

Caracterización de Organizaciones Culturales y Creativas de Bogotá D.C

Sectores Audiovisual y radio; Artes escénicas y espectáculos; Enseñanza cultural y; Museos, archivos y bibliotecas

Este estudio consolida información cuantitativa y cualitativa del sector cultural y creativo. Estas cifras se convierten en insumos para la formulación políticas, planes y proyectos, así mismo facilita la planificación estratégica en las organizaciones y la toma de decisiones de inversión pública y privada en el sector.

Perfil de los directivos

Más del **70,4%** de los representantes legales encuestados **son hombres**, más del **21,5%** **son mujeres** y el **8,1%** prefiere no responder.

Más del **40%** tienen entre **26 y 45 años de edad**.

El **52%** de las organizaciones se clasifica como una microempresa, seguida por pequeña empresa (16%) y mediana empresa (3%).

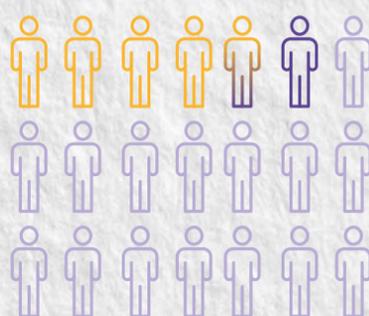
Propiedad intelectual

El **60%** requiere registrar propiedad intelectual.

El **31%** registra sus obras.

El **32%** recibe regalías por propiedad intelectual.

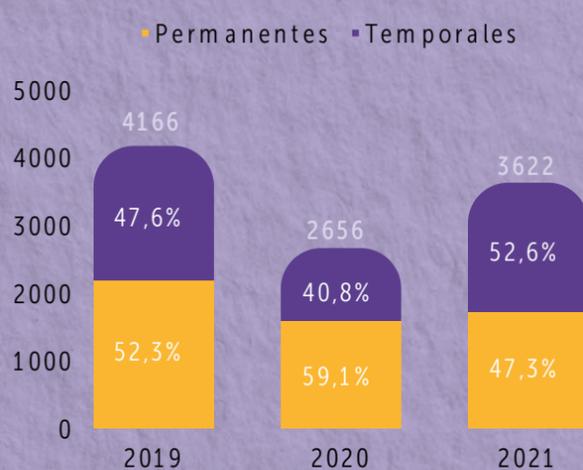
El **63%** tienen marca, logo, signo, distintivo, eslogan pero no están registradas ante la SIC.



456
encuestas

Actividades y redes

El **37%** de los encuestados indicaron que la organización tiene entre **10 y 20 años** de funcionamiento, seguido por el **29%** que tiene entre **2 y 5 años** y **20,83%** entre **6 y 9 años**.



Trabajadores

Para el 2020 se presentó una disminución del **36%** en el total de trabajadores con respecto al 2019; pero para el 2021 esta cifra aumentó en un **36%** con respecto al 2020.

Caracterización económica

Para el año 2019 el **31%** de las organizaciones indicó que no tuvo ningún ingreso bruto, cifra que aumenta en 2020 a **46%** y disminuye a **35%** en 2021.

Sin embargo, la mayoría de los encuestados indicaron que la organización tiene una **expectativa muy optimista frente al 2022 y 2023**.



Principales fuentes de financiación



Políticas públicas y DOFA

Políticas prioritarias para el desarrollo del sector



Oportunidad dirigida al fortalecimiento de programas de formación para hacer frente a las necesidades del sector



Debilidad
Conocer qué tanto abarca del mercado

Oportunidad
Conocimiento y gestión de los clientes objetivo

Fortaleza
Competencias creativas y artísticas de quienes trabajan en la organización

Amenaza
Reconocimiento de la organización en el mercado

