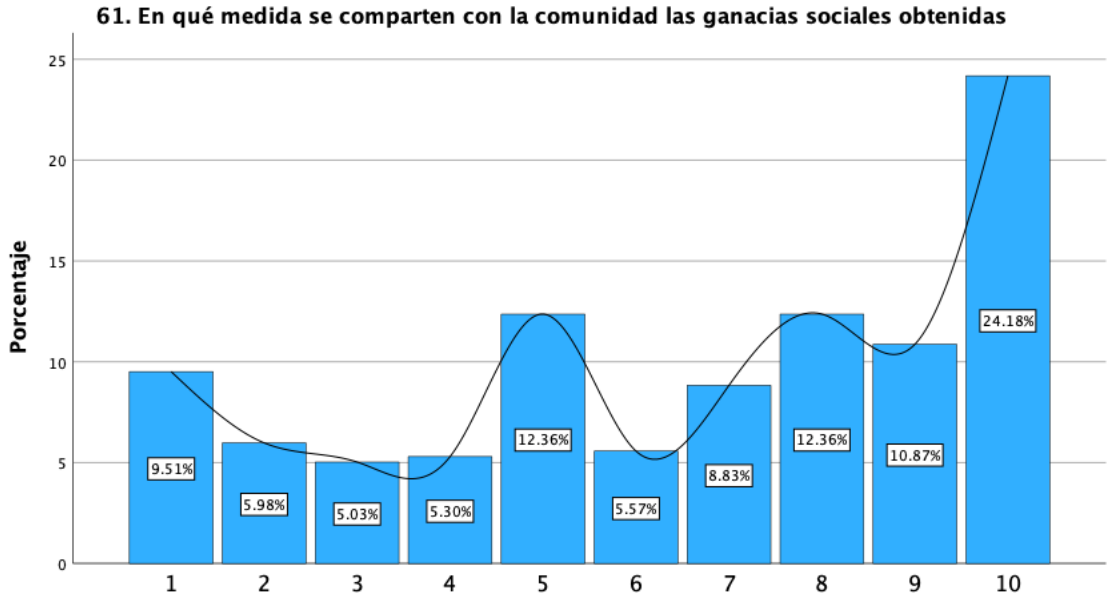

© Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas

# Redistribución

- Ganancias sociales
- Ganancias económicas
- Reconocimiento económico del trabajo


© Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas

# Redistribución: ganancias sociales

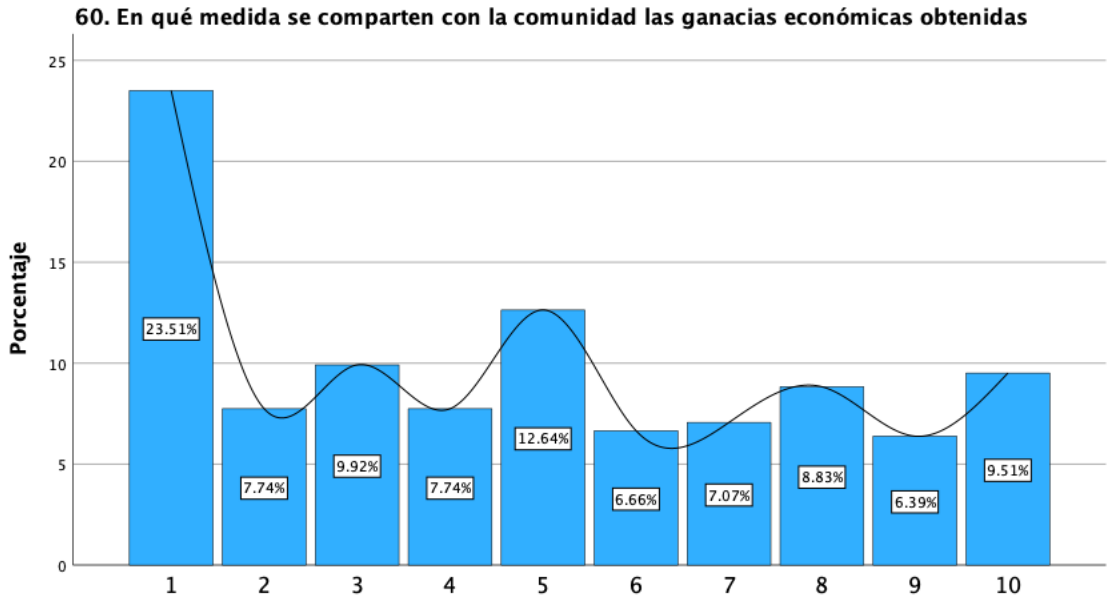



| | |
|---|---|
| Promedio | 6,5 |
| Desv. Estándar | 3,0 |

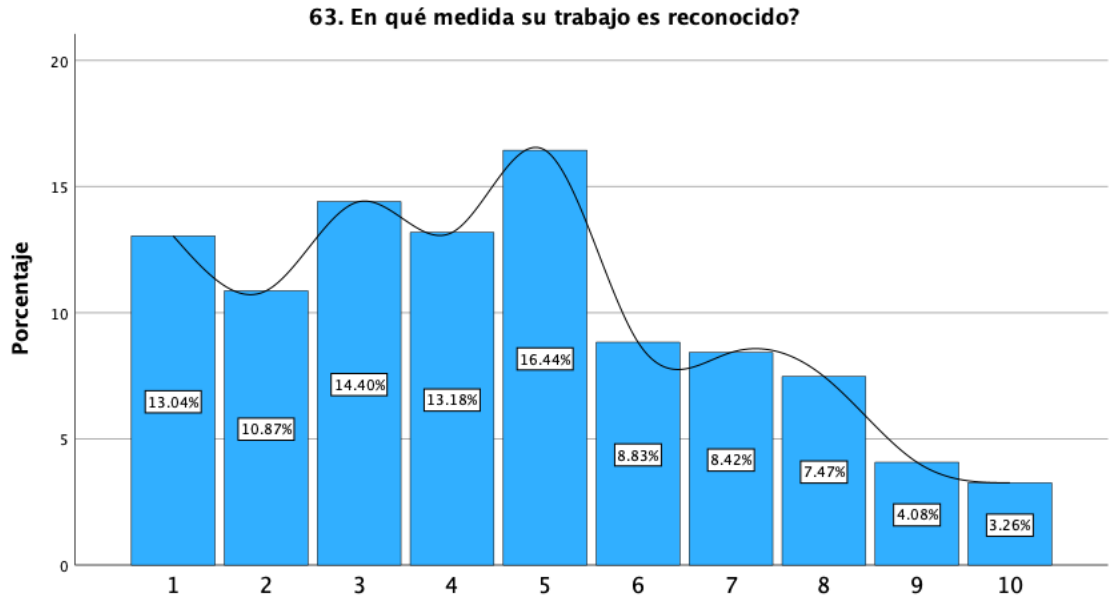
| Row Labels | Sum of Frecuencia | Sum of Frecuencia2 |
|---|---|---|
| Aporte a la construcción de paz | 312 | 10,0% |
| Desarrollo de capacidades o habilidades | 454 | 14,5% |
| Desarrollo de conocimientos o saberes | 545 | 17,5% |
| Desarrollo de oportunidades de trabajo | 281 | 9,0% |
| Fomento de una mejor convivencia en comunidad | 275 | 8,8% |
| Fortalecimiento de relaciones sociales | 412 | 13,2% |
| Mayor acceso a educación | 121 | 3,9% |
| Otro | 27 | 0,9% |
| Prevención de consumo de sustancias psicoactivas | 135 | 4,3% |
| Promoción de la sostenibilidad ambiental | 195 | 6,2% |
| Reducción de la desigualdad | 162 | 5,2% |
| Reducción de la pobreza | 202 | 6,5% |
| **Grand Total** | **3121** | **100,00%** |


© Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas

# Redistribución: ganancias y reconocimiento económico del trabajo




| | |
|---|---|
| Promedio | 4,7 |
| Desv. Estándar | 3,0 |




| | |
|---|---|
| Promedio | 4,5 |
| Desv. Estándar | 2,4 |


© Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas

# Algunas consideraciones sobre la redistribución en el trabajo artístico y/o cultural

Lo que más se redistribuye a la comunidad son las ganancias sociales obtenidas a partir de la práctica artística y/o cultural. Estas versan en su mayoría sobre la redistribución de conocimientos y capacidades, así como el fortalecimiento del tejido social. De forma que se observa cómo la práctica artística y/o cultural ayuda a alimentar el capital social de la comunidad.

La redistribución no se ve claramente a nivel de las ganancias económicas. Lo anterior se puede deber a que el recurso económico es escaso dentro del sector, esto no solo puede afectar la consecución de alianzas sino la repartición en la comunidad, idea que se refuerza al considerar que el reconocimiento económico de la práctica artística y/o cultural es poco.


© Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas

# 4. **Diagnóstico del sector de la Economía Popular** en las culturas, las artes y los saberes

Resultados de los talleres

© Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas




# 4.1 Capacidades, fortalezas y buenas prácticas del sector

# ¿Cómo aprendieron a hacer lo que hacen en el sector?

## Concepto de aprendizaje

- No se reduce a la relación entre maestro / sabedor y alumno
- No es una relación vertical
- Es más horizontal e incluye más actores y fuentes de saber y conocimiento

Transmisión, apropiación e intercambio de saberes o conocimientos

Por observación, imitación, escucha y recorrido

Aprender del y en el territorio

Por ensayo y error

Aprendizaje autónomo a través de diversos medios, formatos y contenidos audiovisuales, radiales, impresos, digitales, etc.

Aprender en comunidad

A través del quehacer (oficios, trabajos, vida profesional, desarrollo de labores comunitarias o gestión cultural, etc.)

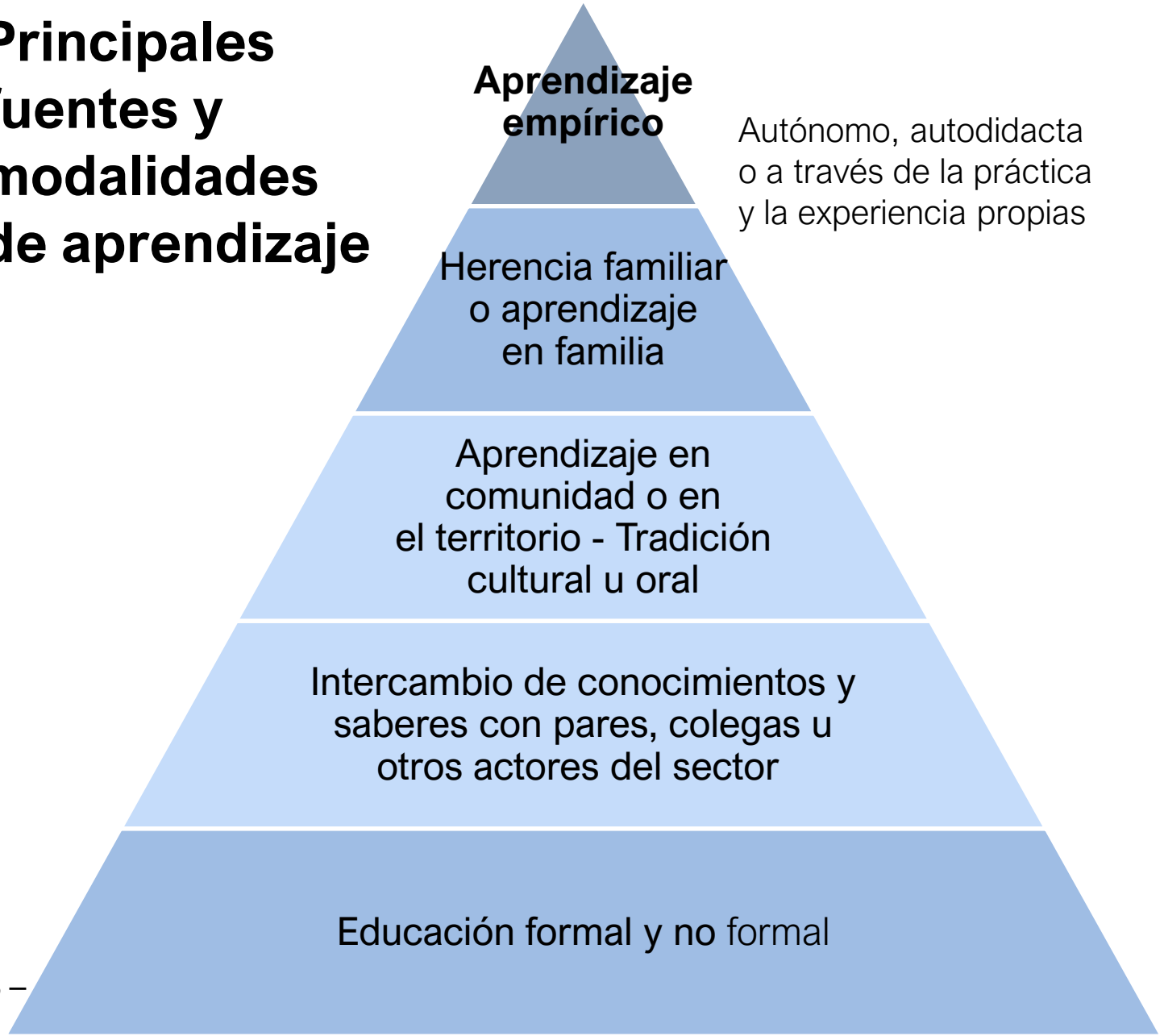
Aprender haciendo o a través de la práctica constante

A través de las deidades o el mundo espiritual

Intercambio de saberes o conocimientos con pares o colegas

Aprender enseñando o a través de la enseñanza a otros

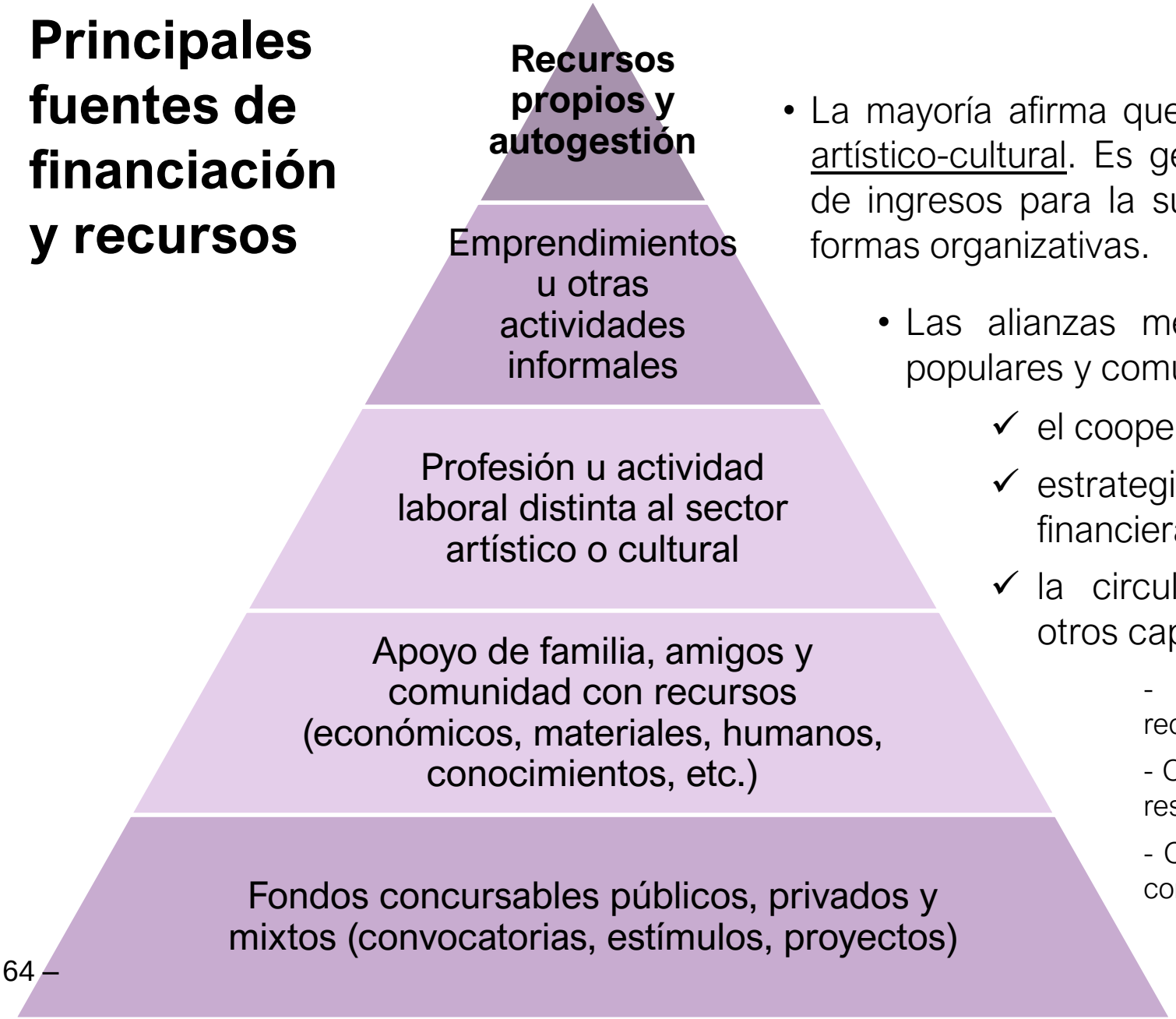
# Principales fuentes y modalidades de aprendizaje




Autónomo, autodidacta o a través de la práctica y la experiencia propias

- La mayoría de las trayectorias vitales de los y las agentes iniciaron de **modo empírico**.
- Sea que opten o no por la educación formal o no formal, todos dan gran valor al **aprendizaje autónomo** y la **práctica constante** como parte de su quehacer y como vías indispensables para fortalecerse.
- También es muy valorado el rol de las **instituciones educativas y escuelas o academias locales,** en particular de **maestros, tutores, instructores, sabedores y mayores,** en la iniciación, acompañamiento y orientación vocacional.

# Principales fuentes de financiación y recursos




- La mayoría afirma que no se puede sobrevivir del quehacer artístico-cultural. Es generalizada la combinación de fuentes de ingresos para la subsistencia individual, familiar y de las formas organizativas.
  - Las alianzas mencionadas fortalecen las economías populares y comunitarias, porque fomentan:
    - ✓ el cooperativismo
    - ✓ estrategias de intercambio distintas a las financieras (trueque, compartir, minga)
    - ✓ la circulación, ganancia y redistribución de otros capitales:
      - Capital simbólico (empoderamiento, cualificación, reconocimiento)
      - Capital social (establecimiento de redes para sostener, resistir, vincular y viabilizar)
      - Capital cultural (adquisición y apropiación de saberes, conocimientos, capacidades y habilidades)



# Fortalezas del sector

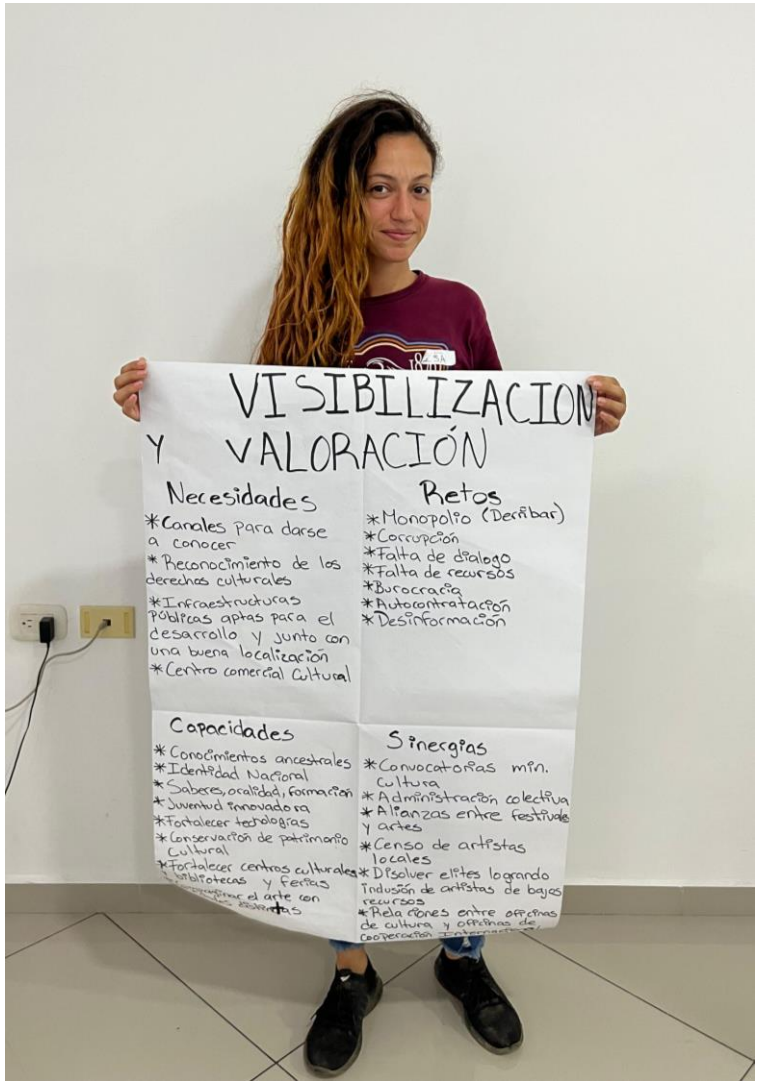
- La propia **experiencia, conocimiento, preparación y trayectoria** en el sector
- **Interdisciplinariedad - Diversidad de conocimientos y saberes** que les permite ser versátiles y recursivos
- Capacidad de **gestión y autogestión**
- Disposición al **trabajo solidario y colaborativo**
- Capacidad de **adaptación** a las necesidades, condiciones y circunstancias del entorno
- Apertura a la **multiculturalidad**
- Uso simultáneo de **conocimiento empírico, educación formal y no formal**
- Preocupación por las **problemáticas sociales y el bien común**
- Potencial de su quehacer para la **transformación social**
- Capacidad de **mediación con diferentes públicos y comunidades**
- **Cooperación** de familias, amigos y comunidades, tanto en recursos como en apoyo emocional, acompañamiento y reconocimiento




# Buenas prácticas

- Búsqueda permanente de **capacitación, formación y circulación**
- **Práctica constante y disciplinada** del oficio
- **Intercambio de saberes** con pares, colegas y actores más experimentados del sector
- Disposición al **aprendizaje constante**
- **Adaptación y actualización** permanentes de lo que saben, hacen y ofrecen

- Rol activo en la **transmisión, apropiación y preservación** de saberes, tradiciones y legados artísticos y culturales
- **Participación** constante en eventos socioeconómicos y culturales del municipio
- **Organización** de actividades públicas que vinculan a la población
- Permanente desarrollo de **procesos colaborativos y colectivos**




# 4.2 Brechas, necesidades y retos del sector

# Continúa siendo evidente la **brecha centro-periferia**.

## Ciudades

- Información
- Oportunidades laborales
- Convocatorias
- Incentivos
- Escenarios
- Planta física para desarrollo de eventos
- Talleres de formación, etc.

## Municipios más pequeños o remotos

- Abandono y marginalidad a pesar de su legado en las artes, las culturas y saberes del país
- Ausencia estatal
- Priorización de esfuerzos en ciertos eventos o prácticas (p. ej. festivales reconocidos)
- Falta de apoyo en formulación de proyectos para convocatorias
- Escaso fomento de capacidades de liderazgo entre las y los agentes del sector

# En asociatividad (dentro del sector)

Presencia débil o ausencia de asociaciones, agremiaciones y trabajo en red, lo que dificulta la gestión y redistribución de recursos

- Especialmente en municipios ZOMAC - PDET - Territorios Sonoros y en capitales de departamento
- Necesidad en ciudades principales es distinta: fortalecer procesos asociativos existentes para garantizar justicia social y económica en el sector



Capacidades en asociatividad **son desiguales** en los territorios.

# Barreras para la asociatividad (dentro del sector)

- Desconocimiento del marco legal
- Burocracia en el proceso
- Predominancia del individualismo por sobre el colectivismo
- Competencia desleal en el sector
- Reducida asignación y ejecución presupuestal a nivel territorial
- Espacios participativos o gremios monopolizados por industrias o sectores más formalizados y politiquería

**El sector requiere…**

- ✓ Asesoría y capacitación en herramientas jurídicas y administrativas para la creación de asociaciones y agremiaciones
- ✓ Apoyo en la resolución de conflictos emergentes
- ✓ Mecanismos de identificación de necesidades particulares y rutas de acción específicas para cada contexto (p. ej., censos locales)
- ✓ Mecanismos de integración entre los y las agentes del sector
- ✓ Espacios de trabajo en red: no como unión formal entre iniciativas, sino como instancias de participación en la vida pública del sector.

# Relaciones y sinergias fuera del sector

## Actores de la comunidad

- Los mejores aliados: familia, amigos, comunidad
- Rol positivo en:
  - ✓ Sostenibilidad del sector (iniciativas de autogestión y consecución informal de recursos)
  - ✓ Fortalecimiento del sector (red de apoyo, acompañamiento permanente)
  - ✓ Visibilización y valoración del sector (divulgación por voz a voz, redes sociales; consumo de productos y servicios, etc.)

## Actores institucionales

- Débil articulación del sector con otros sectores económicos
- Relacionamiento conflictivo o distante con los entes territoriales
- Algunas entidades, sin embargo, figuran como buenos aliados

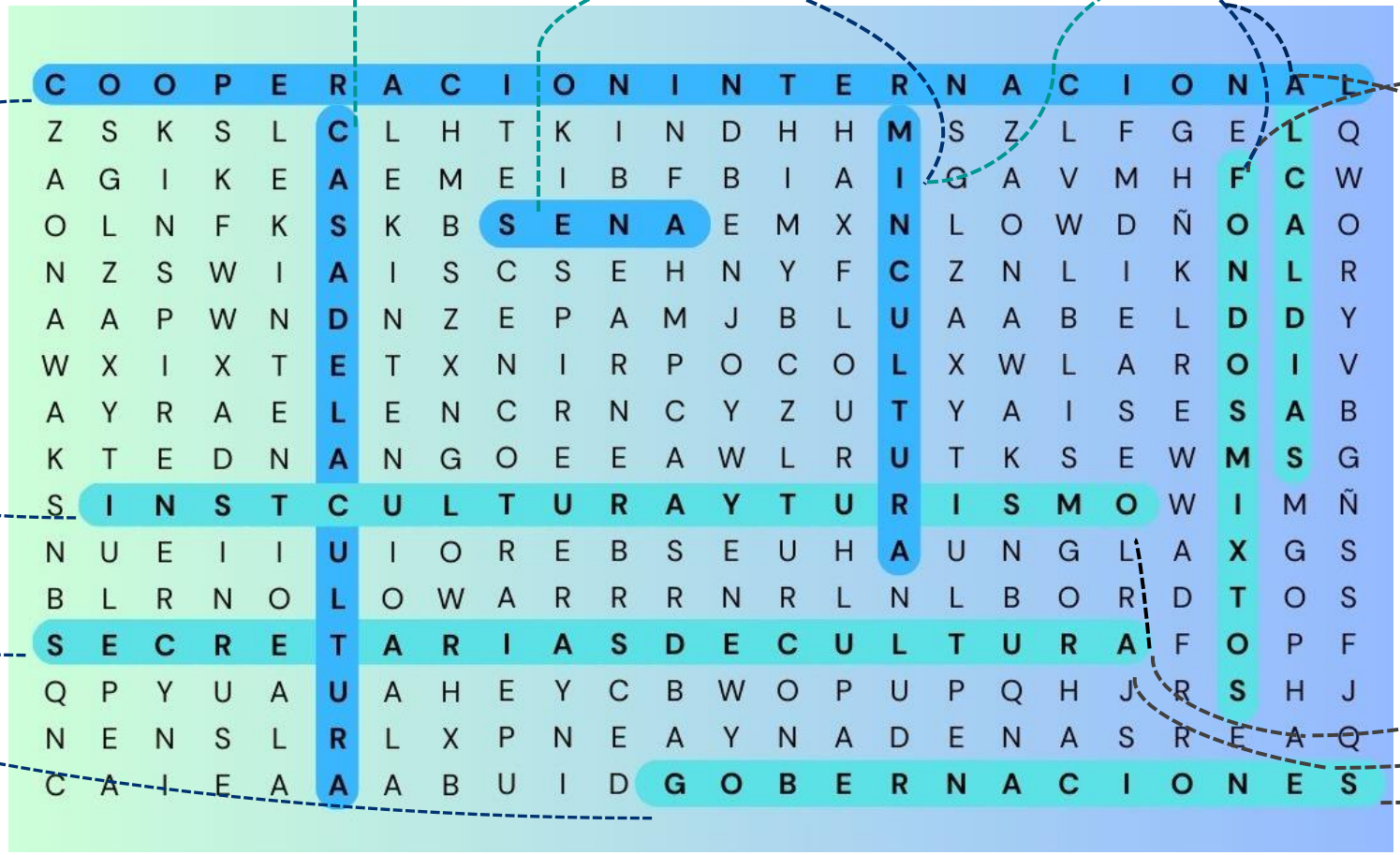
**Relación estrecha entre sostenibilidad y asociatividad**: sin unión, alianzas o agremiaciones, el sector no es sostenible.

# Relaciones con aliados institucionales

Ofrecen oportunidades de formación y capacitación accesibles y de calidad en todo tipo de municipios y ciudades

Ofrecen oportunidades de financiación a través de fondos concursables

Bajo apoyo al sector o influido por intereses políticos de turno o por politiquería



# En sostenibilidad

## Sostenibilidad económica

- Ausencia de política pública para el sector que garantice la calidad de vida de sus miembros y fortalezca su quehacer
- Baja asignación presupuestal en municipios ZOMAC-PDET al sector artístico-cultural

## Sostenibilidad social y cultural

Necesidad de:

- Fortalecer procesos de memoria colectiva para que las nuevas generaciones se apropien de saberes y quehaceres y se mantengan en el tiempo
- Formación, cualificación y actualización de las y los agentes en diferentes campos para mejorar su situación económica y poder vivir del quehacer artístico y cultural

## Sostenibilidad ambiental

- Ciudades principales y capitales de departamento: mayor diálogo entre sostenibilidad medioambiental y prácticas culturales y/o artísticas
- Reto: alianzas entre sector artístico-cultural y turismo para beneficio económico mutuo, teniendo como eje articulador la sostenibilidad medioambiental.

# En fortalecimiento

## Preocupante escasez o ausencia de:

- Recursos financieros para mantener una agenda permanente
- Infraestructura y espacios aptos para muestras o eventos culturales de gran convocatoria
- Conocimiento y herramientas en planeación y gestión de eventos, formulación de proyectos y gestión de recursos
- Escuelas de formación y talleres con recursos adecuados en los municipios ZOMAC - PDET - Territorios Sonoros

## Precarización laboral de los y las agentes del sector

- Han tenido que dedicarse al "rebusque"
- Dificultades para vivir dignamente de su arte



# En fortalecimiento



## El sector requiere…

### Establecer o consolidar alianzas permanentes con actores institucionales

- Con instituciones educativas, para acercar servicios de educación formal y no formal a la población
- Con el sector privado y organismos internacionales, para el fortalecimiento económico

### Vigilar la ejecución de recursos a nivel territorial

- Hacer veeduría desde Mincultura
- Establecer mecanismos de veeduría ciudadana

### Crear un directorio o base de datos de los y las agentes del sector, tanto a nivel nacional como local, al que ellos/as puedan acceder

# En visibilización y valoración

## Es uno de los mayores retos del sector.

En todos los territorios, se perciben dificultades en la valoración y visibilización del trabajo en las economías populares de las artes, las culturas y los saberes.



### Invisibilización histórica

Se ha desconocido el rol de los y las agentes en campos diferentes al entretenimiento (p. ej., construcción de paz, preservación de la memoria y la cultura, etc.)

### Brechas y retos diferenciales

**Poblaciones indígenas:** relación difícil con la institucionalidad - escasa valoración de saberes ancestrales - barreras lingüísticas y culturales para relacionarse en igualdad de condiciones

**Población LGBTIQ+:** estigmatización impide reconocimiento y redistribución de las ganancias sociales y económicas de las labores - discriminación de parte de entes territoriales

**Población en discapacidad**: bajo acceso a recursos públicos y conocimiento de convocatorias - altos niveles de asociatividad, en relación con población general

# En visibilización y valoración

## El sector requiere…

### Formación de audiencias y públicos

- Crear y fortalecer audiencias que consuman, valoren y aprecien las artes y las culturas, en plural, a lo largo y ancho del país.

### Formación en uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación

- Para llegar a más y nuevas audiencias, no solo a nivel nacional (redes sociales, publicidad, nuevos formatos de divulgación).

### Creación de plataformas y espacios digitales y físicos para la divulgación y el encuentro

- Que sean incluyentes y accesibles.



### Ruta específica para poblaciones diferenciales

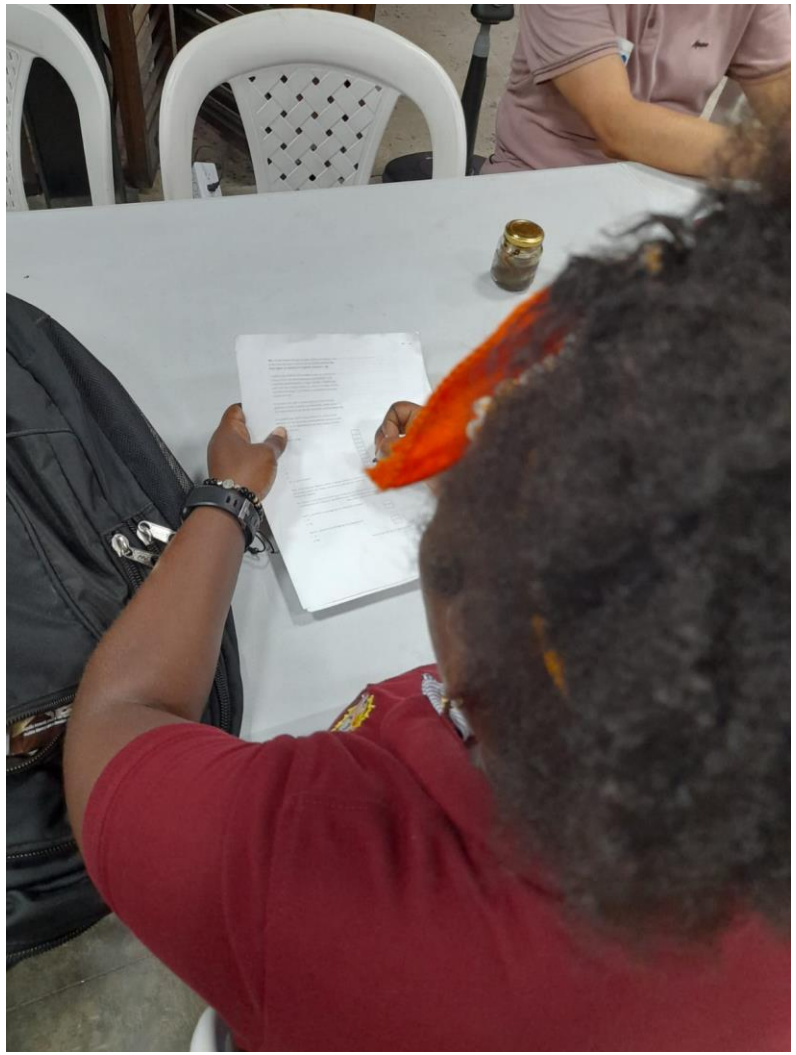
- Conociendo previamente y en profundidad sus características, necesidades, retos y brechas, desde sus dimensiones individual, colectiva y territorial

# 5. **Mesa de profundización:** casos Tibú, Leticia y Tumaco

 © Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas

# Tumaco, Nariño





 © Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas

# Tibú, Norte de Santander





 © Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas

# Leticia, Amazonas





 © Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas

# 6. **Preguntas y comentarios del público**

 © Ipsos | Caracterización de agentes de la Economía Popular - MinCulturas

# ¡GRACIAS!