



OPORTUNIDADES DE EMPLEO Y EMPRENDIMIENTO EN EL CARNAVAL DE NEGROS Y BLANCOS DE PASTO





“ A los cultores, artesanos y personas que participan de este Carnaval por permitir, día a día, con su trabajo conservar nuestras tradiciones y hacer posible esta magna representación de cultura, arte, tradición y región ”



El empleo
es de todos

Mintrabajo





OPORTUNIDADES DE EMPLEO Y EMPRENDIMIENTO EN EL CARNAVAL DE NEGROS Y BLANCOS DE PASTO

ALCALDÍA DE PASTO

Pedro Vicente Obando Ordóñez
Alcalde

Nelson Leytón
Secretario de Desarrollo Económico

UNIVERSIDAD DE NARIÑO

Carlos Solarte Portilla
Rector

Guido Pantoja
Decano Facultad de Ciencias Económicas y
Administrativas

Julio César Riascos
Director Centro de Estudios
de Desarrollo Regional (CEDRE)

PROGRAMA DE NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO PNUD

Arnaud Peral
Director de País

Oliverio Huertas Rodríguez
Coordinador Nacional - Proyecto Red ORMET

Álvaro Darío Pabón Rojas
Coordinador Territorial Proyecto Red ORMET

GOBERNACION DE NARIÑO

Camilo Romero
Gobernador

CAMARA DE COMERCIO DE PASTO

Fidel Díaz Teherán
Presidente ejecutivo

ENTIDADES ALIADAS ORMET- NARIÑO

Ministerio del Trabajo
Gobernación de Nariño
Alcaldía de Pasto
SENA Regional Nariño
DANE Seccional Pasto
Cámara de Comercio de Pasto
Cámara de Comercio de Ipiales
Caja de Compensación Familiar de Nariño
Asociación Colombiana de Micros,
Pequeñas y Medianas Empresas – ACOPI - Nariño
Universidad de Nariño

EQUIPO DE INVESTIGACIÓN

Andrés Antonio Cerón Arteaga Eduardo Vicente Ruano Rosero
Alejandra Santacruz

Apoyo administrativo
Daniela Roa

Fotografías: Luis Ponce - Andrés Cerón

ISBN: 978-958-48-6295-2

AGRADECIMIENTOS

ARTESANOS

Modalidad Carroza
Maestro Holman Darío Cabrera
Maestro Hernán Alfredo Narváez
Maestro Leonard Augusto Zarama
Maestro José Vicente Revelo
Modalidad carroza no motorizada
Maestro Roberto Reinaldo Jojoa,
Maestro Edwin Fernando Ramos
Maestro Ricardo Arbon Lagos
Modalidad Murga
Maestro Fabio Jaramillo
Maestra Adriana Isabel Guevara
Modalidad Disfraz Individual
Maestro José Mauricio Guerrero
Maestra Dayra Cristina Benavides
Maestro Carlos Andrés Pantoja Argoti
Maestro Bernardo de Jesús
Maestro Luis Guillermo Cortes
Maestro Ricardo Arturo Caicedo
Maestro Juan Carlos Flores Muños
Modalidad comparsa
Maestra Libia María Solarte
Maestro Diego Muñoz Rosero
Maestro Cesar Peregrino Barba López
Maestro Ricardo Elmer Narváez
Colectivos Coreográficos
Maestro José Luis Rodríguez, Colectivo Ciudad de Pasto
Maestro Jairo Andrés Ruiz, Colectivo Soy Nariño.

EMPRESAS

ICOTALLA.
Pintupasto
Almacén Moderno
Ferretería Ferrobaldy.

GREMIOS

COTELCO
Cámara de Comercio

"Esta publicación se financió con recursos de la Alcaldía de Pasto".



CONTENIDO

	Página
PRESENTACIÓN	11
INTRODUCCIÓN	14
1 METODOLOGÍA DEL ESTUDIO	15
2 CONTEXTUALIZACIÓN	17
2.1 Municipio de Pasto	18
2.2 Historia del Carnaval de Negros y Blancos	19
2.3 CICLO DE LA FIESTA DEL CARNAVAL DE NEGROS Y BLANCOS	20
2.3.1 Pre-Carnaval	21
2.3.2 Carnaval	22
2.4 Modalidades de Participación	23
2.5 Organización del Carnaval	23
2.6 Reconocimiento del carnaval como patrimonio cultural inmaterial de la humanidad	24
3 PERFIL Y PERCEPCIONES DE LOS ESPECTADORES DEL CARNAVAL	25
3.1 Preferencias y percepción de los locales	26
3.2 Perfil y características del turista	32
3.2.1 Organización del viaje y motivación para el mismo	33
3.2.2 Disfrute del carnaval	33
4 IMPACTO SOCIAL Y ECONÓMICO	37
4.1 Empleo generado	38
4.1.1 Dinámica la informalidad en actividades de preparación de alimentos y comercio durante el Carnaval	40
4.1.2 Caracterización de la Actividad	45
4.2 Actividades económicas dinamizadas	50
4.3 Impacto económico del Carnaval	54
4.3.1 Efecto Directo	55
4.3.2 Efecto Indirecto	56
4.3.3 Efectos Inducidos	56
5 OPORTUNIDADES DE EMPLEO Y EMPRENDIMIENTO.	59
5.1 Modelo de emprendimiento y empleabilidad para el Municipio de Pasto en torno al Carnaval de Negros Y Blancos.	60
5.2 Emprendimientos y estrategias de empleabilidad categorizados por línea estratégica	63
5.3 Descripción de las oportunidades de empleo y emprendimientos en torno al Carnaval de Negros y Blancos	63
6 CONCLUSIONES	78
7 REFERENCIAS	82
8 ANEXOS	83

LISTA DE GRÁFICAS

- Gráfica 1 Número de veces que asistió al Carnaval en los últimos 5 años (%)
- Gráfica 2 Asistencia por evento (%)
- Gráfica 3 Lugares que frecuenta en época de Carnaval
- Gráfica 4 Percepción del impacto social del Carnaval de Negros y Blancos (%)
- Gráfica 5 Medio de transporte más utilizado para desplazarse a los eventos del Carnaval (%)
- Gráfica 6 Recomendaciones para mejorar el servicio de transporte en época de Carnaval (%)
- Gráfica 7 Principal razón por la cual se dificulta conseguir alimentación en época de Carnaval (%)
- Gráfica 8 ¿Dónde prefiere adquirir los alimentos que consume cuando asiste a los eventos del Carnaval? (%)
- Gráfica 9 Nivel de satisfacción del servicio de alimentación en época de Carnaval (%)
- Gráfica 10 ¿Qué clase de souvenirs adquirió?%
- Gráfica 11 Actividad actual de los turistas
- Gráfica 12 Organización del viaje
- Gráfica 13 Acompañantes del turista por número de personas y grupos de edad (%)
- Gráfica 14 Tipo de alojamiento utilizado por el turista (%)
- Gráfica 15 Medio de transporte más utilizado por el turista para llegar a los eventos (%)
- Gráfica 16 Otros sitios turísticos de visita (%)
- Gráfica 17 Formas de organización del viaje
- Gráfica 18 Número de ocupados en torno al Carnaval de Negros y Blancos de Pasto, 2011 - 2016
- Gráfica 19 Impacto en el empleo según sexo al año 2016 (ocupados)
- Gráfica 20 Impacto en el empleo según parentesco con el jefe de hogar en el 2016. (Ocupados)
- Gráfica 21 Nivel educativo de los ocupados en el Carnaval de Negros y Blancos 2016 (Ocupados)
- Gráfica 22 Informalidad de los ocupados del Carnaval de Negros y Blancos de Pasto. 2016.
- Gráfica 23 Ocupados del Carnaval de Negros y Blancos por ramas de actividad. 2016.
- Gráfica 24 Oficios de los ocupados del Carnaval de Negros y Blancos de Pasto. 2016.
- Gráfica 25 Trabajadores informales según sexo (%)
- Gráfica 26 Nivel educativo trabajadores informales
- Gráfica 27 Nivel educativo por sexo trabajadores informales (%)
- Gráfica 28 Jefe de Hogar por Sexo trabajadores informales
- Gráfica 29 Residentes permanentes en Pasto trabajadores informales
- Gráfica 30 Estrato de la vivienda en la que vive
- Gráfica 31 Tipo de vivienda
- Gráfica 32 Tipo de alojamiento donde se hospeda
- Gráfica 33 Ciudad de residencia actual trabajadores informales
- Gráfica 34 ¿En años anteriores había trabajado en Pasto?
- Gráfica 35 ¿Hace cuánto tiempo se dedica a esta actividad?
- Gráfica 36 ¿Por qué se dedica a esta actividad?
- Gráfica 37 Horas al día dedicadas a esta actividad
- Gráfica 38 Dedicación a la actividad económica
- Gráfica 39 Principales productos/servicios ofrecidos



- Gráfica 40 Adquisición de mercancía
- Gráfica 41 Personas del Hogar que se dedican a la misma actividad
- Gráfica 42 Tipo de estación de trabajo
- Gráfica 43 Valor Ventas Diarias
- Gráfica 44 Detalle del rango de 0 a 100.000. (76,26%)
- Gráfica 45 Valor de ventas generadas en temporada de Carnaval
- Gráfica 46 Detalle del rango de 0 a 100.000. (76,26%).
- Gráfica 47 Dificultades para el desarrollo de la actividad
- Gráfica 48 Requisitos para mejorar las condiciones de la actividad
- Gráfica 49 Distribución de los efectos inducidos del Carnaval de Negros y Blancos 2016 por rama de actividad económica. (%)

LISTA DE TABLAS

	Página
Tabla 1 Bienes o servicios no encontrados por el turista en Carnaval (%).....	58
Tabla 2 Edad Trabajador Informal (%).....	65
Tabla 3 Ingresos Corpocarnaval 2016 según fuente de financiación	94
Tabla 4 Gasto	94
Tabla 5 Efecto Directo	95
Tabla 6 Efectos inducidos por Rama de Actividad.....	96
Tabla 7 Impacto económico estimado del Carnaval de Negros y Blancos 2016. (Pesos y porcentajes).....	97
Tabla 8 Emprendimientos según línea estratégica.....	104
Tabla 9 Oportunidades de empleo y emprendimientos en torno al Carnaval de Negros y Blancos	105









PRESENTACIÓN

Con los primeros destellos de cada nuevo año, la ciudad se viste de fiesta, se disfraza de insospechados fulgores, danza, místicos cantos acompañados de historias de taitas, de campesinos trabajadores y enamorados, de la sangre indígena bajo la intensidad de un sol immaculado que irradia promesas y ensueños, que escribe versos que exaltan la belleza de la mujer guerrera e inteligente que, con aplomo organiza el día a día vislumbrando el futuro en la mirada de los niños que corren felices, que juegan bajo la espuma y el talco, que ofrecen su sonrisa y su amistad sin restricciones, sin desconfianzas donde todos son amigos, donde nadie es extraño, donde no importa el color, el género, la raza o condición social, donde por fin, la humanidad se descubre a sí misma como hermana.

El carnaval es más que una fiesta, más que un evento, más que una bitácora de la memoria histórica de un pueblo, más que la cultura y la identidad de los ancestros, es más que la poesía y el regocijo, más que una leyenda, más que una carroza o un cuento, más que una comparsa, más que una tradición, el carnaval es el futuro, es la familia, es la juventud, es la promesa, es el sueño, es la morada donde siempre habrá un espacio para el extranjero, es amistad, es música, es alegría, el carnaval es pueblo.

Pero el disfraz, el baile, la máscara, la amistad y las sonrisas son fruto de un esfuerzo, constituyen apenas el efecto de una tarea de mayúsculas voluntades, es la resistencia a la tristeza pese a las dificultades de ingreso y de empleo, es la adversidad derrotada de artistas que trabajan con em-

peño y amor en la obra, sin pretensiones económicas, es la batalla de los informales de continuar sin tregua un camino de supervivencia. El carnaval nos enseña varias realidades, varios rostros y sentimientos y en estas páginas el lector descubrirá tan solamente algunos aspectos asociados a la ocupación de aquellas personas que con esfuerzo y humildad participan en la fiesta con su trabajo, población en su mayoría vulnerable que se hace un espacio, que en medio de la ceremonia percibe la formidable fiesta desde la óptica de los pobres de Baudelaire, personas sencillas que no han contado aún sus historias porque sobrevienen como una sombra tímida en medio de la multitud.

En estas páginas se proyectan intermitencias cuantitativas de una realidad mucho más compleja, se pretende describir aquello que necesita ser estudiado con más atención por parte de la sociedad, se invocan en una primera aproximación los obstáculos y las dificultades del pueblo en medio de la grandeza multicolor del carnaval, se arrojan alternativas ambiciosas a propósito de una realidad específica con la esperanza de que el espectador pueda no solo contemplar la obra que aparece ante sus ojos a primera vista, porque lo que interesa aquí es el trasfondo, la realidad que se oculta, la que nos cuenta historias que también necesitan ser expresadas para enfrentar con una sonrisa los retos y posibilidades que entraña el futuro.

Julio Cesar Riascos
Director Centro de Estudios de
Desarrollo Regional







INTRODUCCIÓN

El presente estudio tiene el objetivo de identificar las oportunidades de empleo y emprendimiento en torno al Carnaval de Negros y Blancos de Pasto, considerando que esta fiesta atrae gran cantidad de turistas a la vez que moviliza a los nariñenses en torno a ella. Asimismo, este evento anualmente, dinamiza varias actividades económicas como: el comercio, el sector hotelero, transporte, restaurantes, industria, entre otros y genera oportunidades de ingresos para la población de escasos recursos en la localidad de Pasto.

El documento cuenta con cinco capítulos básicos que incluyen, primero, la metodología utilizada en la recolección, procesamiento y tratamiento de la información; segundo, una breve contextualización del Carnaval, que permite dar a conocer al lector las principales características y manifestaciones de esta fiesta cultural.

El tercer capítulo analiza el perfil y las percepciones que tienen los espectadores del Carnaval, tanto locales y turistas sobre la fiesta.

En un cuarto capítulo se estima el impacto social y económico del Carnaval de Negros y Blancos en el contexto de Pasto, analizado desde variables como la generación de empleo y aporte a la economía local; capítulo que se complementa con el estudio de la dinámica informal en las actividades de comercio y venta de alimentos, y una breve descripción de las actividades económicas que se dinamizan con su organización y desarrollo.

Utilizando la información de los capítulos precedentes, la investigación plantea un último capítulo, en el que se expone la propuesta de un modelo de emprendimiento y empleabilidad para Pasto en torno al Carnaval de Negros y Blancos, que se espera oriente la acción de los entes territoriales en el aprovechamiento de las oportunidades que genera esta fiesta alineado al Plan Especial de Salvaguardia del Carnaval de Negros y Blancos de Pasto -PES-.



1. METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

Para el desarrollo del estudio se consultaron diversas fuentes de información secundaria como tesis, informes de investigación, páginas web y documentación especializada, que se complementaron con el levantamiento de información primaria a través de consulta a expertos y la aplicación de tres formatos de encuesta dirigidos a residentes en Pasto, Turistas y ocupados informales en las actividades de comercio y venta de alimentos (Anexo 1. Fichas técnicas). La aplicación de los cuestionarios a turistas e informales fue desarrollada por la Secretaría de Desarrollo Económico de la Alcaldía de Pasto.

Para la estimación del impacto en el empleo se tomó como referencia el mes de septiembre de 2015 y el mes de enero de 2016 de la Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) del DANE¹, bajo los supuestos que esta ocupación es de carácter temporal (trabajo reciente, menor a un mes) en las categorías ocupacionales: escultores, pintores, músicos, comerciantes, vendedores, cocineros, hilanderos, sastres, entre otros, y que el empleo generado por el Carnaval en el mes de Septiembre, especialmente, el relacionado con las actividades de industria y recreación, se con-

serva durante los meses de Octubre, Noviembre y Diciembre.

El impacto económico contempló el método costo – beneficio, complementado con el análisis IO (Input – Output). La estimación de los costos que requiere el evento se obtuvo mediante la ejecución presupuestal desagregada de Corpocarnaval del año 2016; mientras que la estimación de los beneficios consideró los efectos directos, indirectos e inducidos.

El diseño del modelo de emprendimiento y empleabilidad, surge a partir de los resultados obtenidos durante la investigación y la articulación de las opiniones recolectadas a través de entrevistas a expertos, entre ellos cultores, docentes investigadores universitarios, asesores de cultura municipal, funcionarios de Corpocarnaval y demás personas que han estado vinculadas en los procesos de organización, fomento, participación y reconocimiento de la fiesta ante la UNESCO; empresas proveedoras de insumos, materiales y servicios utilizados por los cultores en la elaboración de sus obras y por Corpocarnaval en la organización de la fiesta.

¹ Para el cálculo del impacto en el empleo se tuvo en cuenta el mes de enero de cada año comparado con el mes de septiembre del año inmediatamente anterior.





2. CONTEXTUALIZACIÓN

2.1 MUNICIPIO DE PASTO

El Municipio de Pasto, capital del Departamento de Nariño, se encuentra ubicado al sur de Colombia, en la región centro-oriental de los Andes, tiene una extensión de 1.128,4 Km², de los cuales 26.4 Km² corresponden al área urbana. Limita al norte con los Municipios de Taminango y San Lorenzo, al oriente con el Municipio de Buesaco y el Valle de Sibundoy en el Departamento de Putumayo, al sur con el Municipio de Córdoba y al Occidente con los Municipios de el Tambo, la Florida y Tangua. Tiene una temperatura promedio de 12 -13°C.

En la antigüedad fue conocida con los nombres de Villaviciosa de la Provincia de Hatunllacta, Villaviciosa de la Concepción, Villaviciosa de Pasto, Villa de Pasto y San Juan de Pasto. Se dice que este último se le dio en homenaje a la princesa doña Juana, hermana del rey Felipe II, quien firmó los documentos que concedieron el título a la ciudad. Es una de las ciudades más antiguas de América y de Colombia. Por el espíritu combativo de sus moradores, en el siglo XIX se la llamó “La Leona de los Andes”; la Vendée Americana, “donde el amor al rey y la fidelidad a Castilla llevó a extremos de sublime heroísmo”. Posteriormente la “Ciudad Teológica”. En la actualidad lleva el calificativo de la “Ciudad Sorpresa”²

Durante la época de la Confederación Granadina, desde la presidencia de Mariano Ospina Rodríguez y la guerra de 1860 organizada por el general Tomas Cipriano de Mosquera, hasta el año de 1862, la ciudad de Pasto fue designada capital provisoria de la Confederación. El respectivo Decreto dispuso: “El Presidente de la Confederación Granadina, en uso de la autorización que le concede el artículo 40 de la ley 30 de abril de 1859 para trasladar provisoriamente, en caso de grave turbación del orden general, la capital de la Confederación al lugar que las circunstancias indiquen como conveniente, decreta: Artículo único. Designase para los efectos legales la ciudad de Pasto, como capital provisoria de la República.

Dado en Pasto, a 26 de julio de 1862. Leonardo Cana. El secretario de gobierno, Sergio Arboleda”.

Por su fidelidad monárquica, una vez obtenida la independencia de España, sufriendo las consecuencias tanto económicas como políticas de una prolongada guerra perdida y sumado a su situación geográfica, Pasto se mantuvo aislada configurándose una actitud conservadora, tradicionalista y de ensimismamiento cultural con respecto al resto del país.

Hasta inicios del siglo XX, la ciudad se caracterizó por ser ordenada y relativamente homogénea, pero con el paso del tiempo y especialmente a mediados de este siglo, atraviesa un proceso de expansión y transformación no planificadas, lo que trajo como consecuencia un crecimiento desordenado, un déficit de zonas verdes, de espacio público y una gran pérdida de patrimonio histórico y arquitectónico³.

San Juan de Pasto es una ciudad cuenta con diversos atractivos urbanísticos, gastronómico, culturales, posee una tradición religiosa representada en sus iglesias y templos con una arquitectura antigua e imponente proveniente de la época colonial y es capaz de ofrecer cofres de arte, oleos, tallas en madera, composiciones de vitrales, entre otros elementos que resaltan una ciudad de grandes sorpresas. (Experiencia Colombia). La cultura pastusa y nariñense más importante y reconocida a nivel nacional e internacional es la celebración del Carnaval de Negros y Blancos⁴. Evento cultural que se celebra del 2 al 6 de enero de cada año, donde se muestra la auténtica manifestación del sentimiento del pueblo nariñense.

Con relación a su población, el DANE estima que el municipio cuenta para el 2017 con 450.815 habitantes, de los cuales el 83% reside en el área urbana y el resto de la población se asienta en los 17 corregimientos del área rural.

La dinámica económica del municipio se caracteriza por una participación relevante del sector terciario, el predominio de la informalidad, el empleo de baja calidad y un alto nivel de desempleo; principalmente

2 Pérez, V. (octubre de 2008). Banco de la Republica, Actividad cultural. Recuperado el 22 de febrero de 2017, de Credencial Histórica San Juan de Pasto: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/revistas/credencial/octubre2008/pasto.htm>

3 Fierro, C. (agosto de 2014). Universidad del Vale. Recuperado el 22 de febrero de 2017, de Carnaval de Negros y Blancos, turismo y transformaciones urbanas en la Ciudad de San Juan de Pasto: <http://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/10893/7609/1/0508700-p-14-s.pdf>

4 El 30 de septiembre de 2009 fue declarado “Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad” por el comité de la UNESCO



de la población joven – especialmente de las mujeres. Por lo tanto, su actividad económica es poco dinámica en comparación con ciudades como Cali, Bogotá, Medellín, entre otras. En efecto, la participación del Municipio de Pasto en el PIB nacional fue en promedio de 0,8% en el periodo 2006 y 2010⁵.

2.2 HISTORIA DEL CARNAVAL DE NEGROS Y BLANCOS

Reconstruir la historia del Carnaval de Negros y Blancos ha sido un proceso de participación activa de los actores involucrados en este y que continuamente a través de diferentes investigaciones arroja datos de interés que aportan a su mejor comprensión. En el esfuerzo por proteger la esencia ancestral y cultural de la fiesta, el consejo de Salvaguardia del Carnaval documentó una perspectiva de la historia del Carnaval, que este estudio retoma a continuación.

<<El Carnaval de Negros y Blancos de Pasto es reconocido como un patrimonio cultural sur-colombiano, que otorga identidad al departamento de Nariño. Este carnaval se sitúa fuera del calendario tradicional de los carnavales de todo el mundo, enmarcados por las fiestas paganas y cristianas en el período de Cuaresma o de la primera luna llena en primavera. La definición más general del carnaval es la de la fiesta al revés, o la del mundo invertido que expresa la necesidad de la psiquis individual y colectiva de romper con las formas y expresiones reguladas por la racionalidad establecida.

En Pasto, como en todo el Sur Occidente, el carnaval está íntimamente ligado a las fiestas andinas ancestrales, a las que posteriormente se integraron tradiciones europeas y africanas. Es durante la última semana de diciembre y sobre todo la primera de enero que el Carnaval de Negros y Blancos toma sus mayores expresiones, en especial los días 4, 5 y 6 de enero.

Sus orígenes ligados a la lucha de los esclavos negros por su libertad, en el siglo XVII, tiempo de la colonia española. El día 5 de enero, la población de esclavos negros celebraba “un día de libertad” y se lanzaba a

las calles a revivir su música africana; en un gesto que expresaba su anhelo de igualdad tiznaban con carbón a los blancos que encontraban a su paso. La alegría de la fiesta que desde entonces se le llamó la “fiesta de los negritos” contagió a los blancos que en muchas oportunidades participaron en la celebración.

A finales del siglo XIX nuevos sectores sociales como el campesinado y los artesanos se integraron al carnaval para jugar un papel fundamental en la producción manufacturera. En este contexto aparece el 6 de enero como “el día de los blanquitos”, día en que los artesanos de las carrozas participan desde 1920 con toda su creatividad y su trabajo manual plasmados en grandes esculturas de papel.

De esta manera se trenzan en este escenario de fiesta la identidad indígena, la hispánica y la afroamericana: “Tres son los componentes del Carnaval Andino de Negros y Blancos de San Juan de Pasto: a) El componente indígena precolombino, ritualidades agrarias y cósmicas al inti (sol), a la quilla (luna), al cuichig (arcoíris); b) El componente hispánico: teatro, personajes, íconos y costumbres; c) El componente afroamericano: el juego de la “pintica” que presenta su foco cultural en el Antiguo Cauca.” (Muñoz, 1998: 207)

“El carnaval de Pasto, con la inagotable imaginación de sus artesanos, cultiva unos valores en los que se manifiestan los aspectos de la vida local, consolida la esencia de la identidad regional, oxigena la cultura, nutre procesos creativos, propicia comportamientos lúdicos, perfecciona aptitudes, desarrolla actitudes, particulariza un saber - hacer manual, ofrece placer y goce, motiva la participación, convoca al otro yo inhibido, despierta el subconsciente colectivo y fortalece el espíritu humano, con base en el ejercicio de la libertad, la transgresión de normas, el derrumbamiento de tabúes y la admisión de excesos, en el contexto de un ritual en el que aflora la esencia misma de la vida.” (Zarama, 2000: 49)

El carnaval se ha convertido en el acontecimiento cultural más trascendente del suroccidente colom-

⁵ Red ORMET. (2012). *Diagnostico socioeconómico y del mercado de trabajo - Ciudad de Pasto*. Pasto: Editorial Universitaria - Universidad de Nariño. Obtenido de *Diagnostico socioeconómico y del mercado de trabajo - Ciudad de Pasto*.

biano, en él convergen una multiplicidad de expresiones populares, la participación de propios y visitantes tienen como escenario principal el juego y el espacio público. La inclusión, alegría, respeto, solidaridad, sentido del humor y la libertad, son referentes que marcan diferencias frente al evento, espectáculo o feria, donde el consumo y el placer privado es fundamental.

A partir del mes de diciembre se percibe la actividad en apuestas lúdicas de las en el juego de Aguinaldos y fiestas navideñas. El corpus de la fiesta está precedido de actividades de ambientación festiva para su realización.

Etapas del Carnaval en su Historia.

- **Origen la fiesta** asociada a la libertad de los esclavos y la riqueza de las culturas afros durante la época de la Colonia (minería y esclavitud hasta 1854)

- **La Fiesta de los Negritos**, el día 5 de enero se propaga, llega al sur occidente y se consolida en algunas regiones como Nariño y Cauca, en Pasto la celebración toma asiento principal por ser corredor de paso y comercial hacia el sur y occidente

- **1920 – 1937:** Aparecen los artesanos y los carros alegóricos “carrozas”, el día de blancos 6 de enero, se incluye la Familia Castañeda el 4 de enero y Pericles Carnaval, Festividades estudiantiles y reinados

- **1937 - 1947:** Se introduce el juego del agua el 28 de enero, las Murgas, 1939 los concursos por modalidades

- **1948 – 1958:** Bicicletas y motos en las expresiones alegóricas, aparece el “movimiento mecánico en los motivos del carnaval” Maestro Zambrano. Tres tendencias artísticas: Fantasía – creación, representación costumbrismo y folclor regional

- **1959 – 1969:** Afirmación cultural local en las temáticas y evocaciones propias “lo típico” y lo po-

pular. El 31 de diciembre, la sátira, crítica y buen humor se incluye a la fiesta

- **1970 – 1980:** Referentes de la cultura popular y temas de la historia social y económica de la época (oro, petróleo, pobreza), se consolidan los días de la fiesta

- **1980 – 2000:** Se consolidan los días del carnaval y pre carnaval, aparecen nuevas tendencias estéticas y artísticas “el simbolismo” Maestros Ordoñez y aumentan las dimensiones de las esculturas de los carros alegóricos “carrozas”. Una nueva modalidad de músicos y danzantes de la cultura andina, hacen su aparición Indoamericanos con 500 integrantes (Colectivos Coreográficos).

Se crea la primera organización de los artesanos y artistas del Carnaval ASOARCA. Se ratifica la necesidad de un ente organizador del Carnaval durante todo el año.

- **2000 – 2010:** El carnaval crece y se proyecta en los ámbitos regionales, nacionales y mundiales; se adquiere el reconocimiento nacional y mundial como de PCIH. Se introducen nuevas técnicas de dinámica y movimiento a las carrozas, y aparecen nuevas formas de modelado y soportes a los motivos, como el icopor, fibra de vidrio y espumas. Aparece el primer ente de carácter mixto que organiza el carnaval, se avanza en las reglamentaciones de las modalidades y acreditaciones. Se construye el Plan Especial de Salvaguardia con participación ciudadana, con distintos sectores y artistas del carnaval>>.⁶

2.3 CICLO DE LA FIESTA DEL CARNAVAL DE NEGROS Y BLANCOS⁷

El Carnaval de Negros y Blancos de Pasto se compone de dos fases, la primera denominada “Precarnaval”, comprendida entre el 28 de diciembre y el 2 de enero, y la segunda “Carnaval”, entre el 3 y 6 de enero. A continuación, se hace referencia a cada uno de los días de la fiesta:

6 MINISTERIO DE CULTURA Y ALCALDIA DE PASTO. Plan Especial de Salvaguardia del Carnaval de Negros y Blancos de Pasto. Documento de sustentación. Julio de 2010. http://www.pasto.gov.co/index.php/informes-de-gestion/informe-de-gestion-2011/category/100-comunicaciones?download=1932:documento_ejecutivo_pes

7 Con base en información de CORPOCARNAVAL. <https://www.carnavaldepasto.org/>

2.3.1 PRE-CARNAVAL

- **Día de los inocentes (28 de diciembre)**

Actividad carnavalesca que se desenvuelve en el “juego de los inocentes”, o también llamado día de los Santos Inocentes, que se reconoce como el momento de la purificación colectiva; en un principio estaba representado por bromas, chanzas, tomaduras de pelo y todo tipo de juegos con elementos de identidad y posteriormente dio paso al llamado juego del agua en imitación a las costumbres carnavalescas del vecino país del Ecuador.⁸

En la actualidad, esta práctica es reprochada por sus repercusiones contra el medio ambiente, razón por la cual en 1996 se instaura como acto alterno un tour en Bicicleta y, por iniciativa de estudiantes vinculados a la facultad de artes de la Universidad de Nariño se crea el proyecto “Arcoíris en el asfalto”⁹, como un acto de libre expresión artística que congrega a la comunidad en la calle del legendario barrio El Colorado y que actualmente, debido a su gran acogida, se ha extendido por algunos otros barrios de la ciudad.

Este día se ha reconocido en el Plan de Salvaguardia como un día de recuperación ambiental y prácticas deportivas, ecológicas y artísticas y prohíbe, mediante decreto, el uso del agua para el juego.

- **Desfile de años viejos (31 de diciembre)**

En este día se adelanta en la senda del carnaval el desfile de años viejos, en el que se representa de manera satírica, a través de motivos (muñecos y pequeñas carrozas) elaborados de manera artesanal, los principales hechos del año y críticas a personajes de la vida social y política del país y del municipio.

Las representaciones van acompañadas, generalmente, de un texto denominado “testamento” cargado de ironías, que se reparten a los espectadores a lo largo del desfile. Los creadores de los mejores muñecos, reciben premios en efectivo y el motivo ganador es quemado en la Plaza del Carnaval al terminar el

día, en medio del festejo popular, que generalmente organizan las autoridades municipales para recibir el año nuevo.

- **Ofrenda a la Virgen de las Mercedes y Carnavalito (2 de enero).**

A primera hora de la mañana de este día, los habitantes del municipio, especialmente de la zona rural, convergen en romería a la Iglesia de Nuestra Señora de las Mercedes, ubicada en el centro de la ciudad, para ofrendarle flores, productos de la tierra y renovar su consagración anual a la Virgen, proclamada como Gobernadora de Pasto.

Lo que comenzó como un juego de niños imitando a sus mayores, donde se recrea el desfile del día de Blancos, se ha convertido en un evento con identidad y dinámica propia dentro de las fiestas de Negros y Blancos.

Desde hace unos 40 años en este día los niños realizan su propio desfile de carrozas y motivos a pequeña escala, concebidos y elaborados por ellos mismos, lo que puede entenderse como la iniciación en la actividad artesanal y artística del carnaval de las nuevas generaciones.



8 CORPOCARNAVAL. Plan especial de salvaguardia del carnaval de negros y blancos de Pasto. Pág.5. Disponible en: http://www.pasto.gov.co/index.php/informes-de-gestion/informe-de-gestion-2011/category/100-comunicaciones?download=1932:documento_ejecutivo_pes

9 CORPOCARNAVAL. Disponible en: <http://carnavaldepasto.org/?q=28-de-diciembre>



Como evento complementario, se desarrolla un concierto de música Rock denominado “Rockcarnaval”, como un espacio de encuentro de las nuevas generaciones de artistas, con el que se busca promover las propuestas locales que existen en torno a este género musical.

Otro evento que se lleva a cabo en este día es el festival del cuento pastuso, que inició en los años 70 como un concurso, cuyos finalistas tenían la oportunidad de presentarse en los tablados y clubes de la ciudad, para luego convertirse en un espectáculo donde se invita a humoristas del centro del país, que en un mano a mano con los humoristas locales brindan momentos de risa y descanso a la comunidad que se reúne en la plaza central de la ciudad (Plaza de Nariño).

- **Desfile Colectivos Coreográficos (3 de enero)**

El crecimiento en el número de grupos participantes (danzantes, murgas) en el desfile magno y la gran atracción de los colectivos coreográficos obligó a la organización, desde finales de la década de los 90 y comienzos de la década del 2000 a crear, el 3 de enero, un desfile llamado “Colectivos coreográficos”, donde diversos grupos, cada uno conformado por centenares de músicos y danzantes, recorren en dirección contraria al resto de desfiles, la senda del carnaval para culminar la tarde en el estadio Libertad donde muestran su coreografía completa a los espectadores.

El colorido y lo llamativo de los colectivos, ha ocasionado que, a pesar de ser uno de los eventos instaurados recientemente en el Carnaval, sea uno de los más visitados por locales y turistas, cabe resaltar que los motivos de los disfraces y bailes de este desfile son principalmente andinos y rescatan las culturas ancestrales e indígenas del departamento de Nariño.

2.3.2 CARNAVAL

- **La Familia Castañeda (4 de enero)**

Este evento la fiesta de apertura del Carnaval, es un homenaje que efectúa la ciudad a sus visitantes rescatando el sentido de hospitalidad y fraternidad en la cultura nariñense, los participantes del desfile se

expresan artísticamente y combinan el teatro con la música en un espectáculo para el recuerdo, sus trajes son una representación de los tiempos pasados en la ciudad de Pasto, el personaje central -Pericles Carnaval- que viste con traje europeo de tiempos antiguos, con sombrero de copa y smoking, abre el carnaval haciendo lectura del bando. Otros personajes son los cusillos personas vestidas con trajes de fique, desfilan por la senda espantando la tristeza y el frío y representan los monos, símbolo de los pueblos andinos.

En las estampas de este día también ocupan un lugar importante las manifestaciones de las culturas campesinas representadas por los corregimientos del municipio a través del Colectivo Rural.

- **Fiesta de Negros. Juego de Identidad (5 de enero).**

El 5 de enero es el día que dio origen al Carnaval y expresa la diversidad y libertad como valores fundamentales de las culturas afro en su aporte a la riqueza cultural del país. Este día inicia con el desfile de las comunidades afrodescendientes, quienes exhiben su música enriquecida de marimbas, cununos, tambores, guasás y danzan con la alegría que caracteriza a esta cultura, a lo largo del día las personas desarrollan el juego (la pintica) mediante el uso del cosmético de color negro.

- **Día de Blancos. Desfile Magno (6 de enero).**

Se considera el día más importante de la fiesta, puesto que se lleva a cabo el Desfile magno, donde los artesanos y cultores presentan sus obras máximas (carrozas, coreográficos, murgas, comparsas, entre otros.) y se congregan a lo largo de la senda miles de espectadores, quienes durante el desfile juegan con talco, cosmético y carioca, como principales elementos de juego.

Este desfile se enriquece con las técnicas multicolores de las diversas modalidades (disfraz individual, colectivos coreográficos, comparsa, murgas, carroza motorizada y no motorizadas), que desfilan por la senda del carnaval y alegran con su colorido y música. Se ha tratado siempre de conservar el uso de materiales y técnicas tradicionales en la elaboración de los diferentes motivos como el papel encolado,



engrudo, papel maché, arcilla, sin embargo, los jóvenes artesanos han venido incluyendo nuevas técnicas y materiales de modelado como el icopor, la fibra de vidrio y espuma, tal como lo refiere uno de los proveedores de estos materiales en el municipio, que han sido aceptados por el comité técnico por su bajo peso, disponibilidad en el mercado, mayor resistencia a la intemperie y mejor acabado de los motivos.

Este evento se complementa con la organización de eventos alternos, como los tablados de orquestas que se ubican en varias plazas de la ciudad y donde hay presentaciones de artistas nacionales e internacionales de diversos estilos musicales que se extienden hasta las 2 de la madrugada del 7 de enero.

2.4 MODALIDADES DE PARTICIPACIÓN.¹⁰

El Carnaval de Negros y Blancos tiene diferentes manifestaciones culturales de gran fuerza expresiva, intención estética e inspiración alegórica; dentro de las modalidades de participación representativas están:

- **Disfraz Individual:** representación carnavalesca ejecutada por un solo individuo, quien personifica con su disfraz, gestos, movimientos y actitudes personajes del ámbito local, nacional o universal. El disfraz lo constituye el personaje mascarón o motivo del carnaval.

- **Comparsa:** constituido por un grupo no menor de 7 participantes danzantes quienes portarán sobre sí figuras carnavalescas, máscaras, mascarones, ele-

mentos que van integrados entre el tema, vestuario y movimiento con un máximo de 20 personas.

- **Murga:** grupo conformado por un mínimo de ocho y un máximo de veinte músicos, el límite de integrantes es de 22, la murga se desplaza animando al público, interpretando en su mayoría música nariñense.

- **Colectivo Coreográfico:** grupo de músicos y danzantes que recrean las temáticas andinas, conformado por un número que oscila entre 60 y 250 máximo, quienes realizan coreografías durante el recorrido.

- **Carroza no motorizada:** composición escultórica y alegórica elaborada con técnicas tradicionales y contemporáneas, su construcción debe contener mínimo 50% del procedimiento tradicional del papel encolado. Los motivos recrean mitos, leyendas, personajes o pasajes de la historia y la cultura regional, nacional y universal.

- **Carroza:** carro alegórico, composición escultórica de grandes dimensiones elaborada tradicionalmente con papel, cartón, engrudo, cola y yeso, pintura y otros materiales como icopor, resinas y fibra de vidrio. Recrea con su composición y movimientos mitos, leyendas, personajes o pasajes de la historia y la cultura regional y global.

2.5 ORGANIZACIÓN DEL CARNAVAL

En sus inicios el Carnaval de Negros y Blancos era organizado por Juntas cívicas creadas por decreto, unos

¹⁰ Con base en el documento. PLAN ESPECIAL DE SALVAGUARDIA DEL CARNAVAL DE NEGROS Y BLANCOS DE PASTO JULIO DE 2010 Documento ejecutivo.

En file:///C:/Users/direccion1/Downloads/documento_ejecutivo_pes.pdf

días antes de empezar esta fiesta, muchas de ellas eran conformadas por funcionarios y representantes del orden municipal y departamental, acompañadas por organizaciones e instituciones civiles y militares.

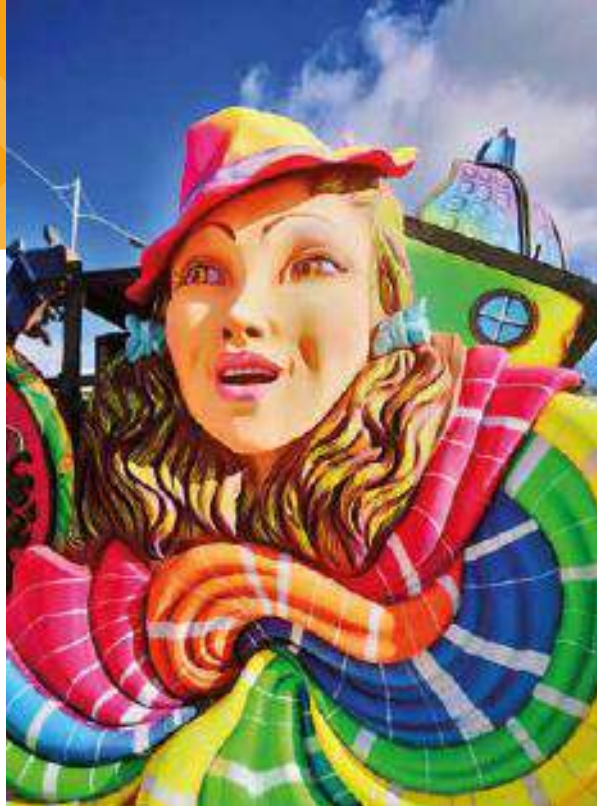
En la actualidad, la organización de esta fiesta Magna está bajo la responsabilidad de Corpocarnaval, creada en el año 2005, mediante acuerdo del concejo municipal de Pasto, como una entidad de carácter mixto que preside el Alcalde, cuya junta directiva está integrada por Alcaldía de Pasto, Universidad de Nariño, Gobernación de Nariño, Consejo Municipal de Cultura, Asociación de Artistas del Carnaval ASOARCA, Caminantes del Carnaval, Cámara de Comercio, FENALCO, Pasto Deportes y Alkosto. La Asamblea se encuentra integrada por los miembros de la Junta, Fondo Mixto de Cultura y Empresa Metropolitana de Aseo de Pasto EMAS. La gerencia es nombrada por el Alcalde, a partir de una terna que propone la Junta.¹¹

Para la organización de esta fiesta, Corpocarnaval cuenta con un presupuesto proveniente del Ministerio de Cultura, la Gobernación de Nariño, Alcaldía de Pasto y recursos propios.

Para el año 2016, el presupuesto de Corpocarnaval ascendió a \$ 6.159.438.071 cuyas fuentes de financiación fueron: el Municipio de Pasto con el 40,5%, el Ministerio de Cultura con el 32,5%, y el 27% corresponde a la gestión comercial de esta corporación..

2.6 RECONOCIMIENTO DEL CARNAVAL COMO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE LA HUMANIDAD

El Congreso de Colombia expide la Ley número 706 en noviembre de 2001 y declara al Carnaval como Patrimonio Cultural de la Nación, posteriormente el Ministerio de Cultura, mediante resolución número 1557 del 24 de septiembre de 2007, declaró el Carnaval de Negros y Blancos como bien de Interés Cultural de la Nación y, finalmente el 30 de septiembre de 2009, fue declarado por la UNESCO como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad (PCIH).

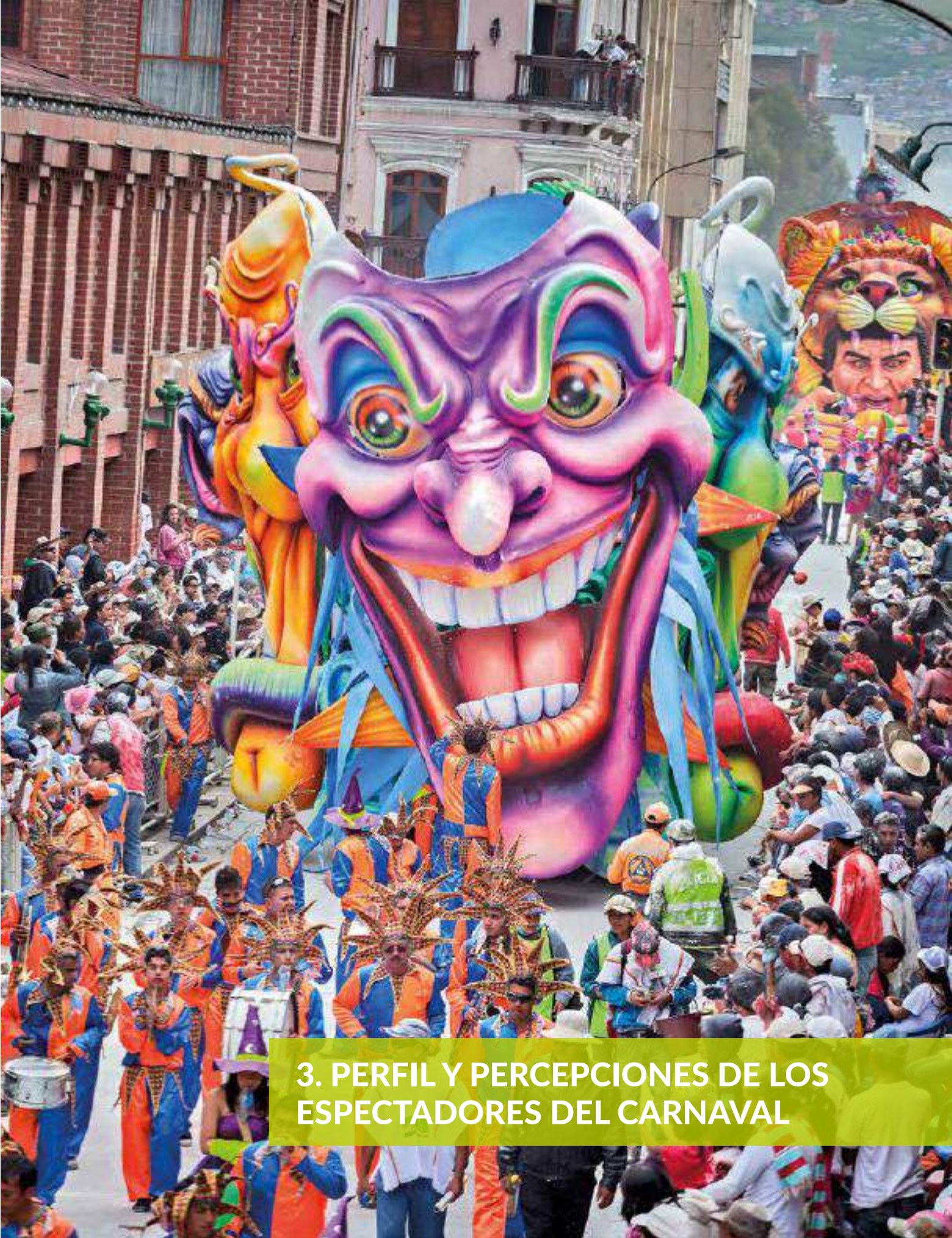


El PCIH está conformado por los usos, prácticas, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas – junto con los instrumentos, objetos, artefactos, espacios culturales y naturales que le son inherentes –, así como por las tradiciones y expresiones orales, incluidas las lenguas, artes del espectáculo, usos sociales, rituales y actos festivos, conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo, y técnicas artesanales, que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos, reconocen como parte integrante de su patrimonio cultural. El PCI se transmite de generación en generación y es recreado constantemente por las comunidades en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto por la diversidad cultural y la creatividad humana (Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Inmaterial de la Unesco, París, 2003).¹²

En pro de la protección y la salvaguardia del Carnaval como patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, se formula participativamente en el año 2010 el Plan Especial de Salvaguardia del Carnaval de Negros y Blancos de Pasto, cuyo objetivo se enfoca en “fortalecer las comprensiones, procesos y acciones del patrimonio del Carnaval de Negros y Blancos de Pasto, consolidando una perspectiva de cultura como ser vivo y dinámico, que empodere a los ciudadanos para garantizar la protección colectiva de su mayor riqueza humana, social, económica y cultural”.

¹¹ PLAN ESPECIAL DE SALVAGUARDIA DEL CARNAVAL DE NEGROS Y BLANCOS. DE PASTO JULIO DE 2010 Documento ejecutivo

¹² PCI. Tomado de Corpocarnaval - <https://www.carnavaldepasto.org/index.php/patrimonio/definiciones/patrimonio-cultural-inmaterial-pci>



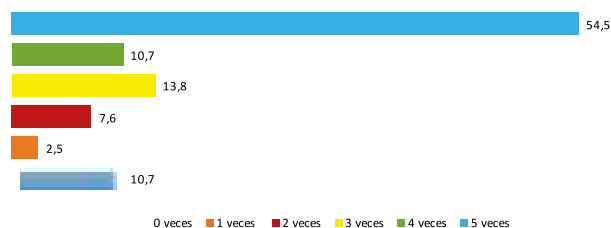
3. PERFIL Y PERCEPCIONES DE LOS ESPECTADORES DEL CARNAVAL

En el presente capítulo se analiza los resultados obtenidos de la realización de dos formatos de encuesta que se aplicaron a residentes y turistas, con el fin de identificar el perfil de los espectadores y conocer las percepciones que estos tienen sobre el Carnaval.

3.1 PREFERENCIAS Y PERCEPCIÓN DE LOS LOCALES

Según los resultados de la investigación el 88% de los encuestados permanece en Pasto para época de Carnaval, y aunque se encuentren en la ciudad no todos participan de la fiesta, un 11% no ha asistido desde hace 5 años por diversas razones, algunas de ellas son: porque no les llama la atención (23,7%), les molesta el polvo o el ruido (23,7%) y no existe innovación (18,4%), exponen otras razones como los motivos laborales (10,5%) y por salud (15,8%), en paralelo, un 54,5% de los encuestados asistió de manera recurrente, durante los 5 últimos años (Gráfica 1).

Gráfica 1 Número de veces que asistió al Carnaval en los últimos 5 años (%)

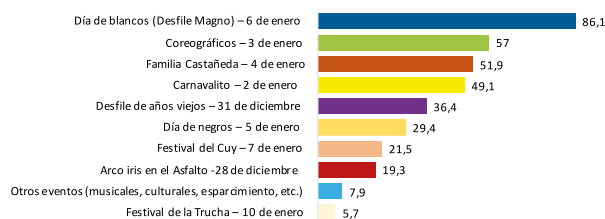


Fuente: Encuesta a residentes de Pasto. Este estudio

El Desfile Magno del 6 de enero es el evento que más atrae a la población, le sigue en importancia el desfile de Colectivos Coreográficos o Canto a la Tierra, que se introduce en el carnaval recientemente, desde el año 2000, sin embargo, ha conseguido atraer al público local y turista por el colorido de los disfraces, las coreografías de sus danzantes y la música andina como epicentro del desfile. También se señala que el día de Negros no tiene una gran acogida por el público en general, lo que evidencia, “una crisis profunda y una falta de claridad en su apropiación, significación y proyección”¹³, esto debido a

que la organización lo ha venido desarrollado desde la perspectiva de eventos alternos como la presentación de orquestas y grupos musicales en los diferentes tablados, que no tienen que ver con su “esencia identitaria y su significado ritual”¹⁴, convirtiéndolo solamente en un espectáculo. Por lo tanto, es importante replantear por parte de la organización el tratamiento que se le viene dando, que debería, incluso, estar al nivel organizativo del 6 de enero donde se exhiban las expresiones tradicionales e históricas de esta fecha, desde su nacimiento.

Gráfica 2 Asistencia por evento (%)



Fuente: Encuesta a residentes de Pasto. Este estudio

Eventos nuevos se han introducido en el Carnaval con el fin de incentivar la producción agropecuaria local, el festival del cuy y la trucha se han organizado a partir de los últimos 5 años y han conseguido una buena acogida por parte de locales y turistas, así lo confirman los resultados de la encuesta, un 21,5% del total de encuestados locales asiste al evento del Festival del Cuy y disfrutan de la gastronomía tradicional y la música de orquestas locales y nacionales contratadas por la Alcaldía del Municipio.

El Carnavalito es otro suceso que atrae gran cantidad de gente, el 49,1% del total de encuestados afirma que asiste a este evento; como se mencionó en el capítulo 1 de la contextualización. Este desfile tiene dentro de sus principales objetivos iniciar a los niños en el arte de la elaboración de las carrozas, transmitir las tradiciones ancestrales y motivar la participación en el carnaval de las próximas generaciones.

“32 años como participante del Carnaval, pero desde niño a sus 7 años, involucrado, adquiriendo esta pa-

¹³ PES del Carnaval de Negros y Blancos de Pasto. Disponible en: <http://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Documents/Patrimonio/05-Carnaval%20de%20Negros%20y%20blancos%20de%20Pasto%20-%20PES.pdf>. Consultado: 16 de febrero de 2017.

¹⁴ Ibid. Pág. 15



sión, el amor por la fiesta, la música, los trajes, el colorido, su primer sentir y sus primeras experiencias”

*Maestro Leonard Augusto Zarama Córdoba
(Modalidad Carroza)*

“35 años participando en el Carnaval, pero involucrado desde niño por mi padre, quien participó por 62 años, y se continúa manteniendo el legado de generación en generación”.

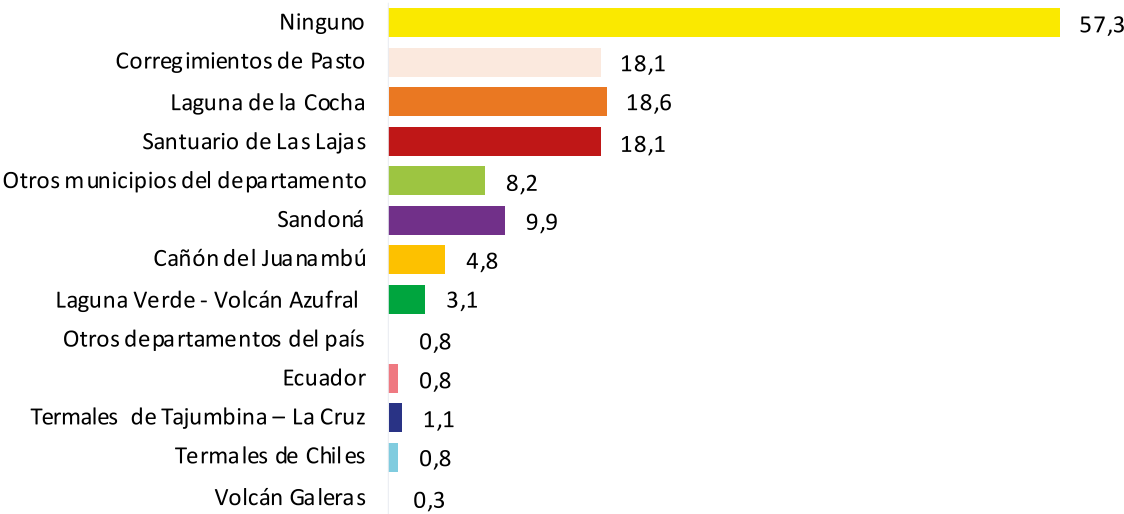
*Maestro Hernán Alfredo Narváez Muñoz
(Modalidad Carroza)*

Dentro de las principales motivaciones que encuentra la población encuestada para asistir al carnaval están: la diversión y esparcimiento (51,3%), observar

el arte o los espectáculos (19,6%) o porque hace parte de su tradición y cultura (15,5%).

El 42,7% de la población encuestada aprovecha la época de Carnaval para visitar otros sitios turísticos del Departamento y del Municipio, algunos con el fin de acompañar a turistas y muchos utilizan estos días para viajar ya que no acostumbran a asistir a todos los eventos del carnaval. Entre los principales lugares están: los corregimientos de Pasto (18,1%), la Laguna de la Cocha (18,6%) y Santuario de Las Lajas (18,1%). Lo anterior reafirma que el Carnaval es un evento cuyo impacto económico se extiende a otras regiones del Departamento e incluso a otros departamentos del país.

Gráfica 3 Lugares que frecuenta en época de Carnaval



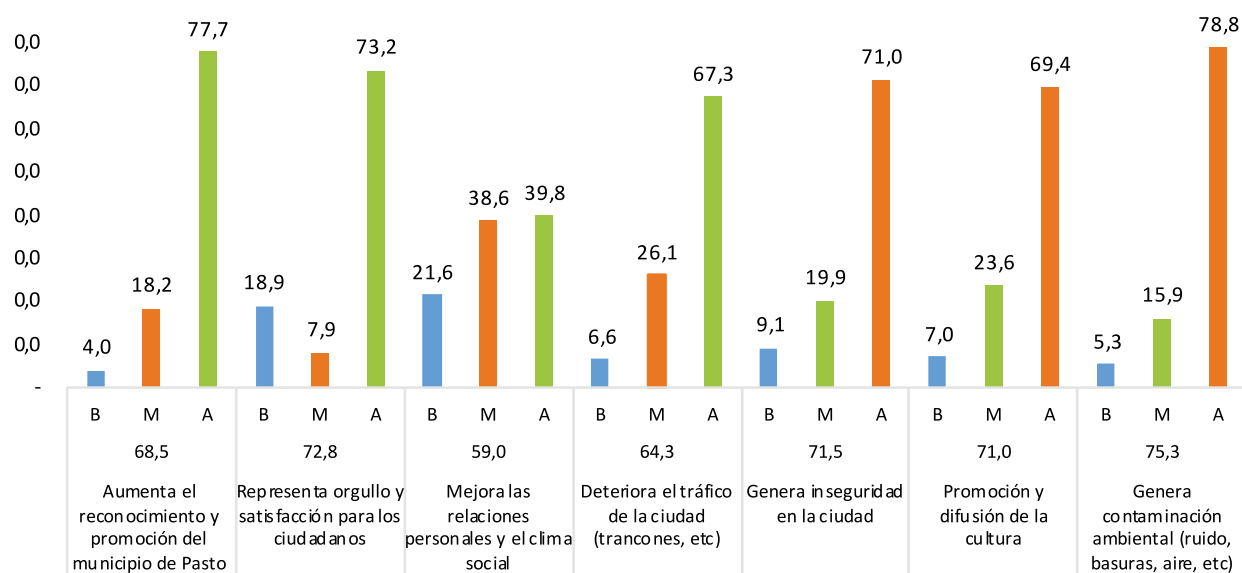
Fuente: Encuesta a residentes de Pasto. Este estudio

Cuando se indaga sobre el hospedaje de los turistas, el 17% de los encuestados manifiestan haber hospedado turistas en su vivienda, y de ellos, más de la mitad, hospeda en promedio de 2 a 4 turistas, solamente un 3,3% ha hospedado más de 10 turistas.

Un 68,5%, de los encuestados, manifiesta que el carnaval aumenta el reconocimiento y promoción del municipio, un 72,8% considera que representa orgullo y satisfacción para los ciudadanos; el 71%

opina que es un buen medio para la promoción y difusión de la cultura de los nariñenses; sin embargo, la comunidad percibe que el Carnaval no solo genera impactos positivos como los mencionados anteriormente, también produce efectos negativos como la Inseguridad (71,5%), deterioro del tráfico de la ciudad (64,3%) y contaminación ambiental como el ruido, basuras, contaminación del aire (75,3%). La mayoría coincide en que los impactos (positivos o negativos) son de alto nivel.

Gráfica 4 Percepción del impacto social del Carnaval de Negros y Blancos (%)



Fuente: Encuesta a residentes de Pasto. Este estudio

El 66,5% del total de encuestados opina que el Carnaval dinamiza la economía del municipio y un 70,5% refiere que aumenta el empleo. Sin embargo, un bajo porcentaje de la población encuestada tiene la percepción de que el turismo antes y después del carnaval se incrementa, solo el 47% piensa que el turismo se dinamiza antes del 28 de diciembre, mientras un escaso 10% cree que se incrementa después del 6 de enero, además la mitad de la población percibe que las ventajas económicas que trae el carnaval se concentran en unas pocas personas o empresas.

Existen también opiniones negativas respecto al impacto económico del Carnaval, donde un 57,8% de encuestados considera que en esta época se incrementa el precio de los bienes y servicios, un 33,5 opina que hay especulación y escasez de oferta y un 33,6% piensa que muchos negocios se ven obligados a cerrar, lo cual les genera pérdidas en su actividad. Las opiniones están divididas en cuanto al nivel de impacto.

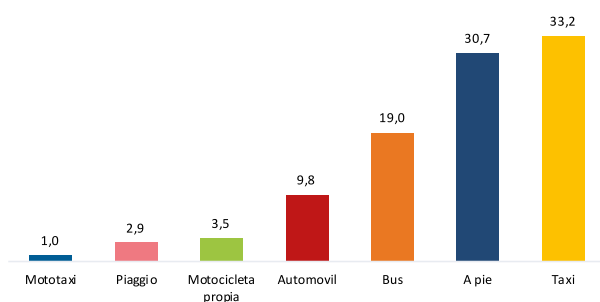
Con respecto a la disponibilidad de transporte en época de Carnaval, el 81,6% de las personas con-

sultadas manifestaron que se les dificulta conseguir transporte y consideran que se debe a la escasez de vehículos en esas fechas, especialmente el 6 de enero (46,9%); que los transportadores no quieren ir al destino y que no están disponibles las rutas de bus que normalmente salen a la ciudad. Otra de las razones que sostiene un 9% de la población encuestada es que la mayoría de personas asiste a los eventos en grupo, los transportadores públicos (taxi) no prestan el servicio por falta de capacidad del automóvil y también argumentan que algunos transportadores se aprovechan de la ocasión y suben el precio de la tarifa de forma exagerada.

El principal medio de transporte utilizado por los asistentes a los eventos es el taxi (33,2%), también un gran porcentaje (30,7%) se transporta a pie, para lo cual se refieren algunas razones como la comodidad, el cierre de las calles, la congestión vehicular y escasez de sitios de parqueo seguros cerca a la senda del carnaval; sin embargo, esta situación se ha convertido en la oportunidad para el desarrollo del juego con talco y carioca durante el desplazamiento de los espectadores a los desfiles y ha contribuido

a la recuperación de las calles como escenarios del juego, logrando que el ciudadano se convierta en protagonista y participante activo del carnaval y no limitado a ser espectador de los desfiles en la senda y de las orquestas en los tablados.

Gráfica 5 Medio de transporte más utilizado para desplazarse a los eventos del Carnaval (%)



Fuente: Encuesta a residentes de Pasto. Este estudio

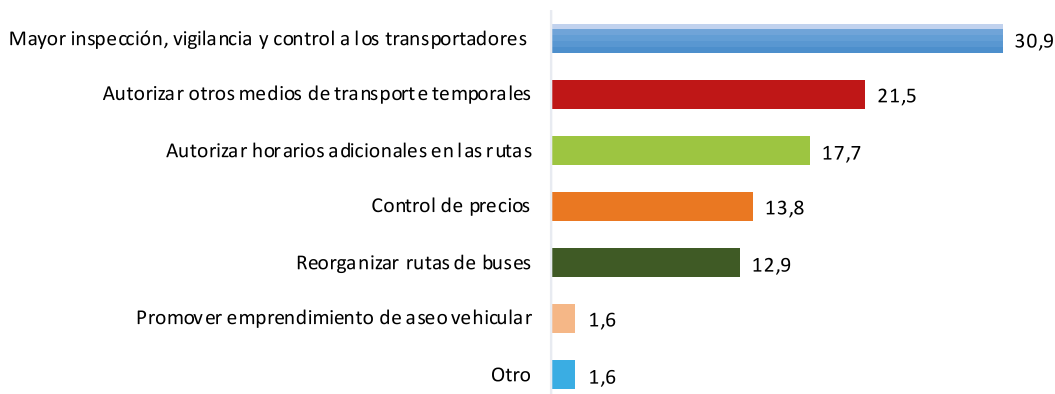
Se resalta que el piaggio¹⁵ se ha convertido en una opción de transporte para la población, no obstante, hay que recordar que esa no es su función normal porque es un transporte de carga, pero la gente ha visto en este una alternativa para movilizarse en época de carnaval, sobre todo cuando se trata de grupos grandes.

En cuanto al gasto per cápita en transporte para asistir a los diferentes eventos del Carnaval, un 20,3% de la población encuestada gasta entre \$60.000 y \$100.000 y un 13% entre \$50.000 y \$60.000; también se ha determinado que un 10,1% no gasta nada en transporte, porque se transportan a pie, viven en sitios cercanos a la senda del carnaval u otros aspectos como la carencia de transporte.

En cuanto al nivel de satisfacción, un 55% de los asistentes al carnaval manifiesta que el servicio es regular y un 26% considera que es malo, por ello cuando se indaga sobre las recomendaciones para mejorar el servicio, los encuestados opinan que es necesario realizar mayor inspección y vigilancia de los transportadores, lo que está acorde con las dificultades que han encontrado para conseguir transporte en esta época, como los altos precios, la escasez de vehículos y que los transportadores no quieren ir al destino.

Otra sugerencia por parte de los encuestados es que las autoridades municipales autoricen, en los días de Carnaval, otros medios de transporte (21,5%), lo que representa una oportunidad de emprendimiento para los dueños de vehículos que cuenten con la capacidad y características adecuadas para la prestación del servicio y, a su vez, una fuente de ingresos para el Municipio por las licencias y permisos que se debería pagar para desarrollar la actividad en estas fechas.

Gráfica 6 Recomendaciones para mejorar el servicio de transporte en época de Carnaval (%)



Fuente: Encuesta a residentes de Pasto. Este estudio

¹⁵ Piaggio: Vehículo público de carga de baja capacidad.

Esto implica que se requiere ampliar y reorganizar los horarios de atención de las diferentes rutas de buses, toda vez que es un tópico que es recomendado por el 30,6% del total de encuestados.

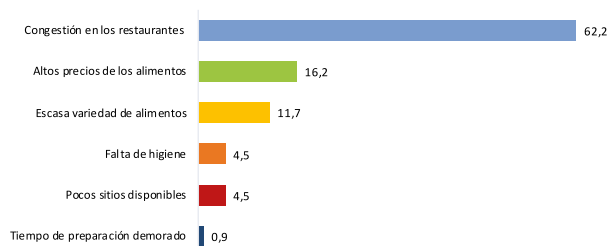
Respecto del tema de la alimentación, un 35% de la población tiene dificultad para conseguir estos productos en época de carnaval, los consultados exponen dentro de las principales causas la congestión en los restaurantes, los altos precios de los alimentos y la escasa variedad.

También se señala que una de las principales actividades que se dinamiza con la realización de esta fiesta es la venta ambulante de comidas rápidas, pero generalmente la preparación adolece de adecuadas prácticas y procedimientos de calidad, por lo que la falta de higiene es uno de los problemas que se exponen por parte de los encuestados (4,5%).

Por otra parte, al carnaval asisten un promedio de 190.560 personas a los principales eventos (3, 4 y 6 de enero), lo cual desborda la capacidad de los establecimientos de comida para la atención de las personas, un 62,2% de los encuestados opina que existe congestión en los restaurantes y un 4,5% afirma que existen pocos sitios disponibles de oferta de alimentos para estas fechas (4,5%).

La disponibilidad de alimentos es un tópico que se debe mejorar, debido a que se evidencia una inconformidad por parte de los encuestados, el 11,7% opina que existe una escasa variedad de alimentos, existe un mercado insatisfecho y que da pie para el desarrollo de nuevos emprendimientos de elaboración y venta de alimentos en carnaval.

Gráfica 7 Principal razón por la cual se dificulta conseguir alimentación en época de Carnaval (%)

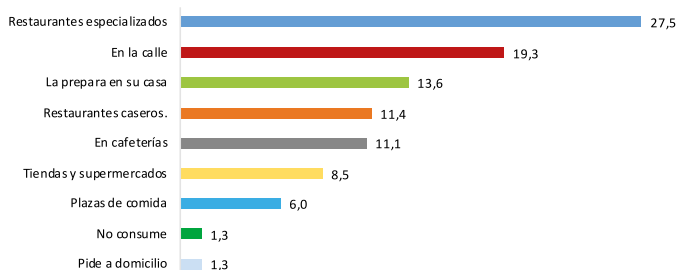


Fuente: Encuesta a residentes de Pasto. Este estudio

Considerando que, los desfiles que hacen parte del carnaval, habitualmente dan inicio en horas de la mañana y se extienden hasta mediados de la tarde, y que los grupos musicales hacen sus presentaciones hasta largas horas de la noche, la mayoría de las personas se encuentran obligadas a consumir algún tipo de alimento y bebida, durante o después de dichos eventos. A continuación se detalla la preferencia de los asistentes en cuanto al consumo de alimentos. Los encuestados optan por las comidas rápidas, un 71,3%, empaquetados (59,5%) y comidas típicas 30,8%.

Las personas que adquieren su comida en restaurantes especializados (27,5%), la preparan en la casa (13,6%), la compran en restaurantes caseros (11,4%) o en cafeterías (11,1%) declaran que lo hacen por higiene, buen servicio y comodidad y los que compran su comida en la calle (19,3%) y en los supermercados (8,5%) lo realizan por el bajo precio, la disponibilidad y la cercanía a los eventos.

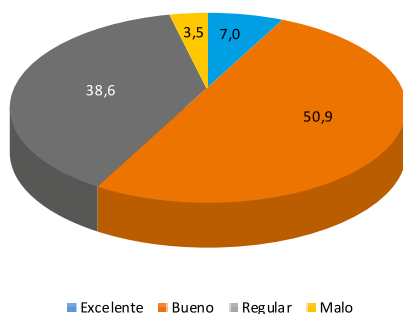
Gráfica 8 ¿Dónde prefiere adquirir los alimentos que consume cuando asiste a los eventos del Carnaval? (%)



Fuente: Encuesta a residentes de Pasto. Este estudio

Aunque los encuestados perciben ciertas dificultades en la adquisición de la alimentación en época de carnaval, la opinión de un poco más de la mitad de las personas consultadas (Gráfica 9) es que el servicio de alimentación es bueno (51%), sin embargo, también es significativo el porcentaje de personas que manifiestan que este servicio es regular (39%), por lo cual se deben tomar los correctivos necesarios, entre ellos, y de acuerdo con la opinión de la gente, prestar más atención y control a la higiene a los establecimientos de expendio de comida (27,6), ampliar la oferta de alimentos mediante el establecimiento de zonas de alimentación (23,1%) y al igual que sucedió con el transporte los encuestados solicitan un mayor control de precios (22,4%).

Gráfica 9 Nivel de satisfacción del servicio de alimentación en época de Carnaval (%)



Fuente: Encuesta a residentes de Pasto. Este estudio

Asimismo, las personas residentes en Pasto opinan que se deberían implementar puntos móviles de comida y capacitar a los expendedores, con el fin de que la comida que suministran cumpla con los estándares de calidad obligatorios.

De otra parte, se consultó a las personas sobre la compra de souvenirs o recuerdos alusivos al carnaval, los resultados indican que el 16,8% han comprado estos artículos.

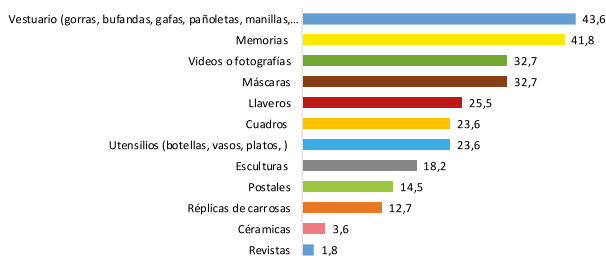
El 83,2% de los encuestados que no han comprado souvenirs no están interesados en adquirirlos, y otros, a pesar de estar interesados, consideran que su precio es muy elevado y sus ingresos no justifican la compra de estos artículos.

También se evidencia se desconoce dónde se comercializan estos productos en el mercado (7,2%).

Los souvenirs que se han adquirido por las personas son principalmente artículos de vestuario, memorias del carnaval, video o fotografías y máscaras, y la mayoría los ha comprado en la calle. Por lo anterior, se entiende que las personas consideran como un recuerdo o souvenir el vestuario que adquieren para el disfrute del carnaval como por ejemplo los ponchos, gorras, pañuelos y bufandas.

Un 12,7% de las personas han comprado réplicas de carrozas que son vendidas por los artesanos para poder subvencionar en algún porcentaje lo invertido en la elaboración de sus productos.

Gráfica 10 ¿Qué clase de souvenirs adquirió?%



Fuente: Encuesta a residentes de Pasto. Este estudio

La preferencia de los encuestados por los souvenirs se inclina por los videos o fotografías, las memorias y las réplicas de carrozas, también son preferidas las obras de arte como los cuadros o esculturas, lo cual se configura como una oportunidad para los emprendimientos culturales que se puedan llevar a cabo en las actividades de la impresión, fotografía, las artes y el diseño. Los resultados también indican que la técnica preferida para los souvenirs es la elaboración a mano (92%), de donde se infiere que las personas valoran mucho la técnica artesanal y relacionan los souvenirs con artesanías y no con artículos de tipo industrial, aunque hay que considerar que un producto de tales características tiene un precio elevado y un extenso tiempo de elaboración.

Con respecto a las artesanías de Nariño, los accesorios de cuero son los más conocidos por los encuestados, seguido de las pinturas, la madera tallada y cerámica, las técnicas menos reconocidas son el

hierro forjado y la talla en piedra; cabe resaltar que el barniz y el tamo son conocidos únicamente por un poco más de la mita de la población, a pesar de que son técnicas que se han difundido y publicitado mucho en el municipio en las diferentes campañas de turismo del departamento.

Cuando se indaga sobre las artesanías que les gustaría adquirir, las respuestas coinciden con el nivel de conocimiento que los encuestados tienen de las técnicas artesanales, por lo tanto, la mayoría opina que les gustaría adquirir accesorios en cuero, cerámicas y pintura.

Un 78,8 de los asistentes al carnaval compran vestuario o accesorios para el carnaval. En cuanto al tipo de artículos se citan con más frecuencia los ponchos, las gafas, los sombreros, tapabocas y pañoletas, lo que tiene que ver con la utilidad de estos accesorios para la protección del cuerpo de elementos del juego como el talco y la carioaca.

3.2 PERFIL Y CARACTERÍSTICAS DEL TURISTA¹⁶

Los turistas que visitan a Nariño y específicamente a Pasto en temporada de fin de año y Carnavales, son atraídos por la riqueza de expresiones culturales, modalidades de participación de artesanos y cultivos o eventos que componen el Carnaval de Negros y Blancos de Pasto. Frente a las limitaciones para un análisis más detallado y profundo, se habla de un perfil promedio desde una perspectiva amplia cubriendo las características mayoritarias del turista¹⁷, y ante todo, incluir la información relevante para cuantificar y cualificar la demanda turística.

En principio, el turista que elige como destino este Carnaval es mayoritariamente nacional (80.4%) el 18.5% proceden de países como: Alemania, Brasil, Canada, España, Francia, Holanda, Italia, Mexico, Francia, Peru, y especialmente Ecuador y Estados Unidos. Ver detalle en anexo 1. De acuerdo con la información suministrada por la Policía de Turismo (2016), anualmente se dan cita en esta fiesta Magna un promedio de 25.000 turistas.

Ilustración 1 Procedencia de los turistas nacionales.

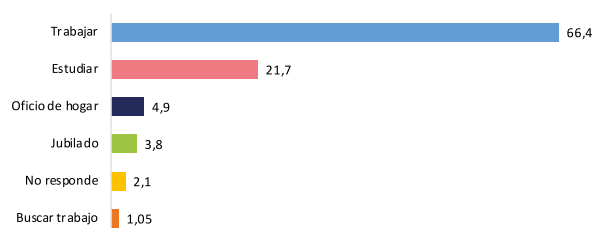


Fuente: Alcaldía de Pasto, encuesta carnavales a turistas 2017.

En referencia a la distribución de los turistas según su sexo, el grupo de encuestados exhibe una ligera inclinación hacia una mayor presencia de los hombres (52,8%). Sin embargo, estas cifras no representan una significación estadística suficiente, que impida hablar de una presencia simétrica de ambos sexos durante la fiesta.

En cuanto a la ocupación del turista, la información recopilada indica una destacada presencia de trabajadores (66,4%) y estudiantes (21,6%), situación que contrasta con la de otros colectivos de personas dedicadas a oficios del hogar, desempleados o jubilados.

Gráfica 11 Actividad actual de los turistas



Fuente: Alcaldía de Pasto, encuesta carnavales a turistas 2017.

¹⁶ Con base en la encuesta a turistas aplicada por la Alcaldía de Pasto en enero de 2017.

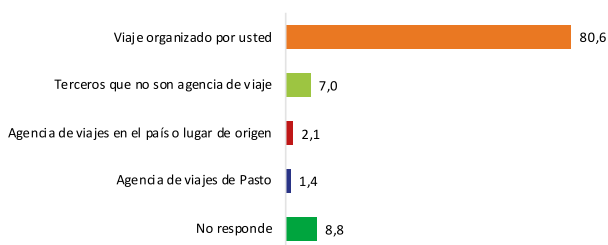
¹⁷ Un visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o Privado en el país visitado. Tomado de <http://www.seti.chubut.gov.ar/publico/pdf/Sancho%20et%20al%20OMT%20Introduccion%20al%20turismo.pdf>

Los turistas encuestados mostraron un predominio del nivel superior de formación (72%), donde se encuentran estudiantes o profesionales en ejercicio. En un segundo bloque de caracterización, se encuentran las personas con una formación de técnico y tecnológico (16%), secundaria (11%) y primaria (1%).

3.2.1 ORGANIZACIÓN DEL VIAJE Y MOTIVACIÓN PARA EL MISMO

Cuando se indagó al Turista sobre la forma en que organizó su viaje a, el mayor porcentaje (80,6%) refiere haberlo hecho por sí mismo, lo que indica, la baja asistencia de terceros, tal como lo refieren otros estudios¹⁸. Esta situación se sustenta, entre otros aspectos, por el grado de información que el turista posee de la región y su autonomía para organizar su viaje.

Gráfica 12 Organización del viaje



Fuente: Alcaldía de Pasto, encuesta carnales a turistas 2017.

También se detectó que las principales razones por las cuales el turista hace presencia en Pasto en periodo de Carnaval; el 43,7% tienen una motivación directa de hacer presencia en los eventos de Carnaval; situación que estaría asociada a periodos vacacionales de diciembre y fin de año de estudiantes y trabajadores. Otras motivaciones, en orden descendente son: la visita a amigos (33,5%), conocer la ciudad (10,5%), por ocio y diversión (7,3%), entre otras.

Cuando se indaga sobre el medio por el cual el turista conoció del Carnaval, la principal referencia indicada es a través de amigos y familiares (60,9%), lo que devela en su contraparte que los medios como el internet (15,6%), la televisión (12,8%) u otras formas de comunicación, no revisten gran relevancia



para transmitir la oportunidad que representa el Carnaval como destino turístico.

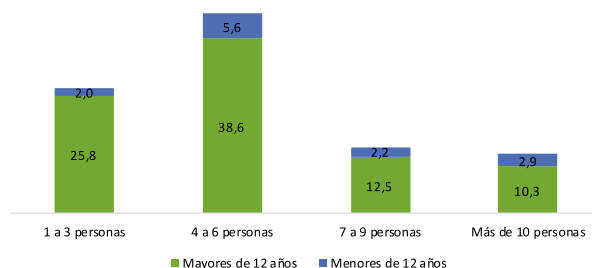
3.2.2 DISFRUTE DEL CARNAVAL

Del grupo de turistas encuestados, un cantidad menor de ellos viaja solo a participar del Carnaval de Negros y Blancos de Pasto; este corresponde al 4,7%.

Ahora, el grupo de turistas que llegan en grupo; tiene las siguientes características: un 44,3%, estaría en compañía de 4 a 6 personas más, de los cuales, 5,6 puntos porcentuales son menores de 12 años.

Se destaca que la asistencia de turistas corresponde en su mayoría (87,3%) a personas mayores de 12 años.

Gráfica 13 Acompañantes del turista por número de personas y grupos de edad (%)



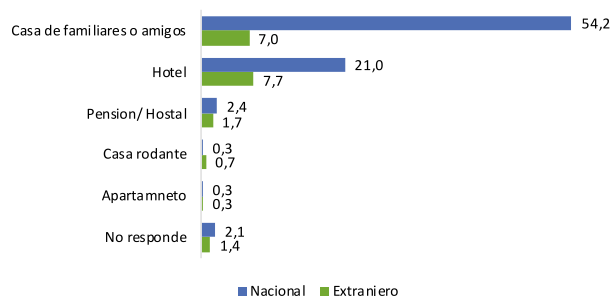
Fuente: Alcaldía de Pasto, encuesta carnales a turistas 2017.

18 Informe anual de Andalucía. 2006. Disponible en: <http://www.economiaandaluza.es/sites/default/files/cap389.pdf>

De acuerdo con la información recopilada en la encuesta, se estima que el gasto promedio por turista es de \$1.146.751 recursos que se destinan a cubrir necesidades en transporte, alojamiento, alimentación, compra de recuerdos y souvenirs y otros gastos de ocio o esparcimiento.

A continuación se ilustran los diversos tipos de alojamiento de los que hace uso el turista¹⁹, y en el caso de las personas de procedencia nacional el más utilizado corresponde a casas de familiares o amigos, lo que indicaría que buena parte del turista nacional son Pastusos que residen en otras zonas del país y vuelven de vacaciones de fin de año y carnavales. Este grupo también estaría atrayendo extranjeros al Carnaval con quienes se comparte el hospedaje. Según esto, el resto de turistas, tanto nacionales como extranjeros, correspondería a aquellos que no son oriundos de Nariño.

Gráfica 14 Tipo de alojamiento utilizado por el turista (%)

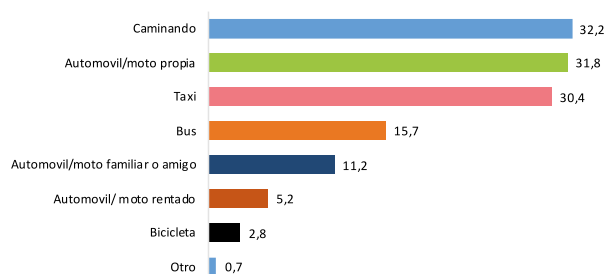


Fuente: Alcaldía de Pasto, encuesta carnavales a turistas 2017.

El desplazamiento de los turistas hacia los eventos de Carnaval evidencia una costumbre en el uso de medios tradicionales como el taxi o el automovil o moto propia; situación que exhibe varias circunstancias en su utilización: la primera, se refiere a la congestión vehicular que ocasiona el uso de este medio de transporte, que lleva a pensar en una segunda, y es que ante las dificultades para tomar un transporte, el tiempo que toman los recorridos o las dificultades para conseguir estacionamientos,

las personas se ven impulsadas a desplazarse a pie. El desplazamiento en vehículos de familiares o amigos refuerza la idea de que un grupo relevante de turistas serían Pastusos residentes en otras partes del país que se encuentran en plan vacacional de fin de año y Carnaval.

Gráfica 15 Medio de transporte más utilizado por el turista para llegar a los eventos (%)



Fuente: Alcaldía de Pasto, encuesta carnavales a turistas 2017.

El uso de medios alternativos de transporte como las bicicletas subyace restringido por varias circunstancias, entre ellas están: que la asistencia a los eventos de Carnaval generalmente se hace en grupos numerosos de personas, las dificultades en la movilidad y la carencia de sitios de parqueo o estacionamiento.

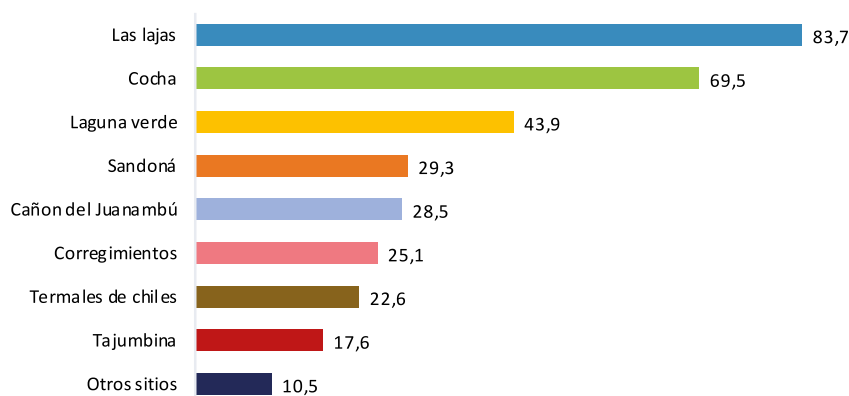
El instrumento aplicado por la Alcaldía de Pasto, evaluó la satisfacción de los evento al que asistía el turista. En términos generales existe un nivel de satisfacción alto en los diferentes ítems contemplados, aunque si hay algunos aspectos que llaman la atención como la presencia institucional, el acceso a transporte y la disponibilidad de espacios para disfrutar del carnaval.

La encuesta identificó que el 83,6% de los turistas, tienen intención de visitar otros sitios turísticos de Pasto y Nariño como Las Lajas, La Laguna de la Cocha y la Laguna Verde, entre otros²⁰. Esto evidencia que además del Carnaval, existen otras oportunidades turísticas regionales conexas de tipo religioso, ambiental, aventura, rural.

¹⁹ Un turista es aquella persona que se traslada de su entorno habitual a otro punto geográfico, estando ausente de su lugar de residencia habitual más de 24 horas y realizando pernoctación en el otro punto geográfico. Tomado de <https://es.wikipedia.org/wiki/Turista>

²⁰ Ancuya, Chachagüí, Túquerres, Ipiales – Tulcán, Samaniego, Tumaco, Volcán y sus alrededores.

Gráfica 16 Otros sitios turísticos de visita (%)

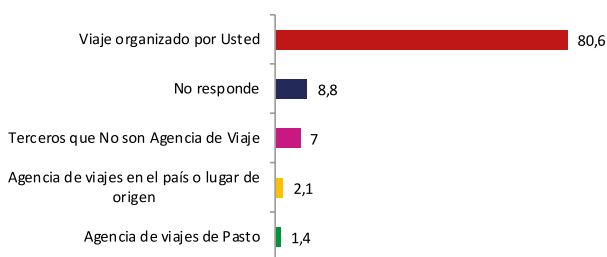


Fuente: Alcaldía de Pasto, encuesta carnales a turistas 2017.

En referencia a las formas de organizar el viaje, el turista prefiere autoorganizar su visita al Carnaval (80,6%), que al igual que otras experiencias en el mundo²¹, refleja el interés por reducir los costos de visita, el arraigo que tiene con la región y el acceso a la información disponible a través de medios como internet.

Se destaca el bajo encargo que hace el turista a un tercero (agencia de viaje u otro tipo) para organizar su viaje, situación que se relaciona con deficiencias en este tipo de oferta o en el arraigo que la persona tiene con la región, debido a que se trataría de un nariñense radicado en otras zonas del país o el mundo, tal como se anota en otros apartes de este documento.

Gráfica 17 Formas de organización del viaje



Fuente: Alcaldía de Pasto, encuesta carnales a turistas 2017.

A continuación se indican algunas carencias del producto turístico²² que el visitante demandó durante el carnaval del 2017, entre ellos, se destacan los servicios logísticos para el disfrute del Carnaval, entre los que se identifican, el servicio de baños, cajeros, datafonos, encomiendas y parqueaderos. Un aspecto que se resalta en esta demanda insatisfecha, se encuentra la escasa información turística, la que es buscada por diferentes canales como: personalizado (guía turístico), disponible en internet o impresos.

Los servicios relacionados con el transporte evidencian, una vez más, las necesidades en materia de transporte del turista como también las situaciones que afronta el local durante las fiestas del Carnaval.

En cuanto a los productos del Carnaval, entre los que se encuentran los relacionados directamente con el juego (ponchos, gafas, antifases, cariocas, talcos, cosméticos, camisetas, etc), y otros como los **souvenirs**²³, las artesanías y los recuerdos (figuras alusivas a la carrozas ganadoras en años anteriores, llaveros alusivos al carnaval, etc), son entre otros, elementos que el turista tuvo dificultad de adquirir o no los encontró.

21 Economía Andaluza. Informe anual del Turista 2006. Capítulo 3 Perfil y características del turista. <http://www.economiaandaluza.es/publicaciones/informe-anual-turismo-andalucia-2006>

22 El producto turístico es el conjunto de bienes y servicios puestos a disposición del usuario en un destino determinado. Tomado de Conceptos fundamentales del Turismo. Disponible en: http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/Producto_turistico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf

23 Objeto que sirve como recuerdo de la visita a algún lugar determinado. Tomado de Real Academia Española: <http://dle.rae.es/?id=YTbWw9T>

“El carnaval abre muchas puertas, se da a conocer ante el mundo por sus obras”

*José Mauricio Guerrero
(Disfraz individual)*

La carencia de espacios para el ocio y la diversión representa otra de las dificultades que el turista exhibe en la consulta realizada. Entre estas carencias se tiene: espacios para el baile, el teatro y el mismo disfrute visual del Carnaval.

Tabla 1 Bienes o servicios no encontrados por el turista en Carnaval (%)

CATEGORIA	Bien o servicio no encontrado por el turista	Porcentaje
Alimentación	Alimentación y comidas típicas	4,5
Alojamiento	Alojamiento	6,0
	Hospedaje (Hoteles de bajo costo)	
Espacios adecuados para ocio y diversión	Baile de grupos	6,0
	Salsodromo	
	Teatro	
	Un lugar adecuado para mirar el carnaval	
Productos para carnaval	Elementos para el juego del Carnaval	22,4
	Ruana	
	Runcho	
	souvenirs de carnaval, artesanías y recuerdos de la región (Figuras en yeso alusivas a las carrozas ganadoras en años anteriores, llaveros alusivos al carnaval)	
Servicios logísticos en Carnaval	Baños	32,8
	Cajeros, datafonos y servicio de oficina	
	Encomiendas	
	Guía de carnavales (Guías y videos, información turística, programación del carnaval)	
	Guía Turístico	
	Información hotelera por internet	
	Parqueaderos	
Transporte	Alquiler de vehículos	28,4
	Alquiler de Bicicletas	
	Conductor	
	Gasolina	
	Transporte a eventos y sitios turísticos de la región	

Fuente: Elaboración este estudio con base en encuesta realizada por la Alcaldía de Pasto a turistas, 2017.



4. IMPACTO SOCIAL Y ECONÓMICO

El carnaval de Negros y Blancos a igual que otros eventos de similares características realizados en otras partes del mundo, tiene además de un impacto sobre la cultura otras incidencias en el campo económico al dar oportunidades para generar empleo y desarrollar emprendimientos en actividades como el transporte, la hotelería, el comercio, la industria y los servicios. Efectos que a continuación se describen.

4.1 EMPLEO GENERADO

De acuerdo con la información suministrada por los expertos, el Carnaval dinamiza el empleo meses antes de llevarse a cabo dicha fiesta, en ocupaciones como pintores, artesanos, modistas, zapateros, carpinteros, herreros, soldadores, entre otros, para realizar actividades preparatorias al Carnaval. Estos empleos se conservan entre los meses de septiembre y diciembre de cada año.

“Se genera mucho empleo directo e indirecto, en nuestro caso inician 5 personas, luego otro grupo de 6 personas que ayudan con el papel y finalizan entre 18 y 20 personas en la elaboración de la carroza en los últimos días. Las empresas se benefician mucho, el transporte, los hoteles, los restaurantes y el comercio en general, un carnaval que genera beneficios, pero el aporte que se le brinda al carnaval no está bien enfocado”.

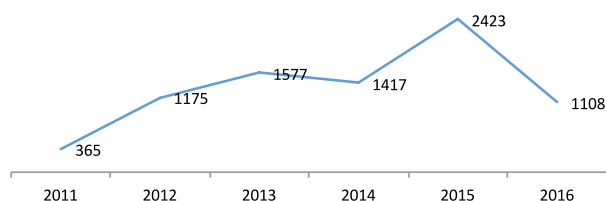
Maestro Hernán Alfredo Narváez Muñoz
(Modalidad Carroza)



Durante el Carnaval, mes de enero, el empleo generado se concentra en ocupaciones como vendedores ambulantes, empleados de hoteles, restaurantes, vendedores de alimentos, entre otros, cuya principal característica es la informalidad.

En promedio, cada año se generan 1344 empleos, de los cuales, aproximadamente el 20% está en los meses previos a la fiesta del Carnaval.

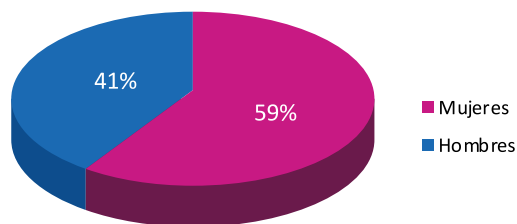
Gráfica 18 Número de ocupados en torno al Carnaval de Negros y Blancos de Pasto, 2011 - 2016



Fuente: Cálculos este estudio con base en GEIH, Dane.

El 59% de esta ocupación son mujeres, quienes se desempeñan en actividades del comercio con la venta de elementos de juego del carnaval como los cosméticos, carioca, pintura, telas, alimentos empaquetados, licores, comida rápida, ponchos, sombreros y gafas, y en la industria manufacturera, mediante las actividades de confección de disfraces y vestuario para las murgas, colectivos coreográficos y otros atuendos alusivos a la fiesta, actividades que generalmente se desarrollan como un emprendimiento de tipo familiar.

Gráfica 19 Impacto en el empleo según sexo al año 2016 (ocupados)

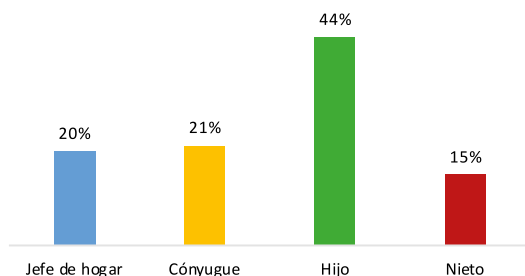


Fuente: Esta investigación con base en GEIH - DANE.

En cuanto a la participación de los miembros del hogar, especialmente los jóvenes que, en temporada de vacaciones, deciden vincularse a estas actividades

para generar ingresos adicionales. Las cifras indican que el 44% de este empleo lo ocupan los hijos, seguido por los jefes de hogar con un 20%, los cónyuges 21%, e incluso aparecen nietos (15%). Esta situación deja al descubierto los emprendimientos de tipo familiar que se promueven en torno al Carnaval. Gráficas 39 y 40.

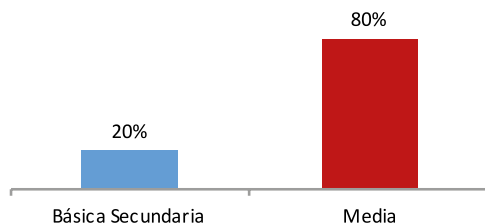
Gráfica 20 Impacto en el empleo según parentesco con el jefe de hogar en el 2016. (Ocupados)



Fuente: Esta investigación con base en GEIH – DANE.

Los ocupados temporales en época del Carnaval de Negros y Blancos tienen, en general, un bajo nivel educativo; el 80% de estos alcanza la educación media, lo que reforzaría el argumento de las dificultades que estas personas tienen para ubicarse en trabajos más estables y por ello, buscan obtener algunos ingresos en ocupaciones temporales, sobre todo de carácter informal. Esta información permite inferir que el empleo, producto del carnaval, corresponde a labores que no requieren alto nivel de cualificación para su desarrollo.

Gráfica 21 Nivel educativo de los ocupados en el Carnaval de Negros y Blancos 2016 (Ocupados)

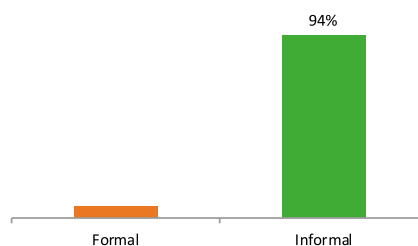


Fuente: Esta investigación con base en GEIH – DANE.

El 94% de los ocupados son informales que no disponen de un contrato, no reciben prestaciones sociales o un salario fijo. El escaso empleo formal, estaría generado básicamente por la institucionalidad

organizadora del Carnaval y algunos empleadores del sector hotelero, restaurantes y de servicios.

Gráfica 22 Informalidad de los ocupados del Carnaval de Negros y Blancos de Pasto. 2016.

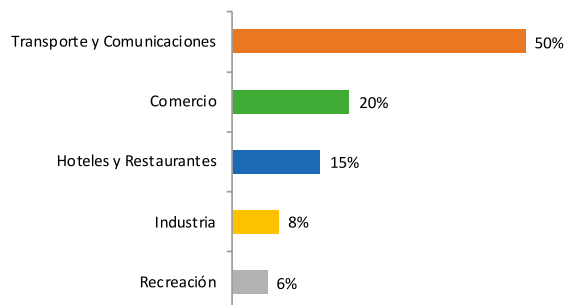


Fuente: Esta investigación con base en GEIH – DANE.

Las principales actividades en las que existe impacto directo en el empleo como fruto de la realización del Carnaval son: industria (8%), transporte (50%), comercio (20%), hoteles y restaurantes (15%) y recreación (6%).

En este sentido, existen problemáticas que algunos de los expertos recalcan; tal es el caso del empleo generado en la actividad del comercio, este no es ocupado en su totalidad por personas del municipio puesto que muchos comerciantes de otras regiones del país aprovechan el evento para vender sus productos en la medida que estos resultan ser más abundantes y baratos que los productos locales. Por otro lado, en el caso de la industria, únicamente se estimulan los empleos que tienen relación con la producción textil y artesanal, sin embargo, los cosméticos, sombreros y otros implementos del carnaval se traen de otras regiones del país.

Gráfica 23 Ocupados del Carnaval de Negros y Blancos por ramas de actividad. 2016.

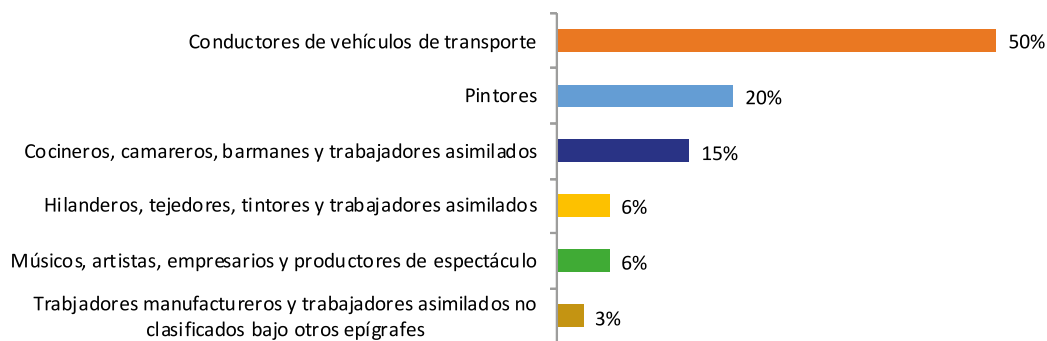


Fuente: Esta investigación con base en GEIH – DANE.

Asimismo, los principales oficios que se desarrollan en el Carnaval de Negros y Blancos tienen relación con la confección de textiles, como por ejemplo los atuendos para murgas, comparsas y diferentes participantes de la fiesta; trabajo manual, relacionado con

la pintura, lavandería y servicios de cocina; y transporte, entre otros. Una característica que comparte la mayoría estos oficios es el trabajo manual que no requiere un alto nivel educativo.

Gráfica 24 Oficios de los ocupados del Carnaval de Negros y Blancos de Pasto. 2016.



Fuente: Esta investigación con base en GEIH – DANE.

4.1.1 DINÁMICA LA INFORMALIDAD EN ACTIVIDADES DE PREPARACIÓN DE ALIMENTOS Y COMERCIO DURANTE EL CARNAVAL

A continuación se caracteriza la dinámica de la actividad informal durante el Carnaval de Negros y Blancos de Pasto en el 2017, en la preparación y venta de alimentos y el comercio. Esta caracterización explica aspectos de la actividad y la persona que la ejerce. Características del trabajador.

Tabla 2 Edad Trabajador Informal (%)

Edad	Porcentaje
14 a 21	3,37%
21 a 28	12,46%
28 a 35	15,82%
35 a 42	25,59%
42 a 49	15,49%
49 a 56	16,50%
56 a 63	7,74%
63 a 70	2,02%
70 a 78	1,01%
Total	100,00%

Fuente: Alcaldía de Pasto. Encuesta a Informales Carnavales 2017.

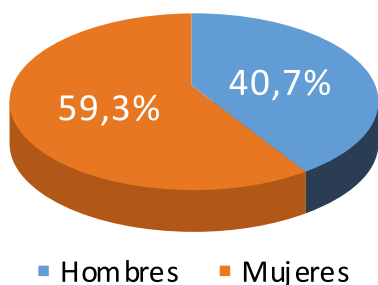
Frente a los datos de edad de los comerciantes y vendedores informales de alimentos, se identifica que un 25,6% de la población corresponde a personas entre los 35 a 42 años, seguidos por personas entre los 49 a 56 años con un 16,5% y un tercer grupo trascendente de población que está entre los 28 a 35 años y que constituyen el 15,8%. Estos datos indican, que la población que labora en actividades de comercio informal en el marco de los carnavales de Negros y Blancos de Pasto, es una población de edad adulta, personas que en muchas condiciones dentro del mercado laboral colombiano, encuentran importantes dificultades para conseguir empleo formal, siendo una de las principales causas la edad, de manera que a modo de solución para la generación de ingresos para su sostenimiento eligen en las actividades informales una opción válida de trabajo.

La población entre los 28 a 35 años de edad, normalmente tiene mejores oportunidades en la búsqueda de espacios laborales el mercado formal, no obstante, existen razones y particularidades que llevan a que éstos se inclinen por las actividades de comercio informal. Por último, llama la atención la existencia de un porcentaje de población trabajadora informal entre los 14 a 21 años de edad,

jóvenes que se articulan a estos procesos, principalmente por aspectos relacionados con apoyo familiar, se identifica también la articulación a estas actividades, de población entre los 63 a 78 años, población de tercera edad, cuyas capacidades físicas representan grandes dificultades para la ejecución fluida de las actividades que requiere el comercio informal dentro del contexto y las condiciones propias de los días de carnaval al que se enfrentan, a tipo de clima, tumultos, polvo, carioaca y demás condiciones que afectan de manera importante la salud.

En cuanto al sexo de la población estudiada, se evidencia una prevalencia del género masculino que representa el 59,3%, frente al género femenino que compone un 40,7%. Estos datos, plantean un panorama en el cual los hombres, toman relevancia sobre la consecución de ingresos familiares, y el menor número de mujeres en las actividades de comercio informal se explicaría en el sentido en que estas, desarrollarían otras actividades más relacionadas con aspecto del cuidado del hogar o actividades domésticas.

Gráfica 25 Trabajadores informales según sexo (%)

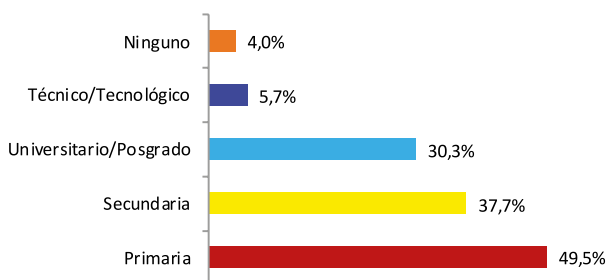


Fuente: Alcaldía de Pasto. Encuesta a Informales Carnavales 2017.

La población estudiada cuenta únicamente con educación Primaria en un 49,5%, seguido por un 37,7% que indican contar con educación secundaria. Las personas con niveles de educación técnica o tecnológica y universitaria o posgrado representan un 8,7% en conjunto y las personas sin ningún nivel de educación conforman únicamente el 4%. Estos datos plantean que la población de comerciantes informales presentes en el carnaval de Negros y Blancos de Pasto, tienen un nivel educativo básico. Si se con-

sidera a la educación con un factor crítico para la movilidad social, claramente los reducidos niveles de formación determinan, en gran medida, las condiciones laborales a las cuales acceden estas personas, limitando las alternativas de posible empleo. Si se analiza la distribución de edades y los niveles educativos, se entiende que son los adultos los que cuentan en su gran mayoría con los niveles educativos de básica primaria y secundaria, y frente a las condiciones socioeconómicas, se explica desde la perspectiva que no pueda existir un interés por continuar procesos de formación y cualificación. Otra dinámica es adoptada por la población cuya edad e intereses pueden alinearse con la búsqueda de mejor cualificación.

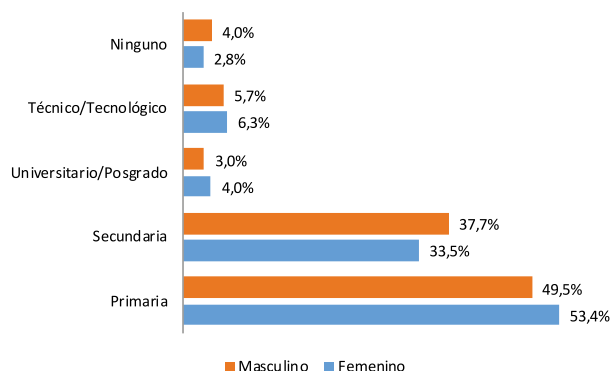
Gráfica 26 Nivel educativo trabajadores informales



Fuente: Alcaldía de Pasto. Encuesta a Informales Carnavales 2017.

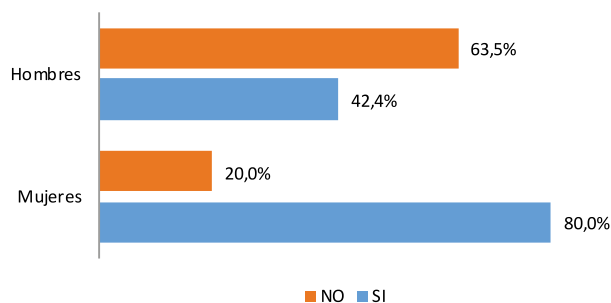
En cuanto a una identificación de sexo y nivel educativo, la mujer cuenta con una dinámica particular, puesto que existe un mayor número de mujeres con nivel educativo de primaria, técnico/tecnológico, y universitario/posgrado. Esto indica en general que son las mujeres las que cuentan con mayor cualificación que los hombres en el sector de comercio informal. Este panorama plantea situaciones peculiares, puesto que, si bien las mujeres cuentan con una mejor cualificación, para brindar mejores oportunidades laborales que los hombres, muchas de ellas por ligar sus actividades diarias a actividades domésticas, prefieren optar por actividades de generación de ingresos que les den más flexibilidad para desempeñarse en los diversos espacios tanto laborales como familiares.

Gráfica 27 Nivel educativo por sexo trabajadores informales (%)



Fuente: Alcaldía de Pasto. Encuesta a Informales Carnavales 2017.

Gráfica 28 Jefe de Hogar por Sexo trabajadores informales

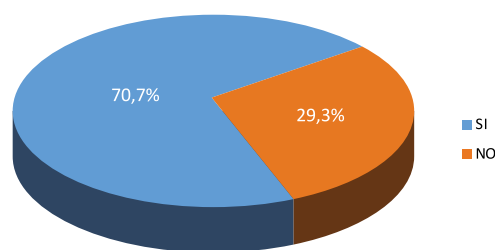


Fuente: Alcaldía de Pasto. Encuesta a Informales Carnavales 2017.

Otra dinámica trascendente se evidencia desde la perspectiva de la jefatura del Hogar, y tiene como protagonistas a las mujeres, puesto que, según datos del estudio, un 80% de las mujeres encuestadas responden ser jefes de hogar, mujeres con la responsabilidad de organizar sus hogares y aportar recursos de manera representativa en su hogar, mientras que los hombres jefes de hogar representan el 63,4%. Aunque las mujeres en general son un número menor frente a la población de comerciantes informales, el porcentaje de mujeres que se dedica a las actividades informales son más cualificadas que los hombres y tienen consigo la responsabilidad de la jefatura del Hogar. Se identifica que, bajo este panorama, el nivel de responsabilidad de las mujeres que hacen parte de este estudio es muy superior al de los hombres, y por diferentes circunstancias, como brechas de género, discriminación, dinámicas familiares internas y

más, se enfrentan a dificultades aún mayores en sus actividades cotidianas.

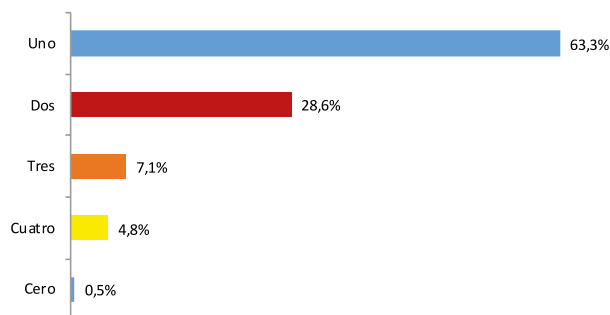
Gráfica 29 Residentes permanentes en Pasto trabajadores informales



Fuente: Alcaldía de Pasto. Encuesta a Informales Carnavales 2017.

En cuanto a los datos correspondientes al lugar de residencia, se identifica que el 70,7% de la población reside de manera permanente en Pasto, son habitantes de la ciudad, y el 29,3% no lo son. Si bien existen hipótesis frente a la llegada de comerciantes informales foráneos para aprovechar las oportunidades comerciales que brinda el carnaval de Negros y Blancos, la dinámica identificada en el presente estudio demuestra una realidad distinta, donde la composición del grupo de comerciantes se estructura en gran medida por comerciantes informales locales. Esta dinámica es relevante puesto que el flujo de recursos generados en el carnaval se queda en un porcentaje dentro de la misma ciudad a razón del comercio informal local.

Gráfica 30 Estrato de la vivienda en la que vive

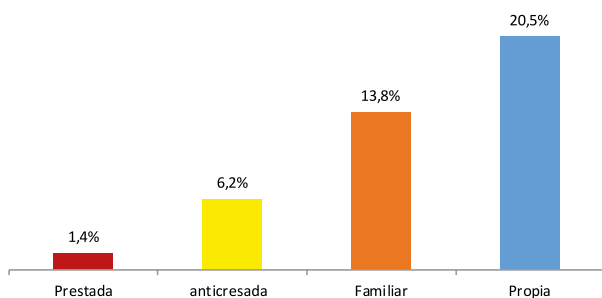


Fuente: Alcaldía de Pasto. Encuesta a Informales Carnavales 2017.

Los habitantes de la ciudad que se dedican a las actividades de comercio informal, se ubican en un 63,3%

dentro del estrato uno, seguidos por un 28,6% de personas que habitan en el estrato dos. Bajo estos datos, de acuerdo con diferentes estudios, la población ubicada en estos estratos se enfrenta a dificultades como bajos ingresos económicos, altos niveles de densidad demográfica, bajos niveles educativos, problemas de inseguridad y violencia, discriminación de género, entre muchos otros. Acorde con los datos identificados, el comercio informal en época de carnavales, entonces, se desarrolla principalmente por personas que habitan en estratos bajos de la ciudad, con bajos niveles educativos, y de edades adultas.

Gráfica 31 Tipo de vivienda



Fuente: Alcaldía de Pasto. Encuesta a Informales Carnavales 2017.

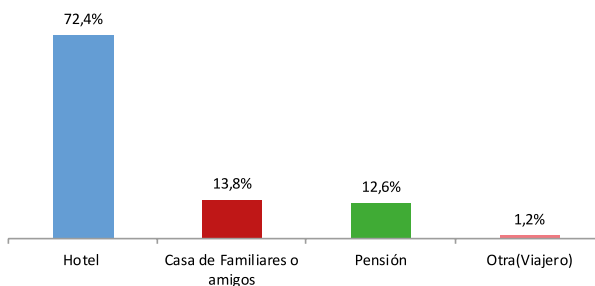
Frente a la condición de la vivienda que habitan las personas locales ocupadas en actividades de comercio informal, se identifica que el 58,1% de la población vive en un inmueble arrendado, mientras que el 20,5% habita en casa propia, y un 13,8% habita en una vivienda conseguida a partir de un trato comercial de anticresis. Bajo estos datos, se entendería que los comerciantes informales en su gran mayoría destinan, en buena parte, los ingresos conseguidos como resultado de sus actividades, para el pago de arriendo.

Frente a las personas que cuentan con casa propia, la dinámica se explica desde el impacto generado por los programas gubernamentales actuales de viviendas de interés social. De igual manera sería importante analizar la titularidad de las propiedades, en cuanto a establecer por sexo si los hombres o mujeres poseen estos títulos. El acceso a vivienda propia o con mejores condiciones puede convertirse en un objetivo familiar que se enfrenta a diversas dificultades, por una parte se debe tener en cuenta la capa-

cidad de ingresos generados por las personas a partir de las actividades de naturaleza informal, lo cual se traduce en bajos ingresos, ingresos volátiles y dificultad para conseguir los mismos, de igual manera esto lleva a un segundo escenario en el cual este tipo de población, se enfrenta a barreras de acceso para para ingresar al sector bancario nacional, impidiéndoles de esta manera encontrar opciones de apalancamiento en pro de la consecución de una vivienda propia; por estas razones la opción del arriendo se convierte en una alternativa que si bien consume gran proporción de los ingresos, les permite tener una relativa estabilidad habitacional.

Sin embargo, estos retos siguen presentes ya que las personas que se ocupan en labores informales se asientan principalmente en áreas clasificadas como estrato 1 o 2 en donde hay carencias en vías de acceso, acceso a servicios públicos básicos, centros de salud y educativos.

Gráfica 32 Tipo de alojamiento donde se hospeda



Fuente: Alcaldía de Pasto. Encuesta a Informales Carnavales 2017.

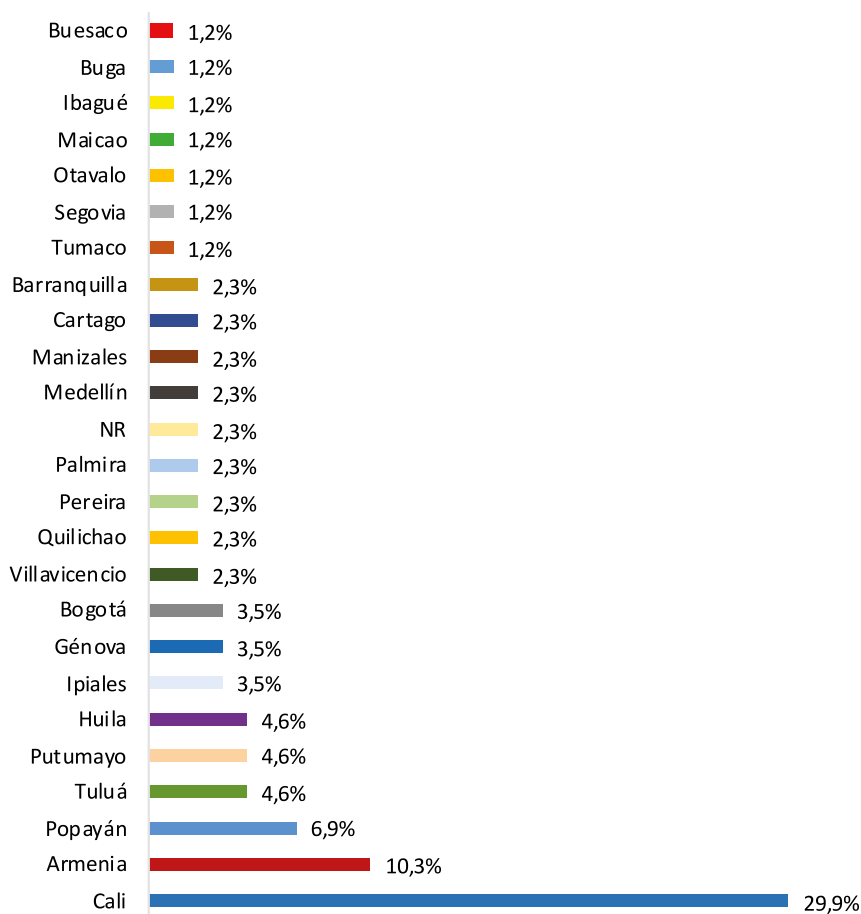
Un segundo grupo de comerciantes informales, son foráneos, como se explicó anteriormente, corresponden a un 29,3%. Estos comerciantes informales, indican que su alojamiento durante la temporada de carnavales lo realizan en un 72,4% en Hoteles de la ciudad, mientras que un 13,8% se ubican dentro de casas de amigos o familiares. Frente a la dinámica de alojamiento en hoteles, esta dinamiza en mayor cantidad hoteles de bajo costo, cuyos precios están al alcance de los ingresos y de la disposición a pagar de esta población. Bajo este escenario, el carnaval de Negros y Blancos de Pasto dinamiza el sector Hotelero de la ciudad tanto desde las categorías hoteleras bajas hasta los hoteles de mayores categorías. Por

ende, los recursos percibidos por comerciantes foráneos, en la proporción correspondiente a hospedaje, pasan a formar parte de la dinámica económica local. La procedencia de los comerciantes foráneos cuenta con diferentes ciudades de origen, siendo las más importantes Cali, Armenia y Popayán, ciudades que claramente cuentan con una cercanía geográfica y comunicación terrestre a costos bajos para desplazamiento, facilitando la migración temporal con fines comerciales y de aprovechamiento de las festividades pastusas. Se resalta también la posibilidad de viajar a otros municipios del departamento de Nariño, puesto que simultáneamente, se realizan otras fiestas en el marco de los carnavales, y se convierten

en espacios que brindan oportunidades a los comerciantes foráneos para llevar su mercancía.

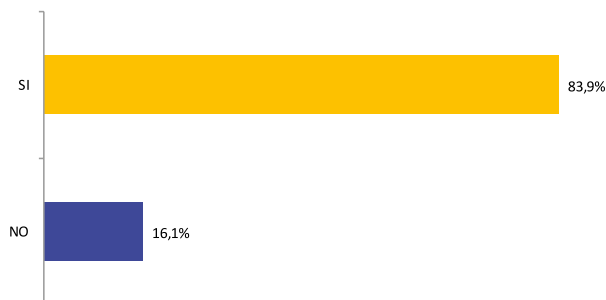
El estudio también suministra información respecto a la recurrencia de asistencia de estos comerciantes foráneos a las festividades del carnaval, puesto que el 83,9% expresan haber trabajado en años anteriores, mientras que solo el 16% expresa no haberlo hecho, sin embargo, se encuentran interesados por referencias, y experiencias de conocidos para asistir y desarrollar actividades comerciales informales en Pasto en el marco del Carnaval.

Gráfica 33 Ciudad de residencia actual trabajadores informales



Fuente: Alcaldía de Pasto. Encuesta a Informales Carnavales 2017.

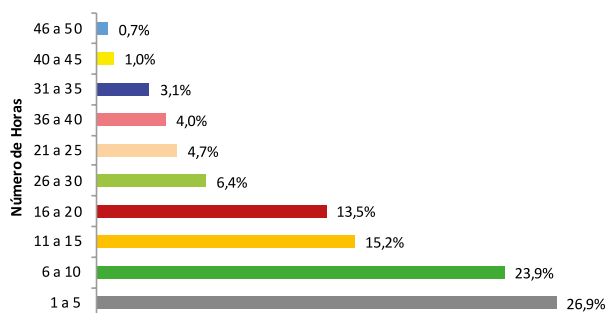
Gráfica 34 ¿En años anteriores había trabajado en Pasto?



Fuente: Alcaldía de Pasto. Encuesta a Informales Carnavales 2017.

4.1.2 CARACTERIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD.

Gráfica 35 ¿Hace cuánto tiempo se dedica a esta actividad?

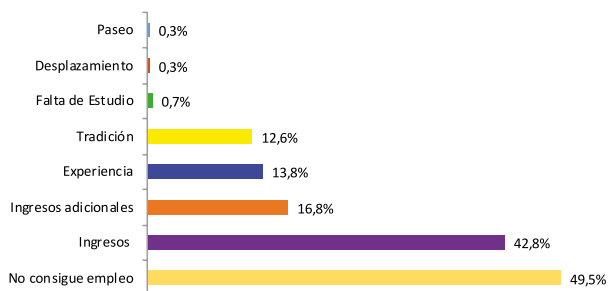


Fuente: Alcaldía de Pasto. Encuesta a Informales Carnavales 2017.

Principalmente un 26,9% de la población informal estudiada, desarrolla actividades de comercio informal con una experiencia entre uno a 5 años, seguidos por un 23,9% quienes vienen desarrollando estas actividades entre 6 a 10 años. Esta dinámica se explica en gran medida puesto que, como lo indica este mismo estudio, el 49,5% de la población se dedica a actividades de comercio informal ante la dificultad para conseguir empleo. Estos dos grupos de datos (años de dedicación, y razones de dedicación), reflejan un panorama socio económico que dificulta los procesos de movilidad social, a partir de mejores condiciones laborales que incidan en mejores niveles de estilos de vida. Identificar población que en los últimos 5 años desarrolla actividades informales, plantea indicios de una economía local que genera pocas oportunidades de crecimiento, sobre las bases de

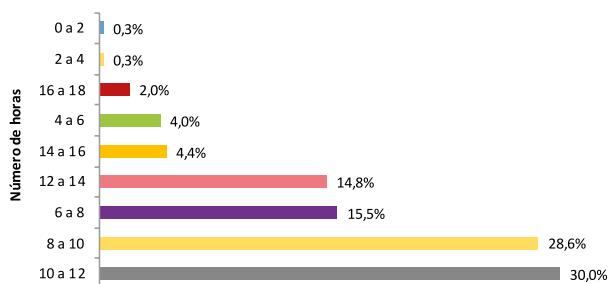
un statu quo en poblaciones que no tienen opciones distintas al comercio informal como la única opción viable de consecución de ingresos. De igual manera, el sistema productivo local, indica no tener la capacidad de adoptar población a sus operaciones empresariales en pro de la mitigación de las tasas de desempleo o la generación de empleos formales. Los niveles educativos también influyen sobre las condiciones laborales como se lo explicó en el apartado de nivel educativo, de manera que las personas cuyos niveles educativos no han mejorado hace 5 años, se enfrentan a estar inmóviles frente a sus actividades ocupacionales.

Gráfica 36 ¿Por qué se dedica a esta actividad?



Fuente: Alcaldía de Pasto. Encuesta a Informales Carnavales 2017.

Gráfica 37 Horas al día dedicadas a esta actividad



Fuente: Alcaldía de Pasto. Encuesta a Informales Carnavales 2017.

Los ocupados informales no cuentan con las garantías de condiciones laborales normales y legales que brinda el empleo formal, puntualmente en lo relacionado con los horarios laborales, puesto que, a diferencia de las 8 horas legales de trabajo, el 29,9% de la población estudiada expresa trabajar entre 10 a 12 horas diarias. El 28,6% expresa trabajar entre 8 a 10

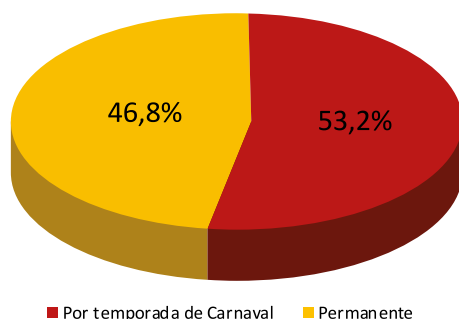
horas diarias. Estas dinámicas, se explican desde las características propias del comercio informal.

La necesidad de conseguir lugares estratégicos para las ventas, la necesidad de ubicarse antes que los lugares se llenen de espectadores del carnaval y la continua competencia por espacios con vendedores de puestos en la senda del carnaval, obliga a empezar una jornada laboral desde tempranas horas de la mañana, y extenderse de igual manera hasta altas horas de la noche, en pro de conseguir los últimos clientes de la jornada, de manera ininterrumpida, lo cual hace necesario aumentar gastos de alimentación durante la jornada, y ante las diversas dificultades tanto climáticas, como del contexto.

Las jornadas laborales desempeñadas por esta población, son retos bastante complejos para la población informal puesto que, ante estas condiciones del modelo de negocio, deben sopesar la necesidad de generar ingresos, frente a los riesgos que enfrentan en cuanto al deterioro de su salud, problemas de inseguridad, posibles altercados con la autoridad policial o de logística en caso de no contar con permisos especiales para ejercer su actividad entre muchos otros.

Las jornadas laborales ejecutadas por la población estudiada, son jornadas que exigen muchos sacrificios que muchas veces no son recompensados por la generación de ingresos, sin embargo, al convertirse en un estilo de vida o la única opción ocupacional que permita tener ingresos para su mantenimiento, la población asume estos retos, incluyendo un elevado número de horas de trabajo.

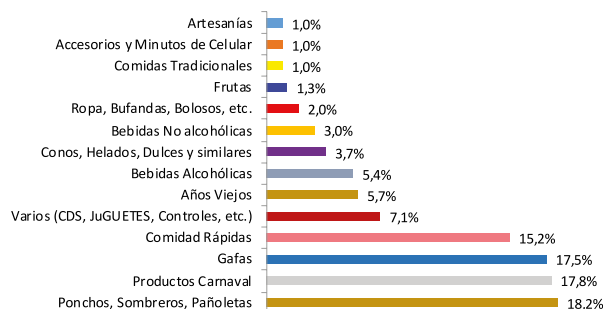
Gráfica 38 Dedicación a la actividad económica



Fuente: Alcaldía de Pasto. Encuesta a Informales Carnavales 2017.

Frente al tipo de dedicación, el 53,2% de la población expone que las actividades de comercio informal las realizan por temporada de carnaval, motivados por la dinámica de turistas y el alto movimiento de gente durante los días de la festividad, de igual manera, los comerciantes foráneos generalmente desempeñan sus actividades ya como estilo de vida, trasladándose en busca continua de las diferentes festividades a nivel nacional. Por otra parte, el 46,8% de los comerciantes, desempeñan actividades informales de manera permanente.

Gráfica 39 Principales productos/servicios ofrecidos



Fuente: Alcaldía de Pasto. Encuesta a Informales Carnavales 2017.

En cuanto a los productos y servicios ofertados por los comerciantes informales, y considerando que el estudio toma como horizonte de tiempo el Carnaval de Negros y blancos, que comprende días de pre carnaval y los días propios de cada festividad, la oferta toma en cuenta productos como los años viejos, los elementos para disfrutar el carnaval, como ponchos, sombreros, y pañoletas, y que en su gran mayoría, no son producidos localmente sino que, por el contrario, son traídos de otras partes del país y que representan el 18,1%. Otros productos ofertados que representan porcentajes importantes se relacionan con las comidas rápidas y los productos de carnaval como talco, carioca, cosméticos.

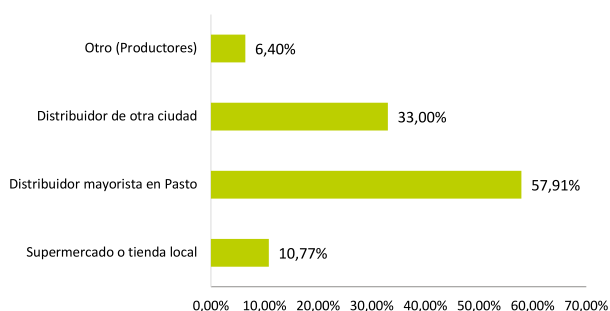
Si bien, un considerable número de los productos comercializados no son elaborados localmente, su adquisición si se realiza en un 57,9% a proveedores mayoristas en Pasto, lo cual permite establecer que una proporción de los flujos de recursos generados por el comercio informal se queda localmente en el porcentaje de intermediación que ganan los distribui-

dores mayoristas. El 33% expone realizar la adquisición de las mercancías ofertadas a un distribuidor de otra ciudad, lo cual implica unos costos asociados de transporte y almacenamiento, por lo cual este tipo de adquisiciones corresponderían a productos específicos como ponchos, gafas, carioca, talco, bufandas, gorras, sombreros, tulas y demás productos que hacen parte de productos tradicionalmente usados para disfrute del carnaval.

“No se tiene una oferta que identifique al carnaval con la identidad propia de la región, en los artículos que se venden en esta temporada”.

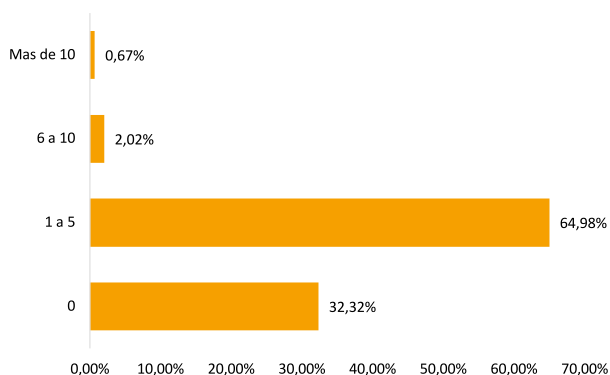
*Dra. Doris Ruano
(Directora de COTELCO Nariño)*

Gráfica 40 Adquisición de mercancía



Fuente: Alcaldía de Pasto. Encuesta a Informales Carnavales 2017.

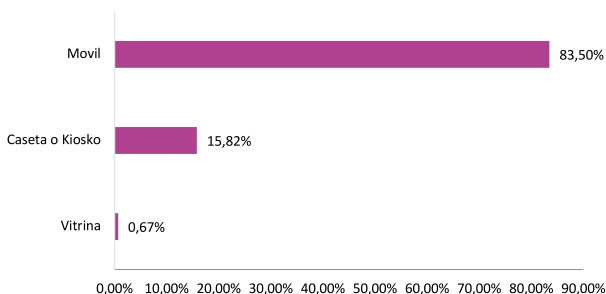
Gráfica 41 Personas del Hogar que se dedican a la misma actividad



Fuente: Alcaldía de Pasto. Encuesta a Informales Carnavales 2017.

Frente a los aspectos relacionados con el involucramiento de más miembros de la familia a las actividades de comercio informal, el 64,9% de las personas indica que entre 1 a 5 personas más de su familia se dedican a las actividades de comercio informal, por lo cual se establece que este tipo de actividad comercial, involucra a familias enteras en pro de la generación de ingresos y recursos para la familia. Por condiciones similares en cuanto a situación y características socioeconómicas y dinámicas de las actividades, el comercio informal genera dinámicas de clusters comerciales informales. Articular a estos procesos a núcleos familiares completos es un riesgo social importante, puesto que se puede perpetuar la actividad informal como única opción de consecución de ingresos, dejando de lado otro tipo de alternativas que aporte a la ruptura de estas dinámicas familiares y así generar movilidad social en aspectos educativos, sociales y económicos.

Gráfica 42 Tipo de estación de trabajo



Fuente: Alcaldía de Pasto. Encuesta a Informales Carnavales 2017.

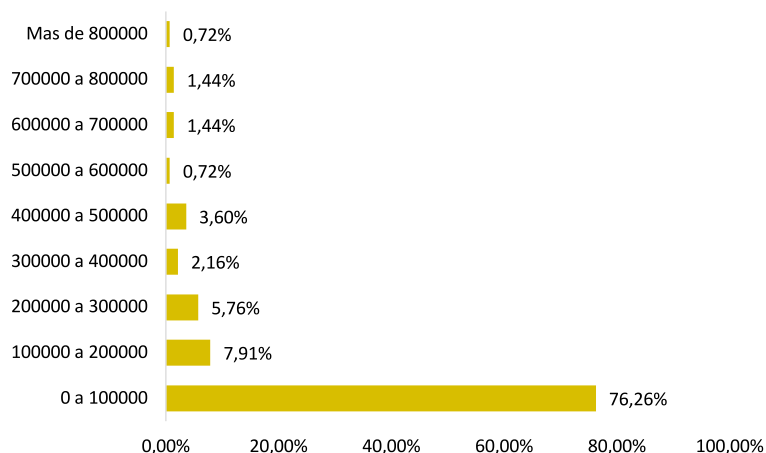
El comercio informal, se ejecuta a través de actividades que involucran la venta callejera como principal modo de consecución de clientes bajo ese modelo de negocio. El estudio muestra que el 83,5% de los comerciantes informales realiza su actividad con el uso de estaciones móviles de trabajo, mientras que un 15,8% lo hace a través de una caseta o kiosko y solo un 0,6% señala contar con una estación de trabajo como una vitrina. Este panorama permite comprender aún más la complejidad de las actividades de comercio informal, puesto que tener una estación móvil de trabajo, si bien produce como beneficio el poder desplazarse a diferentes lugares acorde con la afluencia de personas en pro de conseguir más clientes, trae consigo diferentes dificultades, problemáti-

cas, retos y riesgos que deben asumir los comerciantes informales para el desarrollo de sus actividades. Se debe tener en cuenta la unión de la variable edad, lo cual lleva a pensar que los adultos mayores son los que deben físicamente desenvolverse con las unidades móviles de trabajo.

Entre los riesgos que se identificaron aparecen los tumultos de gente, que en época de carnaval son bastante numerosos, la inseguridad presente a lo largo de las zonas donde se concentra la población

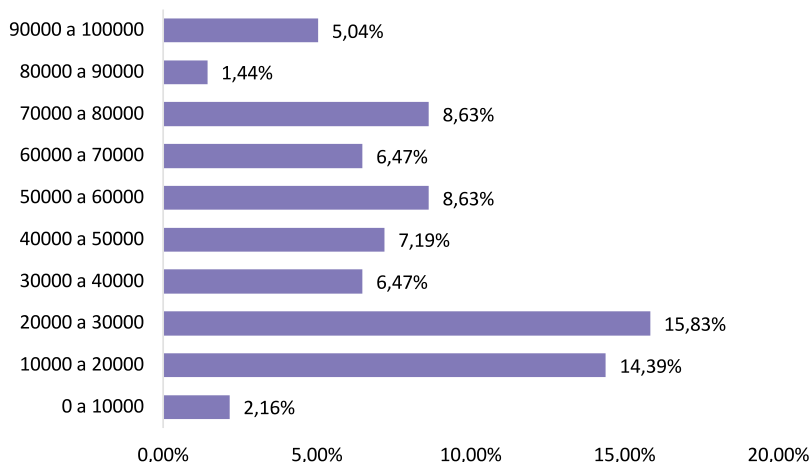
para observar el carnaval, el tema relacionado con los cambios de clima tendientes a afectar la salud por la baja protección o la ausencia de equipos o elementos que protejan a los comerciantes, problemas lumbares, de articulaciones, musculares y físicos relacionados con el transporte de la mercancía ofertada. De igual manera, el desplazamiento a lo largo de la senda del carnaval data de más de 7 kilómetros de recorrido que debe ser transitado por los comerciantes en la continua búsqueda de clientes.

Gráfica 43 Valor Ventas Diarias



Fuente: Alcaldía de Pasto. Encuesta a Informales Carnavales 2017.

Gráfica 44 Detalle del rango de 0 a 100.000. (76,26%)

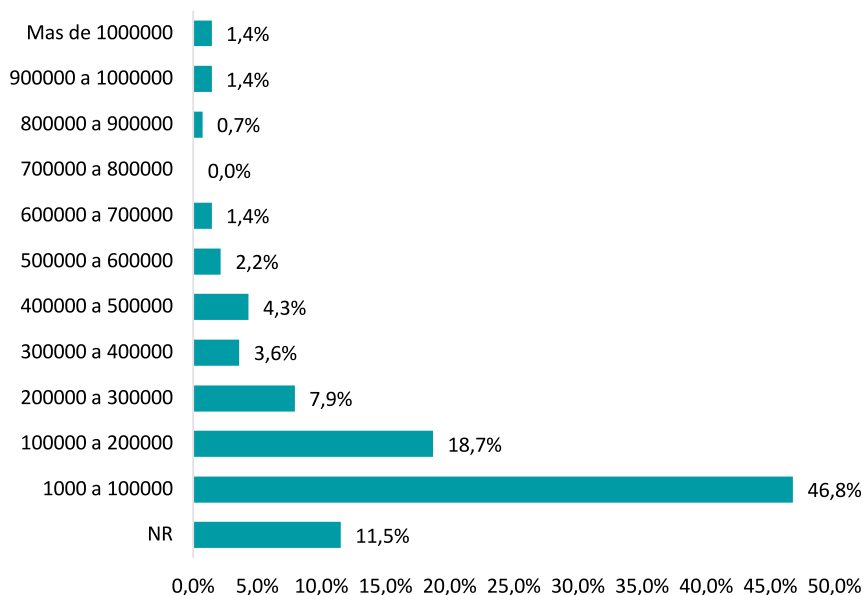


Fuente: Alcaldía de Pasto. Encuesta a Informales Carnavales 2017.

Respecto a la generación de ingresos, se analiza la dinámica sobre la población que expresa desarrollar la actividad de manera permanente, quienes en un 76,26% explican que diariamente sus ingresos generaron están en un rango entre \$ 0 y \$ 100.000, un 7,91% indica generar ingresos diarios entre \$ 100.000 y \$ 200.000, seguidos por un tercer grupo que representa un 5,76% cuyos ingresos están en un rango entre los \$200.000 a \$ 300.000. Bajo este panorama, se hace necesario analizar de manera más detallada la composición del primero rango, puesto que representa una gran mayoría de la población estudiada, para determinar de manera más objetiva el nivel de ingresos generado, bajo este análisis, el 15,83% de la población que indico genera ingresos entre los \$ 0 y \$ 100.000, indica que sus ingresos más detallados están entre los \$ 20.000 a \$ 30.000

diarios, seguidos por un 14,39% con ingresos entre los \$ 10.000 a \$ 20.000 diarios, únicamente el 5,04% responde que sus ingresos están entre los \$ 90.000 a \$ 100.000 diarios. Esto indica que una persona dedicada de forma permanente al comercio informal tendría venta bruta de \$900.000, y si se parte del supuesto que los costos representan el 50% de la ventas, estas personas estarían generando utilidades por un valor de \$ 450.000, ingresos que representan el 61% del salario mínimo legal vigente, y que no cubre aspectos como seguridad social ni riesgos laborales, y que son conseguidos a partir de grandes esfuerzos, así como también de estar expuestos a largas jornadas laborales, con riesgos de seguridad y posibles afectaciones a la salud.

Gráfica 45 Valor de ventas generadas en temporada de Carnaval

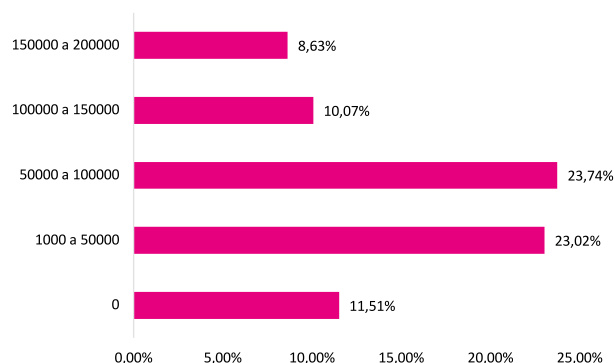


Fuente: Alcaldía de Pasto. Encuesta a Informales Carnavales 2017.

El estudio identifica datos respecto a valor de la ventas generadas en temporada de carnavales, por parte de los comerciantes informales que se dedican a estas actividades de manera permanente, quienes de manera general indican que los ingresos generados se reduce a un rango entre los \$ 1.000 a \$ 100.000

para un 46,8% de la población, un 18,7% indica genera ingresos en un rango entre los \$ 100.000 a \$ 200.000 y un 7,9% responde generar ingresos, entre los \$ 200.000 a \$ 300.000. Llama la atención el 1,4% de individuos que indican generar ingresos de más de \$ 10.000.000.

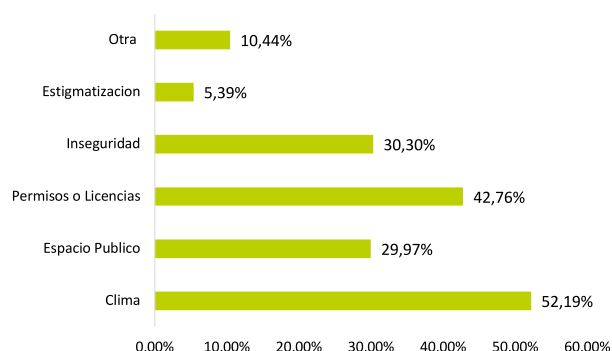
Gráfica 46 Detalle del rango de 0 a 100.000. (46,8%).



Fuente: Alcaldía de Pasto. Encuesta a Informales Carnavales 2017.

Un análisis más detallado del rango más representativo de ingresos generados en temporada de carnavales, (Rango entre 1.000 a \$ 100.000, que representa el 46,8%), identifica que el 23,74% de la población pasa a generar entre \$ 50.000 a \$ 100.000 diarios, representando un incremento de mínimo \$ 20.000 diarios frente a la dinámica de sus ventas normales en temporadas por fuera del carnaval.

Gráfica 47 Dificultades para el desarrollo de la actividad



Fuente: Alcaldía de Pasto. Encuesta Informales Carnavales 2017.

Desde la perspectiva de los comerciantes informales, existe un set de dificultades que influyen sobre la ejecución de las actividades de comercio informal. Entre estas dificultades se plantea que el clima representa uno de las más graves, con un 52,2%, seguido por aspectos como permisos y licencias, para poder participar dentro de las actividades de carna-

val como comerciantes, en un tercer lugar, aparece la inseguridad, como dificultad identificada por los comerciantes. Estas percepciones se complementan con elementos que han venido siendo analizados anteriormente, y que refieren obstáculos o problemáticas que atentan tanto con elementos como la dignidad del trabajo, la salud de los comerciantes, y sus realidades socio económicas.

Gráfica 48 Requisitos para mejorar las condiciones de la actividad



Fuente: Alcaldía de Pasto. Encuesta a Informales Carnavales 2017.

Con respecto a las condiciones que se requieren mejorar en las actividades de comercio informal, desde la perspectiva de los encuestados, prevalecen los permisos y licencias, con una representatividad del 45,7%; que permiten el desarrollo de la actividad legalmente de manera temporal. Un segundo aspecto que desde la perspectiva de los comerciantes, aportaría a mejorar sus condiciones, se relaciona con la financiación, con una participación del 44,11%, se entendería que esta financiación tomaría como objetivo la inversión en capital de trabajo, fortalecimiento de sus negocios, inversión en maquinaria, establecimiento fijo comercial entre otros factores, aun así este análisis aun es superficial, por lo cual debe ahondarse en estudios que puedan explicar la necesidad de financiación para los comerciantes informales.

4.2 ACTIVIDADES ECONÓMICAS DINAMIZADAS

Esta fiesta dinamiza las actividades formales como las informales y contribuye, en buena medida, a la generación de empleo en varias ramas de actividad económica, aún antes de comenzar el carnaval (meses de noviembre y diciembre) y después de



culminar el mismo (del 7 al 10 de enero), incluso, como afirmó el actual director de Corpocarnaval²⁴, algunas actividades logísticas para la puesta en escena del carnaval, como el proceso de planificación, requieren de un trabajo permanente durante el año. El impacto económico del carnaval de Negros y Blancos se configura, en primera instancia, por la movilidad de recursos destinados a su organización y operatividad y al apoyo que se destina a sus cultores (artesanos, músicos, coreógrafos, entre otros), que en el presupuesto de Corpocarnaval es visualizado como un “aporte a la calidad” del trabajo de los participantes. Este gasto varía de acuerdo a la modalidad, desde 17 millones a cada carroza participante; hasta 1 millón cuatrocientos a los disfraces individuales.

Según los presupuestos de Corpocarnaval (entidad organizadora) los gastos de organización y operatividad del carnaval representaron \$3.121,7 millones de pesos en promedio anual durante los últimos cinco

años, dinero que finalmente se destinó a compra de materiales, confección de disfraces, contratación de mano de obra (generalmente familiar)²⁵, entre otros, y que directa e indirectamente dinamizan sectores como el comercio y la industria manufacturera.

El turismo, por su parte, es otro de los sectores que se hallan dinamizados por el carnaval, este influye en el comportamiento de varias ramas de actividad del municipio (hoteles, restaurantes, transporte, comercio, esparcimiento, industria, financiero), principalmente porque el consumo de bienes y servicios se dispara²⁶. Esta dinámica no sólo se vive durante la realización del carnaval, sino también con 2 meses de antelación gracias al aporte que Corpocarnaval hace a los participantes del evento que reinvierten estos recursos en la economía del municipio mediante la compra de telas, hilos, icopor, contratación de modistas, coreógrafos, entre otros.²⁷

En este sentido, la oficina de turismo de la Gobernación de Nariño, estima que entre el 3 y 6 de enero, epicentro del carnaval, la hotelería en la ciudad alcanza un nivel de ocupación del 100%, dada la llegada de más de 25.000 turistas a la ciudad²⁸, por su parte, el transporte se dinamiza, tanto dentro de la ciudad como fuera de ella, los restaurantes, desde el más pequeño hasta los más representativos y reconocidos de la ciudad cuentan con gran concurrencia de clientes durante toda esta temporada, al igual que la demanda de licores, que indirectamente generan una renta adicional para el municipio.

Esta fiesta también estimula el sector informal de la economía, principalmente las ventas ambulantes de comida, elementos de juego del carnaval (carioca, cosméticos, talco, serpentinas), vestuario (ponchos, sombreros, pañoletas), donde se ocupan personas de todas las edades y que son aprovechadas no solo por los comerciantes locales sino por los foráneos, que provienen principalmente de departamentos como

24 Entrevista con Juan Carlos Santacruz, Director de Corpocarnaval. San Juan de Pasto. 13 de octubre de 2016.

25 Entrevista con Dayra Benavides, Artesana de carrozas y Carlos Andrés Benavides, Artesano de carrozas. San Juan de Pasto. 20 de octubre de 2016.

26 Entrevista con Leonardo Sansón, Exgerente de Corpocarnaval, 2008. San Juan de Pasto. 27 de octubre de 2016.

27 Entrevista con Claudia Afanador. Docente Universidad de Nariño. San Juan de Pasto. 02 de noviembre de 2016.

28 Entrevista con Johana Jiménez. Jefe de la Oficina de Turismo. Gobernación de Nariño. San Juan de Pasto. 09 de noviembre de 2016.

el Valle y Antioquia²⁹, quienes centran su oferta en artículos como, antifaces, gafas, ponchos, pañoletas, botas para licores.

“Ahora el carnaval genera trabajo directo de muchos artistas, pero, también de muchas personas que fluyen en la realización de actividades artesanales en todos los oficios, se vinculan a la elaboración de carrozas, el transporte que alquilan, los vehículos, los restaurantes, los hoteles, el transporte, existe toda una cadena productiva y activa en el desarrollo del carnaval”.

Fidel Díaz
(Director Cámara de Comercio de Pasto)

Se destaca que la comunidad local no está aprovechando las oportunidades de negocio que se generan en torno al carnaval, porque no cuentan con la capacidad o con los ingresos para emprender dichos negocios, por lo cual el beneficio económico que se genera no impacta a la economía local como debiera, situación que requiere de la atención de las instituciones públicas y los gremios³⁰

Específicamente, las ventas ambulantes de alimentos son las que más concurren en las calles en los días de carnaval y se concentran principalmente a lo largo de la senda, por donde transitan los desfiles y donde transcurren los diferentes eventos alternos, pero, estos alimentos son elaborados de forma casera y artesanal, y la mayoría, a pesar del control de las autoridades sanitarias de la ciudad, no cuentan con la calidad e higiene necesaria. Al igual que los alimentos, predomina la venta informal de cerveza, aguardiente y licores artesanales (chupil, hervidos) por comerciantes ambulantes que, por lo general, no cuentan con el debido registro y permiso de la entidad organizadora del carnaval - Corpocarnaval. Sin embargo, la venta de licores en plazas, discotecas, bares y cantinas, es una de las actividades del comercio que dinamizan la economía del municipio.³¹



Una de las muchas estrategias que tienen los empresarios en esta época es la adaptación de sus negocios a la demanda del carnaval, por lo que muchos negociantes dejan de comercializar o brindar los servicios que generalmente ofrecen durante el año, para vender productos del Carnaval. Otras actividades complementarias al carnaval, que se activan desde el 28 de diciembre son las casetas y sitios de baile, que se instalan en lugares que en otras épocas del año funcionan como garajes o parqueaderos, en estos sitios se venden licores, comidas rápidas y se realizan presentaciones de grupos musicales y que por dictamen de la Alcaldía municipal solo pueden prestar servicio al público hasta las 11 de la noche.

A parte de estos negocios, recientemente se han generado nuevos emprendimientos relacionados con el sector transporte y turismo, como la chiva rumbera, el servicio de **city tour** que es ofertado por “operado-

29 FIERRO CASTRO, Cristina. Carnaval de Negros y Blancos de Pasto, turismo y transformaciones urbanas de la ciudad de San Juan de Pasto. Disponible en: <http://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/10893/7609/1/0508700-p-14-s.pdf>. Pag.52

30 Entrevista con Esperanza Agreda. Docente investigadora Universidad de Nariño. San Juan de Pasto. 15 de noviembre de 2016.

31 Entrevista con Gisella Checa. Exgerente Corpocarnaval 2015. San Juan de Pasto. 20 de octubre de 2016.



res turísticos”, personas particulares que en alianza con los hoteles ofrecen al turista un recorrido por los principales sitios históricos, culturales y naturales del municipio y del departamento, y el “Gusanito”, que es un servicio de transporte muy llamativo, en forma de tren que hace el recorrido a la ciudad y que atrae la atención principalmente de los niños.

Debido a que la mayoría de los eventos del carnaval de Negros y Blancos se realizan en las calles y plazas de la ciudad, se realiza el montaje de baños públicos, que son administrados por la entidad operadora – Corpocarnaval; los recursos necesarios para el montaje de los baños se obtienen a través del cobro que se hace a entidades y empresas que quieren ser pautadas y promocionadas en el carnaval.³² Como parte de los programas municipales de apoyo a las poblaciones vulnerables, los recursos que se perci-

ben por este concepto son entregados a las madres cabeza de familia.

Dentro del empleo formal que genera el Carnaval de Negros y Blancos, se encuentra la mano de obra contratada por Corpocarnaval para la organización y operatividad de los desfiles y demás eventos, este empleo asciende a 360 personas, que se identifican con una escarapela y atienden la hidratación de los participantes de los desfiles, la colocación de las vallas, el armado de carpas y todo lo relacionado con la planificación de los eventos.³³

Además, el Carnaval contribuye al turismo en muchos lugares del departamento; las personas que asisten a esta fiesta se desplazan a sitios naturales como la Laguna de la Cocha, La Laguna Verde, el Nudo de los Pastos, el Volcán Cumbal y a sitios religiosos como el Santuario de Las Lajas, El Santuario de la Virgen de la Playa en San Pablo, entre otros. Esto convierte al carnaval en una ventana de la región hacia el mundo, aportando en gran medida al reconocimiento de la ciudad siendo uno de los factores que contribuyen a la proyección internacional del departamento, especialmente del municipio.

Con el paso del tiempo, el Carnaval de Negros y Blancos de Pasto, se ha extendido hasta el 10 de enero con el fin de rescatar tradiciones gastronómicas propias del municipio como el Cuy y la trucha, este evento se viene organizando en el llamado “Estadio de la Pastusidad” donde se dan cita varios productores de cuy del municipio quienes preparan diversos platos que se ofrecen a la comunidad, que según cifras oficiales³⁴, a lo largo de esta celebración, se alcanza un consumo de más de 10 mil cuyes. Igual ocurre con el festival de la trucha, que se organiza el domingo siguiente al 6 de enero en el Corregimiento del Encano.

De igual manera, se destaca que el aseo de la ciudad posterior a los eventos y desfiles, es prestado por personas que se contratan por Corpocarnaval y por la Empresa Metropolitana de Aseo – EMAS, quienes

32 FIERRO CASTRO. Op. Cit., 85.

33 FIERRO CASTRO. Op. Cit., 91 – 93.

34 CONTEXTO GANADERO. Fiesta del cuy cerró el Carnaval de Negros y Blancos de Pasto. Disponible en: 2016 <http://www.contextoganadero.com/regiones/fiesta-del-cuy-cerro-el-carnaval-de-negros-y-blancos>



se encargan del barrer y lavar las plazas y la senda del carnaval una vez culminados los desfiles. Otra parte de la población, la mayoría de ellos en situación de pobreza y vulnerabilidad, aprovechan para realizar la actividad de reciclaje de desechos como botellas de aguardiente, carioca, cajas de cartón, envases de plástico, entre otros que son dejados por los turistas y locales que disfrutaron el carnaval.

4.3 IMPACTO ECONÓMICO DEL CARNAVAL

Los carnavales tienen potencial para la generación de empleo y riqueza para los territorios donde se llevan a cabo, sin embargo, su medición es compleja y las metodologías de cálculo están cambiando y evolucionando. Autores como Felipe Buitrago e Iván Duque, quienes fueron los pioneros en el análisis y fundadores del término de “economía naranja”, mencionan que “La aproximación económica a la cultura es relativamente reciente. Por lo tanto, estas cifras gozan de poca difusión y de aún menos explicación y contexto”³⁵. Además, coinciden en que existen factores que limitan o dificultan la medición y aproximación estadística al impacto económico de este tipo de actividades, algunos son:

La definición de la Economía cultural es un asunto complejo que es necesario delimitar la relación entre economía y cultura no es evidente la recolección y publicación sistemática de información es irregular.

Las dinámicas del proceso creativo y su transformación en bienes y servicios responden a un proceso gaseoso (siguen una lógica compleja y muy volátil) Hacen falta marcos prácticos para el diseño de políticas no hay suficientes personas involucradas.³⁶

Superando estas dificultades, se han realizado aproximaciones al impacto económico de los carnavales y fiestas en algunos países, por ejemplo: José

Francisco Perles Ribes, realiza una estimación del impacto económico de la Fiesta de Moros y Cristianos en Alicante para el 2006 y determina que esta cifra asciende a “no menos de 5.574.882,72€, la mayor parte de los cuales 89,68% corresponden a la atracción turística que provoca la fiesta que se estima en un 18,53% del saldo turístico neto del municipio (efectos indirectos) y el resto al gasto directo efectuado por la organización (efectos directos)”³⁷, asimismo el Observatorio de la Cultura, la Cámara de Comercio e Industria y la Universidad de Zaragoza determinaron en el año 2011 que impacto total de las fiestas del Pilar sobre la producción zaragozana se acercó a los “186 millones de euros, resultado de la suma del gasto público y privado (134,47 millones) y del efecto arrastre en el conjunto de la economía (51,4 millones)”³⁸, igualmente Buitrago y Duque estiman que el “Carnaval de Río atrajo más de 850.000 visitantes en 2012, quienes contribuyeron a la economía del estado de Río de Janeiro con 628 millones de dólares en consumo”³⁹. Particularmente en Colombia, Fundesarrollo realizó un estudio para la Cámara de Comercio de Barranquilla donde estima que las tres cuartas partes del empleo en el carnaval de Barranquilla es informal y que la inversión global en este tipo de actividades fue de 2.182 millones, se resalta el hecho de que los dineros movilizados en las fiestas representaron en el 2016 el 0,13% del Producto Interno Bruto (PIB) del departamento del Atlántico, por otra parte la economía formal movilizó 9.762 millones de pesos y ocupó 5.482 personas en los bailes, hoteles, restaurantes, festival de orquestas, palcos, los grupos folclóricos.⁴⁰

Todo lo anterior se concluye que en torno a los carnavales y a las fiestas populares se generan y dinamizan diversas y múltiples actividades económicas lo que representa un gran movimiento de empleo y de recursos que es necesario valorar

35 BUITRAGO RESTREPO, Felipe y DUQUE MÁRQUEZ, Iván. “La economía Naranja”. En: <https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/3659/La%20economia%20naranja%3a%20Una%20oportunidad%20infinita.pdf?sequence=4>. Pag.28

36 Ibid. Pag.30

37 PERLES RIBES, José Francisco. “Análisis del impacto económico de eventos: una aplicación a fiestas populares de proyección turística”. 2006. Disponible en: <file:///C:/Users/Cedre-PC/Downloads/18011-86111-1-PB.pdf>

38 “El impacto económico de las fiestas del Pilar supera los 185 millones de euros”. 2011. Disponible en: http://www.heraldo.es/noticias/suplementos/pilar2011/el_impacto_economico_las_fiestas_del_pilar_supera_los_185_millones_euros_159863_1001024.html

39 BUITRAGO RESTREPO, Felipe y DUQUE MÁRQUEZ, Iván. Op. cit., p.27.

40 “Al Carnaval de Barranquilla también lo mueve la informalidad”. Disponible en: <http://www.carnavaldebarranquilla.com>

pese a las grandes dificultades que existen en torno a la disponibilidad de información y a la complejidad de la temática.

En tal sentido, el presente capítulo relaciona los principales resultados de la estimación del impacto económico del Carnaval de Negros y Blancos 2016, no sin antes advertir que para su cálculo se articularon diversas metodologías, entre ellas el método costo – beneficio y el análisis input – output. Teniendo en cuenta la aclaración anterior, el impacto económico del Carnaval de Negros y Blancos de Pasto se mide como la suma de tres efectos: efecto directo, efectos indirecto e inducido.

4.3.1 EFECTO DIRECTO

El efecto directo se estima con base en el gasto realizado por la organización del carnaval en el Municipio de Pasto, cuyas fuentes de ingresos de Corpocarnaval son los aportes que realiza la Alcaldía de Pasto, la Gobernación de Nariño y el Ministerio de Cultura, existe un bajo porcentaje que obtiene Corpocarnaval por publicidad y por el alquiler de graderías.

A continuación, se detalla el presupuesto de Corpocarnaval discriminado por fuente de financiación:

Tabla 3 Ingresos Corpocarnaval 2016 según fuente de financiación

FUENTE DE FINANCIACIÓN	PESOS
Municipio de Pasto	2.500.000.000
Ministerio de Cultura	2.000.000.000
Gestión comercial *	1.659.438.071
TOTAL INGRESOS	6.159.438.071

Fuente: Corpocarnaval. * Incluye los aportes de la Gobernación de Nariño

Los gastos de Corpocarnaval en el año de 2016 fueron de \$ 6.159.438.071 que se discriminan de la siguiente forma:

Tabla 4 Gasto

CATEGORÍA DE GASTO	PESOS
Area cultural	2.411.821.600
Logística	1.182.500.000
Comunicaciones	277.369.250
Area comercial	70.105.320
Gastos administrativos	577.687.723
Costo de la deuda	1.639.954.178
TOTAL GASTOS	6.159.438.071

Fuente: Corpocarnaval

Sin embargo, Corpocarnaval realiza erogaciones fuera del departamento por concepto de alquiler de vallas, contratación de orquestas, tarimas, graderías, servicio de la deuda, entre otros, que constituyen salidas de recursos del municipio, este valor asciende a \$ 3.124.165.162 que tienen que ser deducidos del total de gastos que realiza la organización.

En resumen, el efecto directo se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 5 Efecto Directo

CONCEPTO	VALOR EN PESOS
Gastos totales de organización	6.159.438.071
Gastos totales fuera del municipio	3.124.165.162
EFFECTOS DIRECTOS	3.035.272.909

Fuente: Esta investigación

El Efecto directo del carnaval para el año 2016 corresponde a **\$ 3.035.272.909**

4.3.2 EFECTO INDIRECTO

Se definen como los gastos realizados por los turistas motivados por el carnaval, este gasto incluye rubros como hospedaje, alimentación, transporte y compras de artículos, para ello fue necesario estimar un promedio de gasto por turista, que fue de 1'146.000, y además consultar el número de turistas que entra al municipio para el disfrute del carnaval, este dato fue suministrado por la policía de turismo del departamento quien estimó un promedio de 25.000 turistas, por lo cual el efecto indirecto se calculó de la siguiente manera:

Efecto indirecto = Gasto promedio por turista x No. de turistas

Efecto indirecto = \$1'146.751 x 25.000 = **\$28.668.775.000**

4.3.3 EFECTOS INDUCIDOS

Los efectos directos e indirectos estimados en el apartado anterior provocan un aumento en la demanda y en el empleo; pero este aumento genera múltiples efectos en cascada en el conjunto de la economía, esos efectos se denominan "Efectos inducidos". Los turistas, por ejemplo, gastan su dinero en la compra de alimentos, lo cual provoca un aumento en los ingresos del sector de Restaurantes y un aumento en el empleo del mismo; a su vez el sector Restaurantes aumenta sus

compras a proveedores (materias primas, electricidad, insumos, industria), empresas que al ver un aumento en su demanda verán dinamizada también su actividad. Todo ello provocará un aumento general y en cascada de la renta y del empleo en toda la economía.

El punto de partida fue determinar la distribución del gasto de la organización y de los turistas por rama de actividad económica. El gasto de los turistas se concentra principalmente en Hoteles y restaurantes (44,4% de su gasto)⁴¹ mientras que el componente de gasto de Corpocarnaval se centra en actividades de Esparcimiento y recreación (55,9%), seguido de industria (33,8%). Con esta segmentación del gasto quedaría evidente cuáles son los sectores que subyacen influenciados por el Carnaval de Negros y Blancos, sin embargo, para determinar los efectos inducidos es necesario estimar el impulso en la demanda de cada uno de los sectores económicos del municipio; para ello es imprescindible contar con la matriz utilización municipal, pero debido a la inexistencia de esta información fue necesario utilizar los coeficientes técnicos nacionales como proxy de los municipales y construir la matriz inversa de Leontief, que finalmente es la que contiene los multiplicadores de gasto para cada uno de los sectores de actividad.

Teniendo en cuenta lo anterior, a continuación, se presentan los efectos inducidos por rama de actividad:

Tabla 6 Efectos inducidos por Rama de Actividad

Actividad	Efecto directo (Gasto de corpocarnaval por rama de actividad)	Efectos indirectos (Gasto de los turistas por rama de actividad)	Total efectos directos más indirectos	Efecto inducido por rama de actividad
Agropecuaria, silvicultura, caza, pesca y minería			-	2.062.976.996
Industria	1.026.107.820		1.026.107.820	3.873.445.340
Electricidad, gas y agua			-	2.273.766.999
Construcción			-	165.311.523
Comercio y reparaciones		5.279.026.937	5.279.026.937	668.645.469
Hoteles y restaurantes	50.000.000	12.727.159.002	12.777.159.002	645.315.187
Transporte y comunicaciones	112.800.000	5.566.498.701	5.679.298.701	2.077.876.871
Esparcimiento y Recreación	1.696.169.323	5.096.090.360	6.792.259.683	1.664.960.043
Servicios	150.195.766		150.195.766	1.559.464.640
TOTALES	3.035.272.909	28.668.775.000	31.704.047.909	14.991.763.068

Fuente: Esta investigación

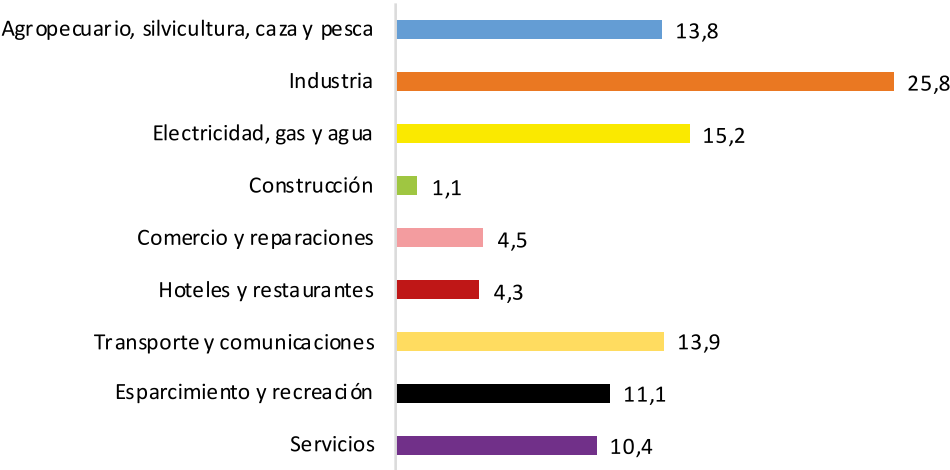
⁴¹ Del total de la actividad de Hoteles y restaurantes, el 35% corresponde a hoteles, hosterías y otros sitios de hospedaje mientras que el 65% restante se consume en alimentación.



La gráfica número 68 muestra los efectos inducidos se encuentran reflejados principalmente en la industria (25,84%), debido a que la actividad del Carnaval se centra en la elaboración de los motivos para los desfiles, en especial el desfile magno del 6 de enero (carrozas, disfraces, trajes individuales, elaboración

de elementos para el carnaval, etc.; esta información se relaciona con las cifras presentadas en el capítulo correspondiente a impacto en el empleo, donde evidencia una mayor generación de empleo en la actividad de industria manufacturera.

Gráfica 49 Distribución de los efectos inducidos del Carnaval de Negros y Blancos 2016 por rama de actividad económica. (%)



Fuente: Esta investigación

Otro sector que recibe un gran porcentaje del total de efectos inducidos es Electricidad, gas y agua, lo que se debe principalmente a que la mayor llegada y permanencia de personas en la ciudad demanda un mayor consumo de servicios públicos, igualmente

que la reactivación del sector industria genera un mayor consumo de estos bienes. A continuación, se resume los efectos totales estimados del carnaval de Negros y Blancos para el año 2016:

Tabla 7 Impacto económico estimado del Carnaval de Negros y Blancos 2016. (Pesos y porcentajes)

Efecto directo	Efecto indirecto	Efectos inducidos	IMPACTO ECONÓMICO ESTIMADO	RATIO B/C
3.035.272.909	28.668.775.000	14.991.763.068	46.695.810.977	13,19
7%	61%	32%	100%	

Fuente: Esta investigación

Finalmente, se concluye que el Impacto económico estimado del Carnaval de Negros y Blancos corresponde a \$46.695.810.977, que es generado principalmente por el gasto de turistas a la ciudad (61,39%) y tiene un ratio B/C de 13,19, lo que signi-

fica que esta fiesta genera importantes retribuciones en ingresos y empleo a la ciudad.





5. OPORTUNIDADES DE EMPLEO Y EMPRENDIMIENTO



Entender la dinámica del carnaval de Negros y Blancos de Pasto, requiere ineludiblemente una visión multifactorial que tome en cuenta distintas perspectivas de análisis, con el fin de lograr comprender las diversas relaciones que se gestan en el marco de la fiesta, y cómo estas generan unos panoramas que entrelazan aspectos económicos, políticos, sociales, culturales, demográficos, ambientales, empresariales y muchos más. Es por esto que, una de las perspectivas de análisis se refiere a la capacidad dinamizadora del carnaval, de distintas variables económicas que influyen directamente sobre el desempeño regional y determinan su estructura económica, siendo los aspectos de empleo y emprendimiento, dos elementos fundamentales para este análisis.

Dentro de este capítulo, el estudio construye conclusiones sobre panoramas de oportunidades que se abren en torno al carnaval en cuanto a la generación de empleo y emprendimiento, identificando oportunidades desaprovechadas por los actores partícipes del carnaval, y que, dependiendo de las estrategias, generen importantes resultados para la dinámica económica del municipio.

“Hace falta visión, tenemos la obligación, como cultores y como administración, hacer una sola fuerza, debemos ser productivos y así el carnaval sería mucho más impactante para toda la ciudad; porque es una fiesta macro, vista por todo el mundo, es universal”

Fabio Jaramillo
(Murga La Sanjuaneña)

Las oportunidades encontradas, componen un espectro amplio de sectores, entre los cuales se identifican emprendimientos y opciones de generación de empleo a nivel cultural, tecnológico, en servicios, entre unos cuantos otros, sin embargo, desde la perspectiva de esta investigación, todas estas oportunidades deben confluir en aportar al cumplimiento, fortalecimiento y mitigación de riesgos contemplados en el Plan Especial de Salvaguardia del Carnaval, plan construido de manera colectiva por todos los hacedores del carnaval, y que de manera participativa y además motivados por un gran sentido de pertenencia hacia el mismo, trazan parámetros importantes para la defensa de la esencia del carnaval, identifican sus principales riesgos e indican cual

debe ser su visión de gestión, de manera que toda iniciativa que se geste en torno al carnaval, como las propuestas planteadas de manera exploratoria en el presente documento, deben tener como marco de referencia y estar alineadas a dicho plan.

5.1 MODELO DE EMPRENDIMIENTO Y EMPLEABILIDAD PARA EL MUNICIPIO DE PASTO EN TORNO AL CARNAVAL DE NEGROS Y BLANCOS

Este capítulo expone con la construcción de un modelo de Emprendimiento y empleabilidad en Pasto en torno al Carnaval de Negros y Blancos, que se compone de 5 elementos: el primero, hace referencia a los factores críticos para su implementación; el segundo elemento, se compone de cuatro líneas estratégicas, sobre las cuales se estructuran los diferentes emprendimientos y programas de generación de empleo, y que corresponden a: gastronomía, industria y comercio, cultura y logística; un tercer elemento, se compone de las estrategias transversales, que son prioritarias y soportan de manera conjunta la implementación de las líneas estratégicas; el cuarto elemento es el Plan especial de salvaguardia, que como se explicó anteriormente se convierte en el marco que delimita las acciones del modelo, y por último, el quinto elemento, se enfoca en un componente investigativo de alta importancia para la mejor comprensión de la dinámica del carnaval, capaz de generar información y conclusiones investigativas aptas para la toma de decisiones presentes y futuras sobre el carnaval.

Bajo la perspectiva del componente investigativo, se entiende que el Carnaval de Negros y Blancos constituye un espacio representativo de la cultura nariñense, objeto de investigación por sus implicaciones económicas, sociales y artísticas; en consecuencia su compleja naturaleza demanda un examen permanente sobre su impacto en la memoria histórica regional y sobre el escenario futuro al que se debe; para efectos de este estudio, de sus vínculos subsecuentes e indisolubles con el mercado laboral, de las relaciones económicas y de sus ramificaciones sociales se sugiere la constitución de estrategias de investigación científica alrededor de la incidencia que el carnaval ejerce sobre la sociedad nariñense en su conjunto y de

sus relaciones locales, regionales e internacionales.

Lo anterior supone que, el denominado “Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad” sea observado mediante el lente de la globalización como contexto que exhorta la llegada de nacionales y extranjeros como turistas, pero también de actores individuales e institucionales de índole nacional e internacional que contribuyan a la promoción cultural y el financiamiento de las actividades desarrolladas en torno al carnaval. El acceso de recursos de cooperación internacional tanto cognoscitivos como financieros, fortalece la oferta de expresiones artísticas, pero también nutre las actividades que gravitan a su alrededor. De otra parte, una internacionalización efectiva del carnaval seduce la asistencia de la comunidad de extranjeros que visitan la región nutriendo la demanda.

No obstante, las implicaciones del carnaval, desde una mirada internacional, no se limitan únicamente al tratamiento de alcances propios de una visión comercial y financiera. La conformación de alianzas internacionales, en todo caso, deben potencializar el desarrollo de la cultura mediante la investigación y la educación como herramientas de desarrollo social, así por ejemplo, los escultores comparten sus conocimientos en el campo de la técnica, al tiempo que conocen las innovaciones tecnológicas que, en otras latitudes se han perfeccionado; simultáneamente, la capacitación a trabajadores informales permite afianzar un mayor grado de asociatividad y de competitividad alrededor de las tareas complementarias suscitadas por el evento y asociadas al mercado de alimentos, comestibles, artesanías y producción de artículos autóctonos.

Se destaca, por consiguiente la relevancia de un marco y estrategias de investigación que no solo

se encarguen de monitorear y transmitir el estudio de las realidades diversas que confluyen en el carnaval, sino que permitan el acceso a información tanto para la demanda efectuada por actores que coyunturalmente participan en el magno evento, y especialmente de potenciales inversionistas internacionales que depositen sus recursos para facilitar el financiamiento de las actividades que se promueven en el carnaval y que dinamizan el mercado laboral que subyace dentro del mismo. Constituye de capital relevancia comprender que las dinámicas laborales están asociadas inexorablemente al conjunto de relaciones propias de la producción de bienes y servicios y del mercado monetario que le asiste, y en efecto, el comportamiento de los agentes económicos que se dan cita en el mercado de trabajo del Carnaval tiene características propias de la informalidad, donde v.gr. no existen elevadas remuneraciones salariales, prestaciones de ley y mucho menos estabilidad temporal. No obstante, la inversión de capital, aunada a la investigación y la capacitación apoyada en un acercamiento al sector externo contribuye a impulsar de forma significativa el mercado de trabajo, otorgándole mejores condiciones en torno a su calidad y aprendizaje y remuneración.



gándole mejores condiciones en torno a su calidad y aprendizaje y remuneración.

Las propuestas planteadas en el presente estudio, son propuestas cuya naturaleza es de tipo exploratorio, fundamentadas en las diversas dinámicas sociales, culturales, tecnológicas, socioeconómicas identificadas a nivel de espectadores y participantes locales, turistas y de comerciantes informales, así como también con base en las múltiples entrevistas realizadas a lo largo de la investigación a diferentes cultores, artistas, artesanos, e involucrados en la gestión, administración, organización e investigación del Carnaval de Negros y Blancos.

Todos estos aportes, permitieron la construcción de un panorama de oportunidades importantes para la ciudad, que puede ser altamente aprovechado mediante la implementación del modelo propuesto en el estudio.

Por último, si bien el modelo, tiene la versatilidad para ser utilizado por todos aquellos que cuenten con las competencias y recursos pertinentes para cada iniciativa, su construcción considero de manera enfática el poder articular de manera prioritaria población vulnerable de la región, que comprende diferentes grupos sociales como madres cabeza de familia, familias de escasos recursos, comerciantes informales de

la región, personas dedicadas a actividades comerciales como la venta de años viejos, mototaxistas, entre muchos otros, con el fin de que su inclusión en las estrategias propuestas contribuyan a generar mayores ingresos, así como también reconvertir sus actividades productivas, o potencializarlas desde estrategias de fortalecimiento de la competitividad de las mismas.

El modelo planteado, orienta los posibles rumbos de decisiones de inversión en torno al Carnaval y está presto a una continua mejora, reconstrucción o adaptación acorde con la coyuntura regional y la estructura integral de la misma, por lo cual se hace también una invitación para su análisis, compren-



sión y fortalecimiento desde los diversos actores partícipes del Carnaval.

5.2 EMPRENDIMIENTOS Y ESTRATEGIAS DE EMPLEABILIDAD CATEGORIZADOS POR LÍNEA ESTRATÉGICA.

A continuación, se relacionan los 32 emprendimientos y estrategias de empleabilidad que se organizaron de acuerdo con las líneas estratégicas del modelo.

Tabla 8 Emprendimientos según línea estratégica

Gastronomía. 1

6	Fomento a iniciativas de emprendimiento cultural en alimentos
17	Mejoramiento de los puestos de comida para el carnaval
24	Alimentos típicos en la senda
32	Empresa productora y comercializadora del Carnaval

Industria y Comercio 2

4	Unidad móvil de publicidad y marketing cultural del Carnaval
8	Empresas de confección para productos de Carnaval.
9	Comercializadora de un kit del Carnaval
10	Accesorios y recuerdos del Carnaval.
14	Servicio de postales de Carnaval
18	Joyería artesanal
19	Accesorios vehiculares para carnaval
23	Elaboración de camisetas del carnaval
27	Innovación artesanal
29	Memorias del Carnaval.

Cultura 3

2	Escuelas comunales de Carnaval
---	--------------------------------

5	Fomento a emprendimientos de marketing cultural
7	Fomento artístico y empresarial de escuelas del carnaval
15	Maquilladores y peinadores del carnaval
16	Talleres "Tus manos en el carnaval" para experimentar la construcción de productos del Carnaval
21	Fotografías oficiales del carnaval
22	Espacios de participación activa en el carnaval

Logística. 4

1	Plataformas web para la promoción de empresas culturales de Pasto y artesanos del Carnaval
3	Zonas de parqueo
11	Empresa de guianza Turística
12	Sistema de transporte auxiliar temporal para el Carnaval
13	Zonas multiservicios
20	Tour a los talleres del carnaval
25	Fortalecimiento de transporte de carga
30	Plataforma digital de promoción y compendio de información sobre el carnaval
31	Puestos de información integrado

5.3 DESCRIPCIÓN DE LAS OPORTUNIDADES DE EMPLEO Y EMPRENDIMIENTOS EN TORNO AL CARNAVAL DE NEGROS Y BLANCOS.

A continuación, se detallan las oportunidades de empleo y emprendimiento a partir de una descripción general del objeto de la iniciativa, los productos o servicios que la evidencian, su clasificación según al sector en el que se desarrollaría, la población vinculada para el desarrollo de la iniciativa, una aproximación al tiempo de maduración e implementación de la iniciativa⁴² y la alineación o relación de la iniciativa con el Plan Especial de Salvaguardia.

42 Corto plazo: un año; mediano plazo: tres años y largo plazo: cinco años

Tabla 9 Oportunidades de empleo y emprendimientos en torno al Carnaval de Negros y Blancos

Iniciativa	1. Plataformas web para la promoción de empresas culturales de Pasto y artesanos del Carnaval
Descripción de la iniciativa	Frente a la necesidad de información para el turista, se requiere apoyar al sector empresarial cultural y de artesanos mediante el desarrollo de plataformas web para la promoción de su producto cultural. Estas plataformas se convierten en una ventana de oportunidades para que los artesanos, cultores y empresas culturales realicen contactos de negocio y visibilicen la oferta cultural. Para ello, se dispondrá de un equipo de profesionales que desarrollen esta iniciativa.
Productos o servicios sugeridos	Desarrollo de la industria digital (videos, páginas web)
Clasificación	Transporte y logística
Población vinculada	Oportunidades de empleabilidad a perfiles como diseñadores gráficos, ingenieros de sistemas, tecnólogos en sistemas (para el soporte y mantenimiento digital), publicistas.
Tiempo estimado de implementación	corto plazo
Alineación con Plan Especial de Salvaguardia -PES-	Entre las estrategias definidas en el reglamento de Corpocarnaval, establece la promoción y gestión del Carnaval como factor de desarrollo empresarial y económico para el Municipio. Se establece el componente de publicidad limpia entre los acuerdos básicos del PES. El desarrollo de material promocional.
Iniciativa	2. Escuelas comunales de Carnaval
Descripción de la iniciativa	Estructuración de un programa de conformación y fomento de escuelas de carnaval ubicadas por comunas o grupo de barrios importantes de la ciudad. Articulación con programas de formación para niños, jóvenes, adultos y adultos mayores. Fortalecimiento de propuestas para participar en carnaval de los barrios y con participación completa de locales. Fortalecimiento del sentido de pertenencia por la fiesta. Creación de murgas y comparsas comunales.
Productos o servicios sugeridos	Escuelas de formación cultural de propuestas artísticas de grupos de comunas locales para participación en el Carnaval de Negros y blancos.
Clasificación	Cultural.
Población vinculada	Niños, jóvenes, adultos y adultos mayores
Tiempo estimado de implementación	Corto Plazo
Alineación con Plan Especial de Salvaguardia -PES-	Debilitamiento en el proceso de Apropiación del Patrimonio Cultural del carnaval La pérdida paulatina del juego y sus escenarios barriales.



Iniciativa	3. Zonas de parqueo
Descripción de la iniciativa	Uno de los principales problemas que enfrenta la población en carnaval es la escasez de sitios de parqueo y la inseguridad de la ciudad impide dejar el automóvil parqueado en las calles aledañas a la senda o a los eventos del carnaval. Esto obliga a las personas a movilizarse a pie o en transporte público, que es muy escaso, se requiere entonces habilitar zonas de parqueo de vehículos en lugares cercanos a la senda y eventos del carnaval, alternas a las zonas azules, que podrían ser administrados por población en situación de pobreza y vulnerabilidad
Productos o servicios sugeridos	Zonas públicas de parqueo
Clasificación	Transporte y logística
Población vinculada	Población vulnerable.
Tiempo estimado de implementación	Corto plazo
Alineación con Plan Especial de Salvaguardia -PES-	Riesgo C: Organización del carnaval y Amenaza (h)

Iniciativa	4. Unidad móvil de publicidad y marketing cultural del Carnaval
Descripción de la iniciativa	El vendedor ambulante se constituye como tal en una oportunidad móvil para que el sector empresarial promocióne su marca (espacio alternativo de promoción empresarial - Acuerdo básico de publicidad limpia PES). Para ello, se diseñaría un accesorio dorsal liviano (aluminio) que le permita al vendedor portarla en su espalda y su recubrimiento en tela sería un espacio utilizado para la publicidad empresarial con sello de Carnaval (Responsabilidad Social Patrimonial), a la vez que lo protegería de las inclemencias del clima (sol y lluvia). Al ente organizador del Carnaval le permitiría ejercer un mayor control sobre las actividades de venta ambulante. Además, esta iniciativa se debe complementar con procesos de formación en: información básica sobre el Carnaval, atención al cliente, disposición adecuada de residuos, entre otros; dirigida a la población que habitualmente se vincula en las diversas actividades del Carnaval; en la visión de proyectar una mejor imagen del Carnaval.
Productos o servicios sugeridos	Accesorio dorsal para proteger al vendedor de las inclemencias del clima y permitir la publicidad comercial con sello Carnaval.
Clasificación	Industria y Comercio
Población vinculada	Vendedores Manufactura Sector empresarial. ambulantes. local.
Tiempo estimado de implementación	corto plazo

Alineación con Plan Especial de Salvaguardia -PES-	Objetivo específico PES, literal C. Acuerdo básico del PES sobre publicidad limpia. Escenarios de participación empresarial: ubicación de las marcas en las casetas y puntos de venta informal. Manejo del riesgo b. privatización y comercialización del carnaval.
---	---

Iniciativa	5. Fomento a emprendimientos de marketing cultural
Descripción de la iniciativa	Financiación de iniciativas emprendedoras de baja inversión orientadas al marketing cultural patrimonial
Productos o servicios sugeridos	Convocatoria para emprendimientos culturales.
Clasificación	Cultural
Población vinculada	jóvenes recién egresados de los niveles profesional técnico o tecnológico que cuenten con una iniciativa emprendedora de marketing cultural
Tiempo estimado de implementación	corto plazo
Alineación con Plan Especial de Salvaguardia -PES-	Amenaza literal a. Debilitamiento en el proceso de apropiación del patrimonio cultural del carnaval.Publicidad limpia: Fomento a la creatividad en iniciativas de marketing cultural patrimonial. Se contempla como escenario de participación empresarial.

Iniciativa	6. Fomento a iniciativas de emprendimiento cultural en alimentos
Descripción de la iniciativa	Financiación a iniciativas empresariales en alimentos, que incluyan buenas prácticas de manufactura, mercadeo adecuado y posicionamiento de marca con responsabilidad social del patrimonio del carnaval
Productos o servicios sugeridos	Convocatoria para emprendimientos culturales en alimentos.
Clasificación	Alimentos
Población vinculada	Madres cabeza de familia, asociaciones de mujeres, población vulnerable.
Tiempo estimado de implementación	corto plazo
Alineación con Plan Especial de Salvaguardia -PES-	Amenaza literal a. Debilitamiento en el proceso de apropiación del patrimonio cultural del carnaval. Publicidad limpia: Fomento a la creatividad en iniciativas de marketing cultural patrimonial.

Iniciativa	7. Fomento artístico y empresarial de escuelas del carnaval
Descripción de la iniciativa	Fomento a la creación de escuelas del Carnaval para la apropiación de las distintas modalidades y expresiones culturales del Carnaval.
Productos o servicios sugeridos	Escuelas del carnaval con ofertas como: vacaciones culturales en temporada de medio y fin de año (receso escolar). Escuelas implementadas por los artesanos y cultores para la formación artística de niños y jóvenes.
Clasificación	Cultural
Población vinculada	Artistas, cultores y profesionales emprendedores en el área.

Tiempo estimado de implementación	mediano plazo
Alineación con Plan Especial de Salvaguardia -PES-	Objetivo específico PES, literal A, E, H, Línea de acción 7.2. Identificado como espacio de participación empresarial.

Iniciativa	8. Empresas de confección para productos de Carnaval.
Descripción de la iniciativa	Fortalecimiento de la industria manufacturera -actividad confecciones- para el desarrollo de diseños y estampados que promuevan la apropiación del patrimonio cultural del carnaval. Para ello se adelantarán capacitaciones a negocios ya establecidos.
Productos o servicios sugeridos	Realización de disfraces y vestuario alusivos al carnaval.
Clasificación	Industria y Comercio
Población vinculada	empresarios del sector
Tiempo estimado de implementación	corto plazo
Alineación con Plan Especial de Salvaguardia -PES-	Gestión del riesgo B. privatización y comercialización del carnaval.

Iniciativa	9. Comercializadora de un kit del Carnaval
Descripción de la iniciativa	La venta de un "Kit del carnaval" a locales y Turistas, en el que se ofrezca los principales productos necesarios para el disfrute de los distintos eventos del carnaval.
Productos o servicios sugeridos	Dependiendo de si es niño o adulto, el kit será diferencial, con la inclusión básica de talco, cosmético, carioca, gafas, pañoleta, coge pelo, sombrero, elementos de limpieza de ojos, tapabocas, entre otros.
Clasificación	Industria y Comercio
Población vinculada	Vendedores informales y almacenes de comercio.
Tiempo estimado de implementación	Corto plazo
Alineación con Plan Especial de Salvaguardia -PES-	Amenaza (e): La subvaloración de la fiesta y el carnaval como constructores de cultura ciudadana: Se requiere de una postura conceptual y metodológica de formación ciudadana desde los imaginarios y símbolos de la fiesta y la escuela del carnaval. La lúdica, la creatividad, el arte, la música, el teatro son componentes fundamentales de una apuesta pedagógica ciudadana, estas competencias se encuentran instaladas en la población de Pasto y en los actores y artistas del carnaval. Se ubican los retos en formar ciudadanos desde el acto pedagógico emocional artístico social del carnaval durante todo el año. Amenaza (a): Debilitamiento en el proceso de Apropiación del Patrimonio Cultural del carnaval. Desde las mingas de patrimonio queda claro que la fortaleza del carnaval radica en la apropiación de sus raíces y esencias que orientan el presente y el futuro incluyendo a las nuevas generaciones y sus expresiones, como frutos de la cultura.

Iniciativa	10. Accesorios y recuerdos del Carnaval.
Descripción de la iniciativa	Fabricación y comercialización de suvenires alusivos al carnaval como artesanías y manualidades.
Productos o servicios sugeridos	Accesorios femeninos (aretes, collares), manillas, bolsos, llaveros, tazas, copas, lapiceros, figuras pequeñas, billeteras, cuadros, juguetes, individuales, porta vasos, floreros, maseteros.
Clasificación	Industria y Comercio
Población vinculada	Artesanos, artesanas (paja toquilla, fique, lana), cultores, vendedores informales.
Tiempo estimado de implementación	Cortos plazo - Mediano plazo.
Alineación con Plan Especial de Salvaguardia -PES-	En la proyección de escenarios de participación empresarial se contempla la creación de la tienda del Carnaval en la línea de marketing cultural patrimonial del PES. Aporta a la dignificación del trabajo de los artesanos, establecido en las líneas de acción principales del PES. En la línea de acción se establece las capacitaciones.

Iniciativa	11. Empresa de guianza Turística
Descripción de la iniciativa	Conformación de una empresa, una cooperativa o un programa tendiente a estructurar equipos de guías turísticos integrales, con conocimientos en temas históricos, geográficos, turísticos, ecológicos, culturales, religiosos, sobre Nariño. Generar alianzas estratégicas con agencias de turismo local y de otras ciudades, así como también con entidades públicas y privadas para ofertar paquetes turísticos tanto para grupos de turistas como para grupos de locales, que puedan brindar una experiencia turística y de reconocimiento de territorio. Turismo departamental, con una visión más completa de las diferentes regiones del departamento y sus elementos turísticos, multiculturales y diversidad. Turismo municipal. Paquetes turísticos con énfasis en lo local urbano, para el fomento y promoción de aspectos locales como historia, tour gastronómico, cultural, cuentería, datos curiosos de la ciudad, celebración de momentos especiales históricos.
Productos o servicios sugeridos	Equipos de guías turísticos integrales Oferta de paquetes turísticos desde plataformas virtuales Oferta de paquetes turísticos departamentales y locales urbanos
Clasificación	Transporte y logística
Población vinculada	Técnico de Turismo Egresados profesionales
Tiempo estimado de implementación	Corto Plazo
Alineación con Plan Especial de Salvaguardia -PES-	Debilitamiento en el proceso de Apropiación del Patrimonio Cultural del carnaval



Iniciativa	12. Sistema de transporte auxiliar temporal para el Carnaval
Descripción de la iniciativa	Estructuración de un sistema auxiliar de transporte que aporte a la mejora de los modelos de Movilización en la ciudad en el marco de los Carnavales de Negros y Blancos. Formación de un equipo de conductores locales con conocimientos en turismo multiperspectivo. Habilidadación de automotores tipo van (Generalmente usados como transporte escolar que se subutilizan en temporada de carnavales), con fines de transporte de rutas urbanas para Movilización de grupos de espectadores locales, y con proyección a rutas de turismo departamentales. Estructuración de un modelo de alquiler de vehículos en la ciudad para turistas y Estructuración de una estrategia de alquiler de bicicletas. Estructuración administrativa con la articulación de personas locales. Posible articulación de agencias turísticas locales y de otras ciudades. Identificación de los elementos de transporte bajo la estrategia de "La ciudad se viste de carnaval"
Productos o servicios sugeridos	Sistema integrado de transporte auxiliar para Carnaval de Negros y Blancos. Equipo de conductores locales capacitados en temas de turismo. Habilidadación de automotores tipo Van para Movilización de grupos de espectadores del carnaval Estructuración de una empresa de alquiler de autos en la ciudad Alquiler de bicicletas.
Clasificación	Transporte y logística
Población vinculada	Jóvenes
Tiempo estimado de implementación	largo plazo
Alineación con Plan Especial de Salvaguardia -PES-	La Organización del carnaval
Iniciativa	13. Zonas multiservicios
Descripción de la iniciativa	Zonas multiservicios estratégicamente ubicadas a lo largo de la senda del carnaval, para la oferta de comida, zonas de descanso, zona de licores, energía para carga de aparatos electrónicos, hidratación, zona de información, protección del sol o la lluvia, llamadas a celular, zona de consecución de taxis o transporte, venta de artesanías, suvenires, elementos alegóricos del carnaval.
Productos o servicios sugeridos	Zonas multiservicios ubicada s a lo largo de la senda del carnaval. Zonas para ubicar emprendimientos de población local.
Clasificación	Transporte y logística
Población vinculada	Madres cabeza de familia, población desplazada.
Tiempo estimado de implementación	Corto Plazo
Alineación con Plan Especial de Salvaguardia -PES-	Privatización y comercialización del carnaval.

Iniciativa	14. Servicio de postales de Carnaval
Descripción de la iniciativa	Creación de un sistema de postales del carnaval. Postales con fotografías oficiales, con fotografías del momento, referencias históricas y culturales del área de la fotografía o el evento. Alianza estratégica para el transporte oportuno de las postales para llegada en tiempo de carnavales a sus destinos
Productos o servicios sugeridos	Servicio de postales en Carnaval
Clasificación	Industria y Comercio
Población vinculada	Jóvenes y adultos
Tiempo estimado de implementación	mediano plazo
Alineación con Plan Especial de Salvaguardia -PES-	Debilitamiento en el proceso de Apropiación del Patrimonio Cultural del carnaval.

Iniciativa	15. Maquilladores y peinadores del carnaval
Descripción de la iniciativa	Ofertar el servicio de maquillaje artístico para participar en el Carnaval con motivos propios de la fiesta. Ofertar servicio de peinados en trenza para mujeres que participan en el carnaval. Para ello se adelantará capacitaciones para elaboración de maquillajes del carnaval, como también la elaboración de peinados adecuados para el disfrute del Carnaval. Esto implica capacitación en buen trato, higiene, logística, entre otros.
Productos o servicios sugeridos	Oferta de servicios de maquillaje artístico para carnavales. Oferta de servicios de peinados de transas en el cabello para mujeres participantes del carnaval
Clasificación	Cultural
Población vinculada	Madres cabeza de familia, población desplazada
Tiempo estimado de implementación	Corto Plazo
Alineación con Plan Especial de Salvaguardia -PES-	El aumento de agresiones y del juego irrespetuoso

Iniciativa	16. Talleres "Tus manos en el carnaval" para experimentar la construcción de productos del Carnaval
Descripción de la iniciativa	El participante del taller, especialmente los turistas, tendrán la oportunidad de vivir la experiencia de construir el Carnaval, directamente en los talleres y espacios donde artesanos, cultores, organizadores de murgas y comparsas desarrollan su creatividad y propuestas para el Carnaval.
Productos o servicios sugeridos	Talleres experienciales para los visitantes, en las actividades, técnicas, expresiones y modalidades del Carnaval.
Clasificación	Cultural

Población vinculada	Artisanos, cultores, organizadores de murgas y comparsas.
Tiempo estimado de implementación	Corto Plazo
Alineación con Plan Especial de Salvaguardia -PES-	Debilitamiento en el proceso de Apropiación del Patrimonio Cultural del carnaval

Iniciativa	17. Mejoramiento de los puestos de comida para el carnaval
Descripción de la iniciativa	Ante la inconformidad en el servicio de venta de comida en época de carnaval, se busca mejorar las condiciones y calidad de las comidas que se ofrecen; estos aspectos se relacionan con higiene, oportunidad en el servicio, variedad, precio. Para ello es necesario capacitar a las personas que se dedican a esta actividad en temas como buenas prácticas de manufactura.
Productos o servicios sugeridos	Cursos de capacitación en BPM a vendedores informales de comida y en preparación de comida rápida
Clasificación	Alimentos
Población vinculada	Vendedores informales de comida
Tiempo estimado de implementación	Corto plazo
Alineación con Plan Especial de Salvaguardia -PES-	Riesgo C: Organización del carnaval: Se precisa una dimensión organizativa y logística a la altura de la manifestación

Iniciativa	18. Joyería artesanal
Descripción de la iniciativa	Exploración de nuevos diseños a partir de diferentes técnicas de joyería, como la Joyería artesanal contemporánea, la orfebrería tradicional entre otras, cuya inspiración sea el Carnaval de Pasto y sus tradiciones,
Productos o servicios sugeridos	Collares, anillos, aretes, broches
Clasificación	Industria y Comercio
Población vinculada	Egresados de artes, diseño gráfico, diseño industrial.
Tiempo estimado de implementación	Mediano plazo
Alineación con Plan Especial de Salvaguardia -PES-	Amenaza A: Debilitamiento en el proceso de Apropiación del Patrimonio Cultural del Carnaval

Iniciativa	19. Accesorios vehiculares para carnaval
Descripción de la iniciativa	La industria gráfica del municipio se puede impulsar a través de la elaboración de diferentes artículos, entre ellos la elaboración de vinilos o stickers para los vehículos, hay que señalar que esta industria tiene que articularse con la academia y con los cultores y artesanos del carnaval
Productos o servicios sugeridos	Vinilos adhesivos con motivos y marca de carnaval
Clasificación	Industria y Comercio

Población vinculada	Imprentas del municipio, diseñadores gráficos
Tiempo estimado de implementación	Corto plazo
Alineación con Plan Especial de Salvaguardia -PES-	Riesgo B: Privatización y comercialización del carnaval. Alteración de los símbolos ancestrales por logotipos comerciales que desdibujan las esencias del carnaval y contaminan visualmente la senda en sus desfiles, convirtiendo las expresiones del carnaval en mercancía para dar paso a dinámicas de la oferta-demanda privada

Iniciativa	20. Tour a los talleres del carnaval
Descripción de la iniciativa	Algunas personas días antes del desfile magno realizan visitas a los talleres de los artesanos con el fin de conocer la técnica y apreciar el colorido y majestuosidad de las carrozas en su proceso de elaboración, sin embargo, no existe guías turísticos que indiquen la ubicación de los talleres y mucho menos que expliquen al visitante la técnica de elaboración de la carroza, el significado de los motivos y la trayectoria de los artesanos, por lo tanto es necesario preparar personas que realicen estas actividades y que ofrezcan, tanto a locales como turistas, la oportunidad de conocer con mayor profundidad estos procesos.
Productos o servicios su-geridos	Visitas guiadas a talleres de los artesanos
Clasificación	Transporte y logística
Población vinculada	Corpocarnaval, agencias de turismo
Tiempo estimado de implementación	Corto plazo
Alineación con Plan Especial de Salvaguardia -PES-	Amenaza (d): La dignidad del trabajo de los artistas: Se recoge este clamor histórico de muchos artistas del carnaval, quienes consideran que las condiciones de trabajo en los improvisados “talleres” de los protagonistas del carnaval son inapropiadas logísticamente; el uso de equipos y materiales ponen en peligro su salud y bienestar humano, su seguridad social es vulnerable al no contar con un seguro de protección en riesgos profesionales en las actividades relativas al carnaval; durante el año existen pocos estímulos y reconocimientos para la cualificación humana, cultural, técnica y de emprendimientos de los artistas y sus familias.

Iniciativa	21. Fotografías oficiales del carnaval
Descripción de la iniciativa	Las imágenes del carnaval, en forma de postal o fotografía es uno de los principales recuerdos o suvenires que las personas desearían tener. Aunque parezca extraño ya que existe en la actualidad facilidad para captar imágenes digitales a través del celular, las personas prefieren las fotografías impresas tomadas por un profesional y que capten la riqueza artística las imágenes del carnaval, muchos consideran que es una buena alternativa de regalo para su familiares o amigos en otras partes del país y también es una buena forma de dar a conocer el carnaval en el mundo.



Productos o servicios sugeridos	Postales, Libros de memorias, Fotografías fotográficas del carnaval, Afiches, Agendas, Calendarios.
Clasificación	Cultural
Población vinculada	Imprentas del municipio, diseñadores gráficos, fotógrafos profesionales
Tiempo estimado de implementación	Corto plazo
Alineación con Plan Especial de Salvaguardia -PES-	Amenaza (e): La subvaloración de la fiesta y el carnaval como constructores de cultura ciudadana: Se requiere de una postura conceptual y metodológica de formación ciudadana desde los imaginarios y símbolos de la fiesta y la escuela del carnaval. La lúdica, la creatividad, el arte, la música, el teatro son componentes fundamentales de una apuesta pedagógica ciudadana, estas competencias se encuentran instaladas en la población de Pasto y en los actores y artistas del carnaval. Se ubican los retos en formar ciudadanos desde el acto pedagógico emocional artístico social del carnaval durante todo el año Amenaza (a): Debilitamiento en el proceso de Apropiación del Patrimonio Cultural del carnaval. Desde las mingas de patrimonio queda claro que la fortaleza del carnaval radica en la apropiación de sus raíces y esencias que orientan el presente y el futuro incluyendo a las nuevas generaciones y sus expresiones, como frutos de la cultura.

Iniciativa	22. Espacios de participación activa en el carnaval
Descripción de la iniciativa	Existe disposición por parte de turistas y locales para participar activamente en el carnaval, haciendo parte de las comparsas, murgas y carrozas, asimismo, muchos artesanos, con el fin de solventar en alguna medida los costos en los que incurren para la elaboración de sus motivos, venden lugares en sus carrozas para que algunas personas participen en ella y disfruten el desfile desde otra perspectiva. Es necesario promocionar estos espacios y brindar la oportunidad al artesano y demás cultores de recuperar en parte los recursos invertidos y al mismo tiempo permitir a las personas conocer el otro lado del carnaval siendo partícipes activos del mismo.
Productos o servicios sugeridos	Lugares en carrozas, murgas y comparsas
Clasificación	Cultural
Población vinculada	Artesanos y cultores
Tiempo estimado de implementación	Corto plazo
Alineación con Plan Especial de Salvaguardia -PES-	Amenaza (g): La pérdida paulatina del juego y sus escenarios barriales. El ciudadano ha dejado de ser protagonista y participante activo del carnaval.

Iniciativa	23. Elaboración de camisetas del carnaval
Descripción de la iniciativa	La idea tiene que ver con la personalización de camisetas individual o para grupos y que cuenten con los diseños propios del carnaval o que lleven estampados los regionalismos del departamento. Los resultados de las encuestas dicen que la mayoría de las personas prefiere salir a disfrutar del carnaval en grupo, principalmente los jóvenes, sería interesante brindar la posibilidad de que esos grupos puedan diferenciarse con una camiseta divertida o atractiva, que tenga un estampado particular y relacionado con el carnaval u ofrecer a cualquier persona una camiseta que pueda llevar como recuerdo de su visita a la región y que tenga una muestra de la cultura pastusa o nariñense, que además se convierta en un souvenir o un regalo para sus familiares o amigos en otras regiones o países.
Productos o servicios sugeridos	Camisetas estampadas personalizadas
Clasificación	Industria y Comercio
Población vinculada	Población vulnerable.
Tiempo estimado de implementación	Corto plazo
Alineación con Plan Especial de Salvaguardia -PES-	Amenaza (e): La subvaloración de la fiesta y el carnaval como constructores de cultura ciudadana: Se requiere de una postura conceptual y metodológica de formación ciudadana desde los imaginarios y símbolos de la fiesta y la escuela del carnaval. La lúdica, la creatividad, el arte, la música, el teatro son componentes fundamentales de una apuesta pedagógica ciudadana, estas competencias se encuentran instaladas en la población de Pasto y en los actores y artistas del carnaval. Se ubican los retos en formar ciudadanos desde el acto pedagógico emocional artístico social del carnaval durante todo el año Amenaza (a): Debilitamiento en el proceso de Apropiación del Patrimonio Cultural del carnaval. Desde las mingas de patrimonio queda claro que la fortaleza del carnaval radica en la apropiación de sus raíces y esencias que orientan el presente y el futuro incluyendo a las nuevas generaciones y sus expresiones, como frutos de la cultura.
Iniciativa	24. Alimentos típicos en la senda
Descripción de la iniciativa	Suministro de alimentos propios de la región, con buenas prácticas de manufactura, diseño adecuado del producto para su consumo en eventos y una marca de Carnaval.
Productos o servicios sugeridos	Dulces típicos con su debido empaquetado, tostado, frito, sándwich de pernil, hornado.
Clasificación	Alimentos
Población vinculada	Población vulnerable, madres cabeza de familia
Tiempo estimado de implementación	mediano plazo



Alineación con Plan Especial de Salvaguardia -PES-	Se encamina en el fortalecimiento individual y social de los artistas y cultores del carnaval en cuanto a la realización de talleres de producción y actividades.
---	---

Iniciativa	25. Fortalecimiento de transporte de carga
Descripción de la iniciativa	Con el apoyo de la Alcaldía se busca fortalecer el sistema de transporte de carga que permita desplazar con mayor facilidad hacia el lugar de concentración, las obras y motivos que serán expuestos en el desfile del carnaval con el fin de agilizar y evitar posibles daños.
Productos o servicios sugeridos	Fortalecer un sistema de transporte oficial
Clasificación	Transporte y logística
Población vinculada	Alcaldía y tránsito
Tiempo estimado de implementación	largo plazo
Alineación con Plan Especial de Salvaguardia -PES-	Forma parte de la promoción y difusión del Carnaval de Negros y Blancos con la participación de artistas y cultores en eventos.

Iniciativa	26. Marketing territorial
Descripción de la iniciativa	Es una estrategia de desarrollo local que mediante acciones de promoción económica busca conservar y difundir el patrimonio cultural y natural en la perspectiva de mejorar la calidad de vida de estas comunidades.
Productos o servicios sugeridos	Organización de eventos alternos en los corregimientos con una oferta artística, gastronomía, cuenteros, etc. que le permita a las personas en época de carnaval, tener una opción alternativa para el ocio y disfrute del patrimonio cultural.
Clasificación	Transversal
Población vinculada	Población de la zona rural
Tiempo estimado de implementación	corto plazo
Alineación con Plan Especial de Salvaguardia -PES-	Gestión de la amenaza G: Pérdida paulatina del juego y sus escenarios barriales. Objetivo específico b. Línea de acción 7.7.

Iniciativa	27. Innovación artesanal
Descripción de la iniciativa	Diversificar la producción de artículos artesanales elaborados con barniz, paja toquilla, tamo, cuero repujado.
Productos o servicios sugeridos	Talleres de innovación artesanal (design thinking), investigación de materiales, para la producción de cuadros, bolsos, sombreros, zapatos, esculturas, flores, jarras, tazas, correas, chaquetas, billeteras, accesorios.
Clasificación	Industria y Comercio
Población vinculada	Artesanos, artesanas (paja toquilla, fique, lana), curtidores.

Tiempo estimado de implementación	Mediano Plazo
Alineación con Plan Especial de Salvaguardia -PES-	Entre las líneas de acción del PES, se contempla el elemento formativo, el que se concibe como una capacidad para la innovación. El debilitamiento en el proceso de apropiación del Patrimonio cultural, se habla de la re significación de algunos eventos bajo la idea de conservar la esencia del patrimonio cultural que dio origen a la fiesta.
Iniciativa	28. Vestir la ciudad de Carnaval.
Descripción de la iniciativa	Elaboración de arreglos y accesorios lumínicos para la decoración de la ciudad, en la que pueden involucrarse no solo los artesanos sino también la población vulnerable.
Productos o servicios sugeridos	Decoración de la ciudad en sitios estratégicos con elementos alegóricos al carnaval, que se constituya en una propuesta alterna a las actividades programadas.
Clasificación	Transversal
Población vinculada	Población vulnerable, artesanos, cuenteros, músicos, vendedores informales.
Tiempo estimado de implementación	mediano plazo
Alineación con Plan Especial de Salvaguardia -PES-	Entre las líneas de acción se identifica el marketing cultural patrimonial entre las acciones que deben adelantarse para fortalecer el Carnaval.
Iniciativa	29. Memorias del Carnaval.
Descripción de la iniciativa	Reseña de documentales de los días del carnaval.
Productos o servicios sugeridos	Videos, fotografías, reseñas. Impresas o grabadas en alta calidad en cd o memorias USB que sean comercializadas durante el carnaval que acerca al propio y turista a la esencia del carnaval.
Clasificación	Industria y Comercio
Población vinculada	Fotógrafos, diseñadores, historiadores, cuenteros y vendedores informales.
Tiempo estimado de implementación	Corto plazo
Alineación con Plan Especial de Salvaguardia -PES-	La línea de acción 7.2 establece la creación del centro de documentación, archivo y memoria.
Iniciativa	30. Plataforma digital de promoción y compendio de información sobre el carnaval
Descripción de la iniciativa	Estructurar una plataforma digital web y móvil con información oportuna, de calidad, fiable, completa y de utilidad para propios y turistas sobre el Carnaval. Información completa de aspectos turísticos de Pasto, reserva de hoteles, reserva de puestos en el carnaval, compra de tiquetes etc.
Productos o servicios sugeridos	Plataforma Web y móvil con información del carnaval

Clasificación	Transporte y logística
Población vinculada	Jóvenes
Tiempo estimado de implementación	Mediano Plazo
Alineación con Plan Especial de Salvaguardia -PES-	Debilitamiento en el proceso de Apropiación del Patrimonio Cultural del carnaval

Iniciativa	31. Puestos de información integrado
Descripción de la iniciativa	En el carnaval es importante tener un punto de referencia, donde el turista o local tenga la oportunidad de recibir información sobre eventos, lugares u otro tipo de servicios como atención médica. De igual manera, esta acción permite visibilizar a Corpocarnaval como entidad organizadora; por ello, la ubicación de estos puntos tendrá en cuenta la visibilidad para el público.
Productos o servicios sugeridos	Puntos integrados de información
Clasificación	Transporte y logística
Población vinculada	Población vulnerable.
Tiempo estimado de implementación	Corto plazo
Alineación con Plan Especial de Salvaguardia -PES-	Riesgo C: Organización del carnaval: Se requiere una eficiente dimensión administrativa y financiera.

Iniciativa	32. Empresa productora y comercializadora del Carnaval
Descripción de la iniciativa	Creación de una cooperativa de producción y comercialización de alimentos, que incluya un diseño del producto práctico y adecuado para el usuario durante el disfrute del carnaval, el cual se encuentre debidamente empacado y con la marca del carnaval lo que genera confianza en el consumidor
Productos o servicios sugeridos	Bolsas que contengan tostado, cajas de icopor para combo con las respectivas divisiones para almacenar por separado cada producto ya sean papas, sándwich, crispetas, frito, envase de plástico que contenga las salsas por aparte, cada una debe ir registrada con la marca y el logo de carnaval.
Clasificación	Gastronomía
Población vinculada	Contribuye en que sea reconocido en el mundo entero como expresión magna de la cultura de la región.
Tiempo estimado de implementación	Mediano plazo
Alineación con Plan Especial de Salvaguardia -PES-	Esta iniciativa se puede incluir entre los escenarios de participación empresarial identificados por el PES.

6. CONCLUSIONES

Los eventos que mayor atracción generan en los residentes del Municipio de Pasto son en su orden: el Desfile Magno del 6 de enero, el desfile de Colectivos Coreográficos o Canto a la Tierra, La familia Castañeda y el Carnavalito, no obstante el Día de negritos (5 de enero), que hacen parte de la historia y que dio origen al Carnaval de Negros y Blancos no tiene una gran acogida por el público en general, lo que evidencia, una crisis profunda y una falta de claridad en su apropiación, significación y proyección.

Las principales motivaciones de los Pastusos para asistir al carnaval son la diversión y esparcimiento (51,3%), observar el arte o los espectáculos (19,6%) o porque hace parte de su tradición y cultura (15,5%); existe un porcentaje menor (9,5%) que asisten con el fin de acompañar a otras personas como amigos, turistas y menores de edad.

Las principales razones por las cuales las personas no asisten al carnaval son: porque no les llama la atención (23,7%), les molesta el polvo o el ruido (23,7%) y no existe innovación (18,4%).



Indirectamente el Carnaval genera turismo en otros lugares del departamento, así lo indican los resultados, un 42,7% de la población encuestada aprovecha la época de Carnaval para visitar sitios como los corregimientos de Pasto (18,1%), la Laguna de la Cocha (18,6%) y Santuario de Las Lajas (18,1%).

La percepción de los locales sobre el impacto que genera el Carnaval en la ciudad es en general positiva, un 68,5% manifiesta que el carnaval aumenta el reconocimiento y promoción del municipio, un 72,8% considera que representa orgullo y satisfacción para los ciudadanos; el 71% opina que es un buen medio para la promoción y difusión de la cultura de los nariñenses. Sin embargo, también refieren efectos negativos como la Inseguridad (71,5%), deterioro del tráfico de la ciudad (64,3%) y contaminación ambiental como el ruido, basuras, contaminación del aire (75,3%).

Un 66,5% del total de los residentes de Pasto opina que el Carnaval dinamiza la economía del municipio y un 70,5% refiere que aumenta el empleo.

La dificultad de conseguir transporte en días de Carnaval es una percepción expresada por el 46,9% de la población y consideran que se debe a la escasez de vehículos, que los transportadores no quieren ir al destino y que no están disponibles las rutas de bus que normalmente salen a la ciudad, por lo cual se solicita a las autoridades mayor control de los transportadores y aumento de las rutas de buses.

El principal medio de transporte en Carnaval es el público, como taxis y buses, sin embargo, existe un importante porcentaje de la población que se moviliza a pie (30,7%).

Una de las principales actividades que se dinamiza con la realización de esta fiesta es la venta ambulante de comidas rápidas, pero generalmente la preparación adolece de adecuadas prácticas y procedimientos de calidad, por lo que la falta de higiene es uno de los problemas que se exponen por parte de los locales encuestados (4,5%).

La disponibilidad de alimentos es un tópico que se debe mejorar, debido a que se evidencia una inconformidad por parte de los residentes locales, el 11,7% opina que existe una escasa variedad de alimentos,,



existe, por lo tanto, un mercado insatisfecho y que da pie para el desarrollo de nuevos emprendimientos de elaboración y venta de alimentos en carnaval. Los souvenirs que se han adquirido por las personas son principalmente artículos de vestuario, memorias del carnaval, video o fotografías y máscaras, y la mayoría los ha comprado en la calle. La preferencia de los encuestados por los estos artículos se inclina por los videos o fotografías, las memorias y las réplicas de carrozas, también son preferidas las obras de arte como los cuadros o esculturas.

La información recolectada indica que el principal flujo de turistas corresponde a Nariñenses residentes en otras zonas del País, especialmente Bogotá, que por periodo vacacional de fin de año y Carnavales, autorganiza su viaje acompañado de amigos o integrantes de su hogar para disfrutar de la región, algunos días, en compañía de su familia o amigos radicados en Pasto o Nariño, tiempo que incluye la temporada de fiestas de fin de año y carnavales. Esta experiencia permite atraer a otros turistas, especialmente, de procedencia nacional.

Los turistas exhiben diferentes necesidades que afectan su estancia durante los días del Carnaval y que se convierten en oportunidades para el desarrollo de emprendimientos o empleos. Entre estas oportunidades están las relacionadas con el transporte, productos del Carnaval y la región, disponibilidad de espacios para el ocio y la diversión del turista, alojamiento, alimentación y otros servicios logísticos relacionados con el Carnaval.

Ante las deficiencias exhibidas en el mercado de trabajo local en materia de desocupación, el Carnaval se constituye en una oportunidad para el desarrollo de emprendimientos culturales y de generación de ingresos en actividades de gastronomía, industria y comercio, cultura, logística, que requieren ser dinamizados desde la Alcaldía de Pasto y Corpocarnaval en articulación con otras instituciones del nivel regional y nacional, del ámbito público, privado y no gubernamental.

En consideración al contexto laboral de Pasto y los actores locales que tradicionalmente impulsan el Carnaval, los sectores poblacionales que deben considerarse para ser beneficiarios de las oportunidades de empleo y emprendimiento identificadas son



especialmente los artesanos, cultores del Carnaval, gestores culturales vinculados a distintas modalidades y expresiones, asociaciones participantes de la fiesta, entre otros, cuyo apoyo redundaría no solo en mejorar sus condiciones de vida, sino en la preservación y posicionamiento del Patrimonio Cultural que representa el Carnaval de Negros y Blancos tanto para Pasto como para el Departamento de Nariño.

La medición de la economía cultural es reciente y compleja, además existen diversos factores que dificultan las estimaciones del impacto económico de fiestas como los carnavales, especialmente la escasez de información confiable y oportuna; sin embargo, es indiscutible el potencial que tienen estas actividades culturales en la generación de empleo e ingresos en los territorios, por ello es necesario desarrollar investigaciones sobre el tema con el fin de tomar decisiones oportunas y eficientes desde las entidades de planeación local para aprovechar las ventajas u oportunidades económicas que se generan y que coadyuven al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades.

El Efecto directo del Carnaval sobre la economía local para el año 2016 corresponde a **\$3.035.272.909**, representado especialmente por el gasto que Corpocarnaval realiza para la organización del evento, que se centra en actividades de Esparcimiento y recreación (55,9%), seguido de industria (33,8%).



El Efecto indirecto del Carnaval, correspondiente al gasto realizado por los turistas en el municipio se estima en **\$28.668.775.000**, gasto que se ejecuta principalmente en actividades de Alojamiento y comida (44,39%) y en otras actividades como transporte, comercio y esparcimiento, en un promedio del 18% cada una.

El Efecto inducido corresponde a los efectos en cascada en toda la economía del municipio; para el Carnaval de Negros y Blancos se valoró en **\$14.991.763.068**

El impacto económico estimado del Carnaval de Negros y Blancos es de **\$46.695.810.977** y tiene un ratio de **13,19** lo que significa que, que por cada peso que se invierte en la organización del carnaval se generan 13,19 pesos de aporte a la economía municipal.

Las condiciones de la población ocupada en actividades informales de comercio y producción y venta de alimentos en el marco del carnaval de negros y blancos de Pasto, son complejas, puesto que en términos generales y mayormente, es población que está en edades comprendidas entre los 35 a 42 años, cuya formación académica es primaria para el 49,49%, son habitantes de domicilios principalmente conseguidos bajo la modalidad de arriendo para el 58,10%,

un 63,3% vive en estratos uno y el 46,8% de esta población, en temporada de carnaval, a través de sus actividades generan ingresos por ventas brutas menores a \$ 100.000.

Si bien, la temporada de carnaval, genera oportunidades de manera amplia para una gran porción de la población, el comercio informal y la producción y venta de alimentos, es una actividad que es desarrollada en un 70% por personas locales, mientras que un 30% corresponden a personas que provienen de otras partes del país, principalmente de ciudades cercanas como Cali, Popayán y Pereira.

En el desarrollo de las actividades comerciales informales y producción y venta de alimentos, el 57,91% de las personas consigue sus productos por medio de la compra a un distribuidor mayorista en Pasto, involucran entre 1 a 5 personas del núcleo familiar a estas actividades. El 29,97% de la población dedica entre 10 a 12 horas diarias para el desarrollo de las actividades, en unidades móviles de trabajo, según el 83,5%. El 49,49% desempeña labores informales principalmente por las dificultades para conseguir empleo. Consideran que las principales dificultades que enfrentan para el desarrollo de sus actividades se encuentran el Clima y los permisos o licencias.

El 46,8% desarrolla las actividades informales de manera permanente, y en una jornada diaria normal, los ingresos por ventas brutas del 30% más representativo de la población, no superan los \$ 30.000 diarios, mientras que, en temporada de Carnavales, estos ingresos experimentan un aumento en sus ventas normales entre los \$ 20.000 a \$ 50.000 diarios.

Se deben crear acciones de manera interinstitucional, que permitan generar impactos positivos en términos de mejorar las condiciones de vida de la población que se encuentra en estas situaciones, a través de estrategias de generación de empleo y emprendimiento, de igual manera los modelos de organización cooperativa, y modelos de economía solidaria se convierten en opciones que deben ser exploradas para la mejora de la calidad de vida de este tipo de población.

Entre las opciones para potencializar la dinámica económica municipal a través del aprovechamiento

to de las oportunidades creadas por el Carnaval de Negros y Blancos, se encuentran las estrategias de generación de emprendimiento y empleabilidad. El modelo planteado por esta investigación, reúne importantes aportes conceptualizados desde cuatro líneas estratégicas: gastronomía, industria y comercio, cultura y logística, desde las cuales se plantean propuestas exploratorias en cuanto a emprendimientos y estrategias de generación de empleo.

La base para la puesta en marcha del modelo, se centra en tres elementos fundamentales: La articulación interinstitucional que tome como epicentro de conexión a los hacedores del carnaval, un componente de eficiencia organizacional, administrativa y financiera para la gestión del Carnaval, y un componente de Formación del talento humano involucrado en el carnaval con énfasis en innovación y defensa del patrimonio cultural.

Existen líneas estrategias que son transversales a todo el modelo, y que apoyan la ejecución de cada uno de los componentes, estas son: Marketing Territorial, La ciudad se viste de carnaval, y la marca del Carnaval.

El Carnaval de Negros y Blancos, debe ser objeto de estudio permanente, como estrategia para su mejor comprensión y entendimiento, alrededor de la incidencia que el evento ejerce sobre la sociedad Nariñense y de sus relaciones con otros territorios. La proyección de la fiesta Magna debe partir de decisiones argumentadas, tomadas desde el análisis de resultados investigativos, de manera que la planificación, la coordinación, la administración y la misma creación del Carnaval sea una expresión de las realidades pasadas, presentes y futuras del Carnaval.



7. REFERENCIAS

BUITRAGO RESTREPO, Felipe y DUQUE MÁRQUEZ, Iván. "La economía Naranja". En: <https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/3659/La%20economia%20naranja%3a%20Una%20oportunidad%20infinita.pdf?sequence=4>.

CORPOCARNAVAL. <https://www.carnavaldepasto.org/>
Economía Andaluza. Informe anual del Turista 2006. Capítulo 3 Perfil y características del turista. <http://www.economiaandaluza.es/publicaciones/informe-anual-turismo-andalucia-2006>

FIERRO CASTRO, Cristina. Carnaval de Negros y Blancos de Pasto, turismo y transformaciones urbanas de la ciudad de San Juan de Pasto. Disponible en: <http://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/10893/7609/1/0508700-p-14-s.pdf>.

Informe anual de Andalucía. 2006. Disponible en: <http://www.economiaandaluza.es/sites/default/files/cap389.pdf>

MINISTERIO DE CULTURA Y ALCALDIA DE PASTO. Plan Especial de Salvaguardia del Carnaval de Negros y Blancos de Pasto. Documento de sustentación. Julio de 2010. http://www.pasto.gov.co/index.php/informes-de-gestion/informe-de-gestion-2011/category/100-comunicaciones?download=1932:documento_ejecutivo_pes

PERLES RIBES, José Francisco. "Análisis del impacto económico de eventos: una aplicación a fiestas populares de proyección turística". 2006. Disponible en: <file:///C:/Users/Cedre-PC/Downloads/18011-86111-1-PB.pdf>

Red ORMET. (2012). Diagnostico socioeconómico y del mercado de trabajo - Ciudad de Pasto. Pasto: Editorial Universitaria - Universidad de Nariño. Obtenido de Diagnostico socioeconómico y del mercado de trabajo - Ciudad de Pasto.

8. ANEXOS

Anexo 1. Fichas técnicas

Ficha técnica, encuesta aplicada a residentes de la ciudad de Pasto

Características	Encuesta a residentes
Universo	Habitantes de la ciudad de Pasto mayores a 18 años
Unidad muestral	Persona
Ámbito geográfico	Área metropolitana de Pasto
Método de recolección de información	Encuesta personal
Procedimiento de muestreo	Muestreo estratificado según estrato socioeconómico
Tamaño de la muestra	400
Nivel de confianza	95%
Error muestral	5%
Fecha de aplicación	Diciembre de 2016

Fuente: Esta investigación

Ficha técnica encuesta aplicada por alcaldía de Pasto a turistas entre el 28 de diciembre de 2016 y el 10 de enero de 2017.

Características	Encuesta a residentes
Universo	25.000 turistas. Fuente policía de Turismo de Nariño.
Unidad muestral	Persona
Ámbito geográfico	Área metropolitana de Pasto
Método de recolección de información	Encuesta personal
Procedimiento de muestreo	Encuestas de Seguimiento o Control.
Tamaño de la muestra	264
Nivel de confianza	95%
Error muestral	6%
Fecha de aplicación	Diciembre de 2016

Fuente: Esta investigación.

Ficha técnica, encuesta aplicada a ocupados informales actividades de comercio y venta de alimentos.

Características	Encuesta a residentes
Universo	23.555 vendedores ambulantes en Pasto
Unidad muestral	Persona
Ámbito de aplicación	Eventos de Carnaval 28 de diciembre de 2016 a 10 de enero de 2017
Método de recolección de información	Encuesta personal
Procedimiento de muestreo	Encuestas de Seguimiento o Control.
Tamaño de la muestra	378
Nivel de confianza	95%
Error muestral	6%
Fecha de aplicación	Diciembre de 2016 a enero de 2017.

Fuente: Esta investigación.

A large, colorful sculpture of a tiger's head is the central focus. The tiger has orange and yellow fur with black stripes and spots. Its mouth is wide open, revealing sharp white teeth and a pink tongue. The sculpture is mounted on a wooden frame. In the background, there is a workshop with wooden pallets, tools, and a blue tarp. The text "¡Viva Pasto Carajo!" is written in a black, cursive font across the center of the tiger's face.

*¡Viva
Pasto
Carajo!*

