

**CONSULTORIA EN POLITICA SOCIAL  
CARNAVAL DE NEGROS Y BLANCOS DE PASTO, CON OPORTUNIDADES DE  
TRABAJO DIGNO PARA MUJERES DEDICADAS AL SECTOR GASTRONÓMICO**

**AUTORES**

**CARLOS EMILIO CHAVES MORA  
VÍCTOR JAVIER VALENCIA CEBALLOS**

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
MAESTRÍA EN POLÍTICA SOCIAL  
SANTIAGO DE CALI**

**2021**

**CONSULTORIA EN POLITICA SOCIAL  
CARNAVAL DE NEGROS Y BLANCOS DE PASTO, CON OPORTUNIDADES DE  
TRABAJO DIGNO PARA MUJERES DEDICADAS AL SECTOR GASTRONÓMICO**

**AUTORES**

**CARLOS EMILIO CHAVES MORA  
VÍCTOR JAVIER VALENCIA CEBALLOS**

**Trabajo de grado presentado como requisito parcial para optar por el título  
de Magister en Política Social**

**Director del trabajo de grado: Luis Fernando Aguado, PhD**

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
MAESTRÍA EN POLÍTICA SOCIAL  
SANTIAGO DE CALI**

**2021**

Santiago de Cali, noviembre 01 de 2021

Doctor  
Silvio Borrero Caldas  
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas  
Pontificia Universidad Javeriana  
La Ciudad

Por medio de la presente me permito comunicarle, que en mi calidad de director de trabajo de grado he leído detenidamente el informe final del estudio titulado “Carnaval de negros y blancos de Pasto, con oportunidades de trabajo digno para las mujeres dedicadas al sector gastronómico”, realizado por los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Javeriana nombres: Carlos Emilio Chaves Mora 8957189 y Víctor Javier Valencia Ceballos 8957271, y considero que cumple con todos los requisitos requeridos para ser presentada a evaluación.

Atentamente

---

Luis Fernando Aguado, PhD  
Director del Trabajo de Grado

Santiago de Cali, noviembre 01 de 2021

Doctor  
Silvio Borrero Caldas  
Decano  
Facultad De Ciencias Económicas y Administrativas  
Pontificia Universidad Javeriana Cali  
La Ciudad

Por medio de la presente estamos entregando a usted el Trabajo de Grado cuyo título es “CARNAVAL DE NEGROS Y BLANCOS DE PASTO, CON OPORTUNIDADES DE TRABAJO DIGNO PARA LAS MUJERES DEDICADAS AL SECTOR GASTRONÓMICO “. Esperamos que este Trabajo cumpla con los requisitos académicos exigidos y que alcance el propósito para el cual fue elaborado.

Atentamente

---

Carlos Emilio Chaves Mora

Código 8957189

---

Victor Javier Valencia Ceballos

Código 8957271

Santiago de Cali, noviembre 01 de 2021

Doctor  
Silvio Borrero Caldas  
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas  
Pontificia Universidad Javeriana  
La Ciudad

Por medio de la presente me permito comunicarle, que en mi calidad de director de trabajo de grado he leído detenidamente el informe final del estudio titulado “CARNAVAL DE NEGROS Y BLANCOS DE PASTO, CON OPORTUNIDADES DE TRABAJO DIGNO PARA LAS MUJERES DEDICADAS AL SECTOR GASTRONÓMICO”, realizado por los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Javeriana nombres Carlos Emilio Chaves Mora y Víctor Javier Valencia Ceballos códigos 8957189 y 8957271, y considero que cumple con todos los requisitos requeridos para ser presentada a evaluación.

Atentamente

---

Luis Fernando Aguado  
Director del Trabajo de Grado

ARTÍCULO 23 de la resolución N° 13 de julio 6 de 1946

“La Universidad no se hace responsable por los conceptos emitidos por sus alumnos en sus trabajos de Tesis. Sólo velará porque no se publique nada contrario al dogma y a la moral católica y porque la Tesis no contenga ataques o polémicas puramente personales; antes bien, se vea en ellas al anhelo de buscar la Verdad y la Justicia”.

**“Carnaval de negros y blancos de Pasto con oportunidades de trabajo  
digno para las mujeres dedicadas al sector gastronómico”**

Aprobado por el Comité de Trabajos de Grado en cumplimiento de los  
requisitos exigidos por la Pontificia Universidad Javeriana para optar  
por el título de Magister en Política Social.

---

SILVIO BORRERO CALDAS

Decano

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

---

Luis Fernando Aguado

Director Adjunto

Maestría en Política Social

---

Nombre (s) Apellido (s)

Jurado

---

Luis Fernando Aguado, PhD

Director del Trabajo de Grado

Santiago de Cali, fecha (01, noviembre y 2021)

---

SILVIO BORRERO CALDAS

Decano

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

## Contenido

	Pág.
1. Introducción	1
2. Perfil del carnaval	2
3. Capítulo 1: El carnaval de negros y blancos, una oportunidad de desarrollo social para la equidad de género	6
4. Capítulo 2: Oportunidades de empleo para las mujeres en la gastronomía tradicional en carnaval.	9
5. Capítulo 3: Una estrategia para elevar la generación de empleo femenino en el carnaval con especial referencia gastronómica local	18
6. Conclusiones	22
7. Recomendaciones	24
8. Referencias bibliográficas.	25

## LISTA DE FIGURAS

	Pág.
<b>FIGURA 1:</b> Venta de productos	15
<b>FIGURA 2:</b> Ingresos promedios diarios de los negocios en Carnaval	16

## LISTA DE CUADROS

	Pág.
<b>CUADRO 1:</b> Caracterización de negocios	14
<b>CUADRO 1:</b> Propuesta de presupuesto para el desarrollo de la estrategia	20
<b>CUADRO 2:</b> Grupos de interés para la implementación de la estrategia	21

## Introducción

La celebración de carnavales y festivales culturales recrea en el territorio respectivo, a través de la música, el baile, la gastronomía, los vestidos típicos, el Patrimonio Cultural Inmaterial acumulado en una comunidad (Snowball & Antrobus, 2021; Heredia-Carroza, et al.2021). El Carnaval de Negros y Blancos de la ciudad de Pasto se ha constituido en una de las fiestas tradicionales más importantes del suroccidente colombiano, con una historia de casi 170 años. La UNESCO lo declaró patrimonio inmaterial de la humanidad en el año 2009, de igual manera lo exaltó el Congreso de la República de Colombia, lo que muestra la importancia de la fiesta magna en el contexto Nacional y Mundial.

El trabajo describe un perfil para que el lector conozca la esencia del carnaval; posteriormente detalla en su primera parte el impacto económico y social que genera la realización del mismo en la ciudad de Pasto a través de la generación de ingresos y oportunidades de empleo para una gran parte de la población vulnerable de la ciudad, con especial atención a la población de los estratos 1 y 2. En la segunda parte se esboza las oportunidades de empleo que se podría generar en el sector gastronómico para ellas a través del fortalecimiento durante el desarrollo de la fiesta magna.

Finalmente, se presentará una estrategia que permita la generación de empleo, mejoramiento de ingresos, reconocimiento de la gastronomía local en los negocios de comidas tradicionales donde se cuenta con una gran participación de la mujer.

## Perfil del Carnaval

**Nombre oficial:** Carnaval de Negros y Blancos

**Ubicación y frecuencia de realización:** San Juan de Pasto Nariño, celebración anual que inicia el 28 de diciembre hasta el 7 de enero del siguiente año.

**Año de inicio, duración y número de ediciones:** Según los registros históricos desde 1854, en la actualidad con una duración de 11 días, las ediciones documentadas se han realizado desde el año 1920, destacándose la versión del año 2021 en su modalidad virtual debido a la pandemia.

**Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad :** El Congreso de la República mediante Ley número 706 en noviembre de 2001 declara al Carnaval como Patrimonio Cultural de la Nación<sup>2</sup>, más tarde el 24 de septiembre del año 2007, el Ministerio de Cultura, mediante resolución número 1557 de 2007, declaró el Carnaval de Negros y Blancos como bien de Interés Cultural de la Nación<sup>3</sup> y, finalmente el 30 de septiembre de 2009, fue declarado por la UNESCO como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad (PCIH).

**Descripción:** El carnaval es visto como un ritual de resistencia que tienen los pastusos, un espacio en el cual se resalta al artesano y llena de orgullo y reconocimiento a un pueblo de artistas, cultores, artesanos y trabajadores del campo.

*“Es la necesidad del ritual histórico que tienen los pastusos de resistir al tedio, sublimar el trabajo del artesano y soñar con otro tiempo y espacio que les permite ser desde el*

---

1.Ver, ORMET (2018).

2.Ver, Congreso de la República de Colombia (Ley 706 de 2001).

3. Ver, Ministerio de Cultura (Resolución 1557 de 2007).

*sentimiento, orgullo y reconocimiento para un pueblo de artistas, cultores, artesanos y*

*trabajadores del campo*". Ministerio de Cultura & Alcaldía Municipal de San Juan de

Pasto, 2010, p. 3

**Programa:** La celebración está compuesta por dos fases, el pre-carnaval, inicia el 28 de diciembre con el proyecto "arcoíris en el asfalto" y cierra el 31 de diciembre con el desfile de años viejos.

En la segunda etapa del carnaval se lleva a cabo la ofrenda a la virgen de las Mercedes y se da inicio al carnavalito, desfile en el que participan los niños y niñas; por otro lado, se desarrolla rockcarnaval el día 2 de enero, el 3 de enero se realiza el desfile de los colectivos coreográficos, 4 de enero el de la familia Castañeda, 5 de enero la fiesta de los negros - Juego de Identidad y el 6 de enero día de Blancos el cual se realiza el desfile Magno.

Las modalidades de participación son Disfraz individual: representación del carnaval por parte de un solo individuo, Comparsa: grupo de danzas constituido por un número no mayor de 7 personas, Murga: grupo conformado entre 8 y 20 músicos, Colectivo Coreográfico: grupo de músicos y danzantes que recrean las temáticas andinas, conformado por un número que oscila entre 60 y 250 máximo, Carroza no motorizada: composición escultórica y alegórica elaborada con técnicas tradicionales y contemporáneas, 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. En todas modalidades de presentación se lleva inmerso danzas, música, movimientos, mitos, leyendas, personajes o pasajes de la historia y la cultura regional y global.

**Credenciales:** El Carnaval de negros y blancos hace parte del patrimonio cultural del pueblo patuso, desde año 2001 es reconocido por el Estado como patrimonio cultural de la nación

expresado en la ley 706, años después el ministerio de cultura expidió la resolución número 1557 del 24 de septiembre de 2007, declarando al Carnaval como bien de interés cultural de la nación, y finalmente recibe el máximo reconocimiento el 30 de septiembre de 2009, como Patrimonio Cultural inmaterial de la Humanidad (PCIH) otorgado por la UNESCO.

**Gobierno del Carnaval y su financiación:** El carnaval de Pasto es organizado, administrado y financiado en su mayoría por el sector Público a través de Corpocarnaval. De acuerdo con Corpocarnaval (2021); es una entidad con participación mixta, que se rige por el derecho privado, sin ánimo de lucro y conformado por Alcaldía de Pasto quien además es el socio con la mayor participación accionaria, Gobernación de Nariño, Cámara de Comercio de Pasto, FENALCO, CORBETA S.A. y/o ALKOSTO, Corporación de Caminantes de Carnaval de Pasto, Pasto Deportes, Universidad de Nariño, ASOARCA, Consejo Municipal de Cultura, COTELCO, Agencia de Desarrollo Local, Fondo Mixto de Cultura y EMAS; además su principal objetivo es salvaguardar el carnaval como Patrimonio Intangible de la Nación y de la Humanidad

La financiación se realiza con recursos que anualmente se presupuestan por parte del Ministerio de Cultura, la administración municipal de Pasto, la dirección administrativa de Cultura del departamento de Nariño, y privada a través de los patrocinadores, a quienes se les ha propuesto estrategias de publicidad comercial en vallas, caravana publicitaria, patrocinios oficiales, copatrocinios, cooperante oficial y propuestas alternas.

**Escenarios:** A través de la senda del carnaval, la cual atraviesa la icónica Plaza del carnaval ubicada en el centro de la ciudad de Pasto en las calles 18 y 19 entre carrera 20 y 22; construida en 2003 para la recuperación cultural, física y social del barrio Veinte de Julio; el trayecto de la senda lo establece la organización dependiendo de la programación y se destaca porque es público y gratuito.

**Forma de acceder a los eventos:** 100% gratuito, los asistentes deberán en la senda del carnaval a lo largo de 10 kilómetros, eventualmente se vende accesos a graderías que los particulares alquilan con bonos para los desfiles del 28 de diciembre al 6 de enero.

**En una palabra:** Una fiesta del Arte al alcance del pueblo.

## **CAPITULO 1: El carnaval de negros y blancos, una oportunidad de desarrollo social para la equidad de género**

Ramirez, E, Vizcaino, A y otro (2019). En revista Katharsis número 27, manifiestan en su artículo, que el empleo femenino representa el 49% del empleo formal en el turismo a nivel mundial, proporción que sube al 59% en América Latina, según reporta el Informe Mundial sobre las Mujeres en el Turismo del año 2011; esto nos permite, analizar al Carnaval de negros y Blancos como una fuente de oportunidades laborales para la mujer como se argumentará más adelante.

Los trabajos investigativos de Hidalgo (2019) y la Red ORMET (2020), han evidenciado el gran impacto económico y social que genera el carnaval de negros y Blancos, para el primero los beneficios económicos percibidos en el año 2017 ascendían a \$ 57.767 millones, de los cuales 10,7 % correspondían a ingresos percibidos por el organizador del evento, es decir, Corpocarnaval, y 89,3 % a otros beneficios generados por efectos indirectos e inducidos del evento magno.

La razón de los impactos indirectos tiene que ver con la llegada de turistas a la ciudad que dinamiza los negocios de hoteles, restaurantes y transporte en gran medida, pero también disparando el consumo de bienes y servicios.

Dentro de los efectos indirectos, se tiene el gasto medio en consumo de los asistentes locales que en 2017 eran alrededor de \$19.298 millones, dicho consumo desagregado corresponde en un 33,9% en hoteles y restaurantes, 26,4% en comercio, 22,8% en industria y 16,9% en transporte y comunicaciones. Por el lado de los asistentes foráneos (nacionales o extranjeros) el gasto medio en consumo correspondía a \$ 17.316 millones, desagregados en ramas económicas tales como: hoteles y restaurantes (44,4 %), transporte y comunicaciones (19,4 %), comercio (18,4 %) y esparcimiento y recreación (17,8 %).

En materia de empleabilidad, la red ORMET (2020), afirma que la celebración del Carnaval genera 1.344 empleos totales cada año, 94% de ellos en condiciones de informalidad. 2 de cada 10 empleos ocurren en la fase previa de preparación (p.ej. diseño y construcción de Carrozas, confección de trajes típicos para las comparsas) en los meses de septiembre y diciembre, el resto se desarrolla en el marco del carnaval (enero), a través de actividades económicas como ventas ambulantes, empleados de hoteles, restaurantes, ventas de alimentos, entre otras.

En una encuesta aplicada por la red ORMET, se identificó que el 70% de los comerciantes informales dedicados a la preparación de alimentos y comercio son de la ciudad de Pasto, 9 de cada 10 pertenecen a estratos 1 y 2 de la ciudad, lo cual refleja el gran impacto en la generación de empleo en una parte de la población de la ciudad que se encuentra en zonas con carencias de vías, servicios públicos, centros de salud y educativos, a parte de este contexto, también se enfrentan a dificultades como lo son: bajos ingresos económicos, altos niveles de densidad demográfica, bajos niveles educativos, problemas de inseguridad, violencia y discriminación de género.

A nivel etario, 6 de cada 10 comerciantes informales se encuentra en edades comprendidas entre los 28 y 56 años, población que se le añade los bajos niveles educativos, acrecentando las barreras que les impide acceder a un empleo formal, por esa razón muchos optan generar ingresos a través del trabajo informal.

Existe un dato que no pasa inadvertido y es la generación de empleo en personas en edades comprendidas entre los 63 a 78 años, representando por el 3% de la población encuestada, población adulta mayor, que además de enfrentar las dificultades expuestas en el párrafo anterior, presentan limitaciones de sus capacidades físicas para desarrollar de manera fluida las actividades que demanda el comercio informal, añadido a las condiciones de contexto a las que se exponen en

época de carnaval, como lo son el clima, el polvo, la carioca y los tumultos de personas que pueden poner en riesgo su salud.

En términos generales, el empleo que genera el carnaval de Negros y Blancos es mayoritariamente informal, y es desarrollado principalmente, por personas de estratos bajos de la ciudad, con niveles educativos básicos y de edad adulta.

En materia de género, según Hidalgo (2019) 6 de cada 10 empleos informales son femeninos, y las actividades laborales en que se encuentran vinculadas las mujeres son de comercio (a través de la venta de elementos para el juego del carnaval como los cosméticos, carioca, pintura, telas, sombreros, gafas alimentos empaquetados y comidas rápidas) y también al sector manufacturero mediante actividades de confección de trajes y vestuarios para las coreografías del Carnaval, todas estas a través de emprendimientos familiares.

Según la ORMET (2020), el 80% de las mujeres encuestadas respondió ser jefe de hogar, indicando que son las encargadas de las actividades del cuidado dentro de sus hogares aparte de ser la principal aportante de recursos económicos.

En el mismo estudio, ORMET (2020), se resalta que las mujeres son mejor calificadas que los hombres en el sector informal, en este contexto, el nivel de responsabilidad frente a los hombres del mismo sector es superior, acrecentando la brecha de género, debido a que muchas de ellas por ligar sus actividades diarias a las domésticas, prefieren optar alternativas de generación de ingresos que les permita flexibilidad para desempeñarse en los diversos espacios tanto laborales como familiares, generando una barrera social que le impide acceder al empleo formal y sus garantías.

Dentro de los impactos sociales directos del Carnaval, se destaca el esfuerzo de Corpocarnaval por distribuir los ingresos obtenidas a través del servicio de los baños públicos móviles instalados en

la época, que son destinados hacia las mujeres cabeza de hogar priorizadas en los programas de apoyo municipales a población vulnerable.

A manera de conclusión, en este primer capítulo, se puede evidenciar como una estrategia de fortalecimiento en la empleabilidad a través del Carnaval de negros y blancos, puede generar un bienestar social a mujeres vinculadas al sector informal, por medio de las actividades de preparación de alimentos y de comercio, permitiéndoles pasar esas barreras que le impiden obtener un empleo formal (como lo son su edad, bajo nivel educativo, brecha de género, entre otras), mejorando sus ingresos que les permita tener una vida digna junto a su familia u hogar.

## **CAPITULO 2: Oportunidades de empleo para las mujeres en la gastronomía tradicional en carnaval.**

De acuerdo con Luis F. Aguado, Alexei Arbona, Luis Palma & Jesús Heredia-Carroza (2021) en su artículo *How to value a cultural festival? The case of Petronio Álvarez Pacific Music Festival in Colombia*, logran demostrar de forma empírica, que los factores determinantes de la valoración de fiestas, está dado, por la experiencia previa de los asistentes al festival, la percepción individual y expectativas acerca de las implicaciones del festival en la generación de ingresos y puestos de trabajo. Lo que permite deducir con base a los resultados, como la percepción de los asistentes al mismo concluye que el desarrollo de evento genera riqueza material para la ciudad anfitriona.

Se ha visto el gran impacto de la gastronomía en el marco de los eventos culturales, en el caso del Petronio Álvarez el sector que mayor impacto tiene es la industria alimenticia con el 11,5 %, que corresponde a la preparación de alimentos para consumo de asistentes, artistas y equipo de logística. OIM (2020).

El principal gasto generado por los asistentes al festival (Aguado, Arbona & López, 2019), se atribuye a las cocinas tradicionales, en el caso de los locales representa el 60% del gasto total diario (COP 25.212), y el de turistas (nacionales y extranjeros) el 33% (COP53.541).

En el mismo estudio, se evidencia la generación de empleos creativos (cocineras tradicionales, artesanos, diseñadores de instrumentos musicales, peinadoras), de los 929 empleos generados a través de los Stand del evento, 387 son asociados a la cocina tradicional, de los cuales 201 son de carácter creativo y 186 en personal de apoyo, lo cual representa el 42% de empleos generados en estas actividades.

Para el caso de las fiestas de San Francisco en Quibdó Chocó, (Eduardo, 2020), manifiesta que el desarrollo de este evento lleva a ocupar la capacidad instalada al 100% de la actividad de preparación de alimentos, cuando el resto de temporada solo opera al 70%, dicho incremento en la ocupación aumenta el factor de producción de trabajo, lo cual repercute en el aumento de empleados al 20% en este sector. Los efectos inducidos por los asistentes a la fiesta activa a 71 emprendimientos dedicados a la preparación y ventas de alimentos, los cuales capturan ingresos en promedio de COP 23.150.000.

Diferentes estudios sobre el sector gastronómico, como eje central del turismo, evidencia la importancia de potencializarlo para la generación de ingresos y empleos toda vez que al mismo tiempo fortalece la cultura, la identidad y la cohesión social de la comunidad que se visita.

Colombia en los últimos años se ha ido convirtiendo en uno de los destinos turísticos más importantes para los extranjeros, su amplia oferta gastronómica generada gracias a la gran diversidad étnica y cultural de nuestro país es uno de los principales alicientes para ser visitada.

Para el año 2014, Garzón (2015) manifestó que el sector gastronómico tuvo un crecimiento del 22%, y aportó al sector turismo 3,6 puntos porcentuales. Por otro lado, también afirma que se ha

venido convirtiéndose en una gran oportunidad para que las personas se vinculen a la vida laboral, ya que, para el mismo año, a nivel nacional se crearon 90.000 restaurantes, donde cada uno cuenta con un mínimo de 10 personas.

Garzón (2015), afirma que la tendencia culinaria que se percibía en los nuevos restaurantes se encontraba en el posicionamiento de la comida típica colombiana y el rescate cultural de acuerdo con información reportada por la Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica, ACODRES.

Para el año 2017, El espectador (2018) expresó, con base a cifras del ministerio de industria y comercio, que alrededor de 6,5 millones de turistas visitaron Colombia, donde uno de los principales atractivos turísticos fue la gastronomía.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, siguiendo a la revista latinpymes, (2019), reconoce la industria gastronómica como una de las grandes generadoras de empleo y desarrollo económico, también enfatiza en la importancia de resaltar la gastronomía como un elemento cultural, lo cual puede llevar a Colombia a convertirse en uno de los principales destinos gastronómicos de Latinoamérica.

Latinpymes, (2019) manifiesta que la industria gastronómica en Colombia, a través de establecimientos legalmente constituidos, genera cerca de millón y medio de puestos de trabajo donde el 58% son ocupados por mujeres.

De acuerdo con la perspectiva de los anteriores autores y la tendencia mundial del turismo gastronómico, se evidencia la importancia de fortalecer todo el conocimiento que implica la preparación de platos típicos de la región, lo que, a su vez, generará mayor valor agregado a los productos alimenticios ofrecidos en épocas de carnaval.

La manera en que se preparan y se consumen los alimentos, tiene un orden culinario que responde a ciertas reglas de comportamiento, rituales y estéticas particulares, que hacen parte de la tradición del mismo pueblo.

En la misma línea de lo anterior, al considerarse la comida típica como patrimonio cultural, el consumo de alimentos deja de verse como una simple actividad que satisface una necesidad humana y nutricional y se convierte en una conexión sensorial a través de sabores que guardan la tradición, historia y el conocimiento de una comunidad, y que el turista estará dispuesto a pagar por ella.

Para el caso del Carnaval de negros y blancos de Pasto, de acuerdo con los datos de la red ORMET (2020), casi el 40% de los trabajadores informales en el sector de preparación de alimentos y comercio son mujeres, de las cuales el 80% reportaron ser jefes de hogar, que en su gran mayoría como se evidenció en el capítulo anterior, se encuentran en estratos uno y dos, lo cual indica que se encuentran en condiciones de vulnerabilidad alta y con bajos ingresos.

Dentro de los sectores con gran proyección para fortalecimiento del empleo en el carnaval de negros y blancos, se encuentra el gastronómico, hoy en día el reconocimiento de la cocina tradicional como patrimonio cultural e inmaterial de nuestro país, definido de esta manera por Sistema Nacional de información Cultural (SINIC) en su página web, debido a que a través de ella, los pueblos y comunidades logran transmitir saberes tradicionales sobre las formas autóctonas en que se usan los insumos para preparar los alimentos que realzan su identidad. Ha sido una gran motivación para que turistas locales y extranjeros hagan partícipes de nuestras festividades.

A través de un estudio liderado por el municipio de Pasto, se recolectó información relevante sobre las oportunidades laborales y de emprendimiento que se encuentra en el desarrollo de la fiesta maga, específicamente en el sector gastronómico se evidenció los siguientes resultados:

En una encuesta aplicada a 400 asistentes del carnaval, el 62,8% manifestó que actualmente consume en esta época comidas rápidas, el 40,3% productos empaquetados y el 14,5% productos típicos, pero el orden de preferencias varía cuando se les pregunta ¿Qué tipo de alimentos le gustaría consumir durante el carnaval?, A lo cual el 47,5% contestó comidas rápidas, manteniéndose en la primera posición pero con un porcentaje menor y en segundo lugar casi duplicando el resultado actual aparece las comidas típicas con el 31,8%, seguido de productos empaquetados con 21,5%.

Teniendo en cuenta las cifras de Hidalgo (2019), el carnaval de negros y blancos acoge alrededor de 88.500 personas, por tanto, la población que sería la demanda potencial dispuesta a comprar comidas típicas estaría alrededor de 35,400 personas.

Los datos muestran que existe un mercado insatisfecho, que da pie para el desarrollo de nuevos emprendimientos en la elaboración y ventas de alimentos típicos en el carnaval, inclusive se podría pensar en desarrollar propuestas enfocadas a que los mismos se vendan empaquetados y que sean de rápida preparación para suplir las tres principales preferencias de los asistentes de la fiesta magna.

El presente estudio realizó una encuesta orientada a la actualización del perfil del sector gastronómico informal tradicional de carnaval de negros y blancos, para lo cual tuvo en cuenta la población estudiada por la red ORMET; los que encuentra en la senda del Carnaval y aquellos que son vendedores informales constantes de comidas tradicionales en la ciudad de Pasto; el análisis se realizó sobre una muestra total de 122 negocios, que corresponde a un 30% total de la población identificada.

Caracterización de los negocios				
Números de negocios encuestados	122			
Negocios registrados en Cámara de Comercio	Si	No		
	26	96		
Periodo de actividad	Todo el año	Sólo en carnaval		
	108	14		
Cargo en el negocio (de la persona encuestada)	Cargo	Mujer	Hombres	TOTAL
	Propietario (a)	89	15	104
	Administrador (a)	1	1	2
	empleados	12	4	16
	TOTAL	102	20	122
Número de empleos generados	Tipo de empleo	Mujer	Hombres	TOTAL
	Creativos	131	9	140
	Personal de apoyo	44	16	60
	TOTAL	175	25	200

Fuente: La presente investigación

Es importante resaltar que, de la muestra analizada, 73% de los negocios son propiedad de mujeres.

La generación de empleo a través del desarrollo operativo de los mismos produce 200 puestos de trabajo, de los cuales, 140 son empleos creativos dedicados a la preparación de alimentos donde 93,5% de ellos corresponden a mujeres. En el caso de los empleos de rutina (ayudantes de cocina) se generan 60 empleos, donde el 73% son ocupados por mujeres.

Lo anterior es determinante para establecer la influencia del sector gastronómico tradicional en la generación de empleo femenino en la ciudad de Pasto.

En cuanto la formación académica de los encuestados, el 2% manifiesta no contar con algún grado de escolaridad, el 29% tan solo curso la primaria, mientras el 51% son bachilleres, y el 18% restante ostentan títulos de técnicos, tecnólogos, profesionales y posgrado.

116 negocios, es decir, el 95% llevan más de 3 años funcionando, 113 negocios, han desarrollado su actividad de preparación de alimentos en más de 3 versiones del carnaval; por otra parte, 108 negocios desarrollan su actividad productiva durante todo el año.

El 11% de los negocios desarrolla su actividad de preparación de alimentos únicamente en época de carnaval, dedicándose el resto de año a labores de comerciantes, servicios generales incluso a la docencia.

La información anterior nos permite observar que las personas han considerado la actividad de preparación de alimentos como su principal medio de vida, dedicándose a ella por más de 3 años.

El 47% de los negocios producen y comercializan dulces y postres, bebidas típicas, hornado, frito pastuso, tostado o empanadas, los cuales hacen parte de la gastronomía tradicional de la región; el 53% restante, producen y venden comidas rápidas (embutidos, sándwich, hamburguesas, tamales entre otros). Mostrando la importancia de fortalecer e impulsar la preparación de alimentos tradicionales de la región.

El 64% de los negocios está situado fuera de la senda del carnaval, de los cuales 27 tienen local, la mitad de ellos manifiesta que no estar ubicado en la senda es una desventaja para sus ventas.

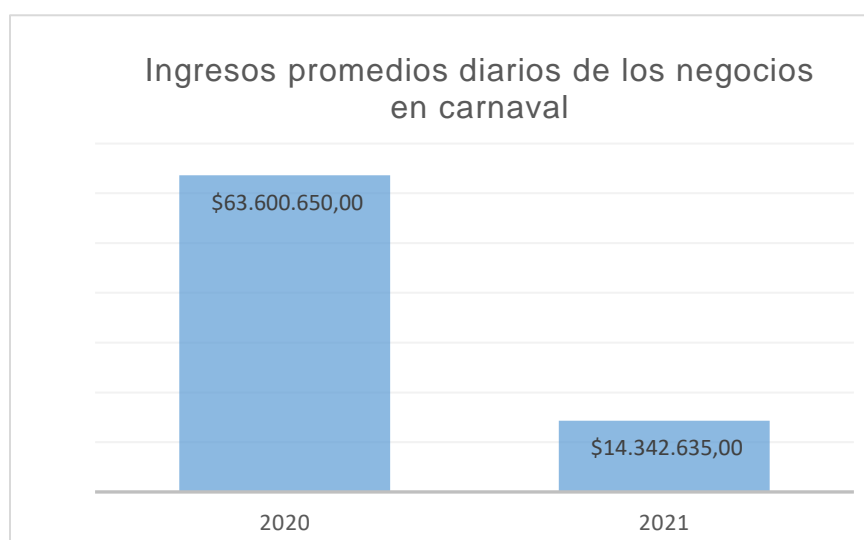
Frente a la capacidad de producción de los negocios, en época normal es de 13.485 unidades diarias, y el promedio vendido en un día del carnaval 2020 fue de 18.998 unidades, es decir, una producción en 41% por encima; este fenómeno se puede estar explicando de acuerdo al trabajo de la red ORMET, donde se manifiesta que en esta época, debido a la alta demanda, muchos de estos negocios vinculan mano de obra del hogar para poder incrementar su producción.



Fuente: La presente investigación

Durante el carnaval virtual del año 2021 cerca del 33% de los negocios no desarrollaron su actividad productiva, el promedio diario vendido fue de 4.887 unidades, generándose una reducción frente a la versión presencial del año inmediatamente anterior, en 74,3%.

Igualmente, durante el año 2020, en el caso de los ingresos percibidos por estos negocios en un día promedio del carnaval estaban cerca de 63 millones, mientras que en el carnaval 2021 en contexto de la pandemia (Covid – 19) fueron de 14 millones aproximadamente, con una afectación en los ingresos del 78%.



Fuente: la presente investigación

En promedio, cada negocio tuvo un ingreso de 522 mil pesos diarios para la última versión presencial del carnaval de negros y blancos; mientras que los 80 negocios que se activaron durante el carnaval virtual 2021, percibieron ingresos diarios promedio de 122 mil pesos.

Entre las dificultades de sostenibilidad de los negocios, encontramos que el 73% no cuenta con liquidez para la compra de insumos de preparación de alimentos, el 34% carece de equipos y maquinaria (estufa, horno, nevera, sillas, mesas) necesaria para mejorar su actividad productiva.

Debemos resaltar que el 95% considera como fortaleza su habilidad y conocimientos en la gastronomía tradicional del Departamento de Nariño y el 73% manifiesta tener clientes para su

negocio, la mitad de ellos cuentan con certificado de manipulación de alimentos lo que se convierte en una ventaja competitiva del sector.

El 79% de los negocios no se encuentra formalizado ante la cámara de comercio, Solo el 11% se encuentra vinculados a organizaciones, sin relación con el carnaval, solo el 2% han recibido apoyo para el fortalecimiento de sus negocios y este ha sido del sector privado.

En esa medida, en el estudio de la red ORMET (2020), se establecen una serie de propuestas estratégicas para potencializar el sector gastronómico, a la vez que permite la creación de empleo decente para las personas del sector informal vinculadas al carnaval, donde se pueden evidenciar líneas estrategias que vinculen a las mujeres que se encuentran en las actividades de preparación de alimentos y comercio, dichas líneas se describen de la siguiente manera:

1. **Fomento a iniciativas de emprendimiento cultural en alimentos;** que consiste en la financiación de iniciativas empresariales en alimentos, que incluyan buenas prácticas de manufactura, mercadeo adecuado y posicionamiento de marca con responsabilidad social del patrimonio del carnaval dirigido a madres cabeza de familia y organizaciones de mujeres para la producción de alimentos típicos de la región como Dulces típicos con su debido empaquetado, tostado, frito, sándwich de pernil, empanadas entre otros.
2. **Mejoramiento de los puestos de comidas para el carnaval:** que consiste en buscar 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.
3. **Alimentos típicos en la senda, 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.

4. **Empresa productora y comercializadora del Carnaval:** 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.

De acuerdo con los estudios precedentes en este trabajo, y la información recopilada y procesada en la encuesta, con una muestra de 122 negocios participantes, se plantea una estrategia de Asistencia integral a las mujeres que desarrollan actividades productivas del sector gastronómico en el Carnaval de negros y blancos y que será presentada en el siguiente capítulo.

### **CAPITULO 3: Una estrategia para elevar la generación de empleo femenino en el carnaval con especial referencia gastronómica local.**

#### **Estrategia:**

Asistir de manera integral a las mujeres que desarrollan actividades productivas del sector gastronómico en el Carnaval de negros y blancos de Pasto en condiciones de informalidad, para que mejoren sus ingresos y puedan afiliarse al sistema de seguridad social.

Las actividades que se deben desarrollar para lograr la estrategia son:

1. Formación en emprendimiento, gastronomía local, atención al usuario, Carnaval y turismo y fortalecimiento organizacional.
2. Aunar esfuerzos del sector público y privado con las mujeres del sector gastronómico, para el reconocimiento como promotor del patrimonio cultural y generador de empleo decente.
3. Articulación del sector gastronómico con los demás sectores de carnaval de Negros y Blancos. (cultores, gestores, artesanos y gremios).

4. Dotación de un espacio para el desarrollo de la actividad gastronómica en Carnaval dentro de la senda.
5. Dotación vestuario, elementos de asepsia, insumos y equipos productivos para cada uno de los puntos de ventas.
6. promoción del sector gastronómico tradicional en medios de comunicación.

**Fin o propósito:**

Generar oportunidades de trabajo decente para las mujeres vinculadas al sector gastronómico.

**Objetivos específicos:**

1. Incluir al sector gastronómico tradicional en la planeación y ejecución del Carnaval de Negros y blancos.
2. Fortalecer 400 negocios del sector gastronómico del carnaval de Negros y Blancos de Pasto Nariño, en temas de emprendimiento e innovación, gastronomía local, atención al usuario, Carnaval y turismo y fortalecimiento organizacional.

**Alcances de la estrategia:**

Se pretenden lograr con la estrategia los siguientes resultados:

1. Mejoramiento de los ingresos para trabajadoras vinculadas al sector gastronómico en al menos un 50%
2. Afiliación al sistema de seguridad social de las trabajadoras en general.
3. Reconocimiento del sector gastronómico tradicional en el Carnaval de Negros y Blancos.

### Propuesta de presupuesto para el desarrollo de la estrategia.

Actividades	Presupuesto
1.1. Selección de talleristas	\$ 3.500.000
1.2. Capacitación de talleristas	\$ 28.000.000
2.1.1 convocatoria a las mujeres del sector gastronómico	\$ 2.000.000
2.1.2 formalización de los negocios	\$ 30.000.000
1.3. Realización de talleres de formación en emprendimiento, gastronomía local, atención al usuario, Carnaval y turismo y fortalecimiento organizacional.	\$ 128.000.000
1.4. Supervisión de proceso de formación	\$ 31.500.000
2.1 talleres de articulación del sector público y privado con las mujeres del sector gastronómico, para el reconocimiento como promotor del patrimonio cultural y generador de empleo decente.	\$ 4.800.000
Primer informe	
2.2 Articulación con el sector Carnaval de Negros y Blancos. (cultores, gestores, artesanos y gremios)	\$ 4.800.000
2.3 Dotación de un espacio para el desarrollo de la actividad gastronómica en Carnaval	\$ 700.000.000
2.3 Dotación vestuario y elementos de asepsia para cada uno de los puntos de ventas.	\$ 50.000.000
2.4 acompañamiento al proceso de filiación al sistema de seguridad social de las mujeres del sector gastronómico del carnaval de Negros y Blancos de Pasto Nariño	\$ 10.500.000
2.5 promoción del sector gastronómico tradicional en medios de comunicación	\$ 52.000.000
3. Cierre y liquidación	
3.1 Informe final	
3.2 Evaluación final del proyecto	10.000.000
3.3 Rendición de cuentas y cierre del proyecto. (sistematización de la experiencia)	\$ 7.000.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.062.100.000</b>

**Riesgos, supuestos y restricciones de alto nivel:**

1. Que las personas asistidas no quieran formalizar sus negocios
2. Incumplimiento en la dotación del espacio y entrega bienes
3. Que no se reconozca la gastronomía típica en el carnaval.

**Grupos de interés para la implementación de la estrategia:**

<b>Grupo de interés</b>	<b>Interés del Grupo</b>	<b>Recurso</b>	<b>Afinidad (con la estrategia) Alta/Baja</b>	<b>Poder (recurso) Alto/Bajo</b>
Mujeres del sector gastronómico	Trabajar en condiciones dignas y decentes	Humano e intelectual	Alto	Alto
Corpocarnaval	Generar mayor impacto económico y social en el Carnaval de Negros y Blancos	Financiero	Bajo	Alto
Secretaria de género	Reducir brechas de género en el municipio	Humano y financiero	Alto	Bajo
Secretaria de desarrollo económico	Generar oportunidades de empleo en la región	Financiero	Bajo	Alto
Dirección de Cultura del Departamento de Nariño	Fortalecer el patrimonio cultural de la región.	Financiero e intelectual	Alto	Alto

## Conclusiones

En los últimos años Colombia se ha convertido en uno de los destinos turísticos importantes en América Latina y su gastronomía es uno de los atractivos para ser visitada, así se relaciona en el presente estudio donde se consigna la investigación de algunos autores, especialmente ligado a las manifestaciones culturales, la cohesión social y la identidad; lo que permite incrementar la generación de ingresos y empleos.

Los estudios relacionados en el capítulo uno (Hidalgo 2019, Red ORMET 2020), dan cuenta del gran impacto económico que se genera en el carnaval de Negros y blancos de Pasto especialmente los efectos indirectos en el sector gastronómico, se presenta un consumo adicional agregado que permite mayor ocupación de mano de obra especialmente la de las mujeres en el sector gastronómico tradicional; sin embargo, el empleo generado en su mayoría es informal.

El estudio actual nos ha permitido recabar en aspectos fundamentales entre los que se destacan los siguientes: Los negocios tienen trayectoria superior a los tres años, en su mayoría son propiedad de mujeres; al mismo tiempo los empleos de creativos y ayudantes de cocina los ocupan mayoritariamente este género; también nos muestra una radiografía de la producción diaria promedio en época normal y de carnaval; sin embargo desnuda las falencias de los negocios por la falta de recursos para la compra de insumos, equipo y maquinaria, la dotación y adecuación de los puntos de venta, la falta de formalidad de los negocios, la desarticulación con el sector cultural y la inasistencia en materia de implementación de acciones por parte de las instituciones y empresas que promueven y financian el Carnaval, como de aquellas que se encargan de garantizar la empleabilidad y la reivindicación de género en la ciudad de Pasto.

Lo anterior permite que se proponga una estrategia denominada “Asistir de manera integral a las mujeres que desarrollan actividades productivas del sector gastronómico en el Carnaval de negros

y blancos de Pasto en condiciones de informalidad, para que mejoren sus ingresos y puedan afiliarse al sistema de seguridad social” que permita elevar la generación de empleo femenino con especial referencia en la gastronomía típica.

Se pretenden lograr con la estrategia los siguientes resultados: Mejoramiento de los ingresos para trabajadoras vinculadas al sector gastronómico en al menos un 50%; Afiliación al sistema de seguridad social de las trabajadoras en general y el Reconocimiento del sector gastronómico tradicional en el Carnaval de Negros y Blancos.

## Recomendaciones

1. La presente asesoría debe ser socializada con los diferentes actores, especialmente con las mujeres del sector Gastronómico tradicional de la ciudad de Pasto y las secretarías de Género y Desarrollo económico para su empoderamiento y posterior implementación.
2. Corpocarnaval debe articular a las mujeres del sector gastronómico tradicional para que se conviertan en Parte integral del Carnaval, con reconocimiento, asignación presupuestal y fortalecimiento de su actividad productiva.
3. Las secretarías de género y Desarrollo Económico del municipio en el marco de la ejecución del plan de Desarrollo Pasto la Gran Capital debe incluir las partidas necesarias para dar cumplimiento a las metas en materia de empleo formal y eliminación de las brechas de género; adicionalmente La secretaria de genero será la Convocante para la implementación de la estrategia.
4. Las gobernaciones de Nariño a través de la Dirección Administrativa de Cultura fortalecerán esta manifestación de la gastronomía tradicional en la ciudad de Pasto a través de los recursos destinados a un plan piloto para implementar la estrategia que posteriormente podrán replicar en el resto de los municipios Andinos de Nariño donde se celebra el carnaval de Negros y Blancos.

## Bibliografía

Aguado, L y Palma, L. (2015). “Factores que limitan la participación cultural. Una mirada desde la economía de la cultura”, [19786-23791-1-PB \(1\).pdf \(us.es\)](#)

Aguado, L, Arbona, A. & López, S. (2019). Estudio de Caracterización de la Cultura del Pacífico como bien Económico y Cultural. Caso: XXII festival de música del Pacífico Petronio Álvarez 2018. Bogotá: Organización Internacional para las Migraciones, OIM. [ISBN: 978-958-8977-94-2].

Banco Mundial. (2021), Los programas de inclusión económica ya benefician a 92 millones de personas en todo el mundo, comunicado de prensa 26 de enero de 2021, <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2021/01/26/economic-inclusion-programs-now-benefit-92-million-people-worldwide>

Blázquez, B. (2010). Nuevas tendencias gastronómicas. En línea (6 de septiembre de 2010). disponible en: [Tendencias Gastronómicas | Gastronomía | Artes culinarias \(scribd.com\)](#)

Díaz, L. (2010): Cultura y Gastronomía, apuesta para el desarrollo económico de Cartagena. Universidad Tecnológica de Bolívar, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, encontrado en: [0062544.pdf \(utb.edu.co\)](#)

El espectador. (2018). Colombia rompe récord con 6,5 millones de turistas extranjeros en 2017. El espectador. <https://www.elespectador.com/economia/colombia-rompe-record-con-65-millones-deturistas-extranjeros-en-2017-articulo-738272>

Garzón, D. (2015). El sector gastronómico creció 22% en el último año con 90.000 restaurantes. <https://www.larepublica.co/ocio/el-sector-gastronomico-crecio-22-en-el-ultimo-ano-con-90000-restaurantes-2266206>

Heredia-Carroza, J., Palma Martos, L., & Aguado, L. F., (2021). How to measure Intangible Cultural Heritage value? The case of flamenco in Spain. *Empirical Studies of the Arts*, 39(2), 149–170.

Hidalgo, M. (2019) Valoración del impacto económico y social del Carnaval de Negros y Blancos de Pasto, Colombia. *Lecturas de Economía-No 90 Medellín*. Pp. 195-225.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6770408>

Jaramillo, J. (2021). Corpocarnaval. Carnaval de Negros y Blancos 2021.  
<https://carnavaldepasto.org/>

Latin Pymes (2019). Industria gastronómica pide flexibilizar mercado laboral para generar empleo.  
<https://www.latinpymes.com/industria-gastronomica-pide-flexibilizar-mercado-laboral-para-generar-empleo/>

Luis F. Aguado, Alexei Arbona, Luis Palma & Jesús Heredia-Carroza (2021) How to value a cultural festival? The case of Petronio Álvarez Pacific Music Festival in Colombia, *Development Studies Research*, 8:1, 309-316, DOI: 10.1080/21665095.2021.1979417

Observatorio del mercado de trabajo de Nariño, (ORMET) Nariño. Universidad de Nariño. (2018). Oportunidades de empleo y emprendimiento en el carnaval de negros y blancos de Pasto.  
<https://www.udenar.edu.co/documentos/libro-ODEECNP.pdf>

Organización de Naciones Unidas (ONU). (2020), Informe de políticas: las repercusiones de la covid-19 en las mujeres y las niñas. [https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/policy\\_brief\\_covid-19\\_en\\_las\\_mujeres\\_y\\_las\\_ninas.pdf](https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/policy_brief_covid-19_en_las_mujeres_y_las_ninas.pdf)  
Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).  
<https://es.unesco.org/themes/patrimonio-cultural>  
<https://es.unesco.org/themes/patrimonio-cultural/inmaterial#:~:text=El%20patrimonio%20inmaterial%20o,comunidades%20de%20generaci%C3%B3n%20en%20generaci%C3%B3n.>

Organización de las Naciones Unidas GNUDS (2020). Informe de políticas: COVID-19 y la transformación del turismo. [GNUDS | Informe de políticas: COVID-19 y la transformación del turismo \(un.org\)](https://www.un.org/gnuDS/informe-de-politicas-covid-19-y-la-transformacion-del-turismo)

Sistema Nacional de Información Cultural (SINIC).  
<http://www.sinic.gov.co/SINIC/ColombiaCultural/ColCulturalBusca.aspx?AREID=3&SECID=8&COLTEM=214>

Paz, A. (2010). Formulación de un plan de “marketing” para el carnaval de negros y blancos de San Juan de Pasto como empresa cultural eje de desarrollo regional. (Trabajo de grado para optar el título de Magister). Universidad Nacional de Colombia. Manizales

Ramirez, E, Vizcaino, A y otro (2019). KATHARSIS, N 27, Competencias socioemocionales en dependiente gastronómico del turismo. Su diferenciación en mujeres y hombres.  
<http://bibliotecadigital.iue.edu.co/xmlui/bitstream/handle/20.500.12717/2410/1149-Texto%20del%20art%20c3%20adculo-4824-1-10-20200911.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Snowball, J. & Antrobus, G. (2021). Festival value in multicultural contexts: City festivals in South Africa. *Tourism Economics*, 27(6), 1256-1275.