

Censo



de

trabajo  
cultural

y

Centro  
de Economía  
Creativa

creativo

*en*

*Puerto*

*Rico*

# Censo de trabajo cultural y creativo en *Puerto Rico*

## *Créditos*

### **INVESTIGADOR PRINCIPAL Y AUTOR**

**Javier J. Hernández Acosta**, decano de la Escuela de Artes, Diseño e Industrias Creativas de la Universidad del Sagrado Corazón y fundador del Centro de Economía Creativa

### **ESTADÍSTICO Y ANALISTA DE DATOS**

Cristian Gómez Herazo

### **DIRECTORA DEL PROYECTO**

Dra. Siri Rolón Rivera

### **ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN**

Sonia Méndez y Karla Figueroa

### **RECURSOS DE APOYO**

Michelle Rodríguez, René Cotto, Marisel de Jesús

### **DISEÑO GRÁFICO**

TEMBOL LLC

Ramdwin González Otero

Yetzel González Ortiz

Emanuel González Ríos

Gabriel Oppenheimer Lozada

Este proyecto fue posible gracias  
a una subvención de *Mellon Foundation*.



# *¡Gracias!*

*Lograr un sistema de información cultural para Puerto Rico ha sido una prioridad desde 2012. Hoy, justo una década después podemos argumentar que estamos mucho más cerca. A través de los años, el análisis de experiencias de otros países junto a los adelantos de entidades como Inversión Cultural, CODECU y el Instituto de Estadísticas de Puerto Rico, inspiraron la creación del LabCultural como un observatorio cultural para Puerto Rico. Eso se logró gracias al apoyo de entidades como Filantropía Puerto Rico y el Fondo Flamboyán para las Artes.*

*Cuando en 2018 comenzamos a dialogar sobre las necesidades del ecosistema cultural en Puerto Rico junto a Mellon Foundation, surgió la necesidad de cartografiar la actividad cultural en Puerto Rico. Si bien ya teníamos algunas fuentes de información con estimados de entidades y personas dentro del trabajo cultural, era necesario nombrarlas y ubicarlas. Desde el primer momento, como en muchas otras iniciativas, el equipo de Mellon mostró un compromiso inmediato con el proyecto, reconociendo también la importancia estratégica de la toma de decisiones con información por parte de la filantropía local y en los Estados Unidos.*

*Este informe resume 15 meses de trabajo y de identificación de sobre 5,500 agentes culturales, entre personas y proyectos, que diariamente impactan las artes, la comunidad, la educación y la justicia social, entre otras vertientes. Quisiera agradecer a todo el equipo de Mellon Foundation, especialmente a Elizabeth Alexander, Alexis Ortiz, Julie Ehrlich y Deborah Cullen por un compromiso genuino con la equidad que merece nuestro sector cultural. También agradezco a Cristian Gómez por liderar la metodología y análisis estadístico para este esfuerzo que nunca se había logrado antes en Puerto Rico. Y por supuesto, a todo el equipo del Centro de Economía Creativa, a Siri, Sonia, Marisel, Karla, Michelle, René y Taishaly, quienes desde sus roles aportaron para asegurar todas las estrategias posibles de recopilación y divulgación del Censo.*

*Y por supuesto, agradezco a toda la comunidad cultural en Puerto Rico que confío en un esfuerzo adicional de solicitar información que en muchos casos nunca revierte en beneficios y que crea agotamiento y desconfianza. Valoramos cada minuto que los artistas y agentes culturales dedicaron a este proyecto, y estamos convencidos en el poder de la información para lograr mayor justicia económica y social para los/as que se dedican a transformar desde las artes y la cultura. El Centro de Economía Creativa ha logrado canalizar para el sector cerca de \$10,000,000 en los últimos dos años a través de programas como el Nido Cultural y Maniobra. Estoy convencido de que la información que se comparte en este estudio, y los análisis que saldrán de aquí, permitirán lograr mayores apoyos para toda la comunidad.*

*Finalmente, quiero adelantar un agradecimiento a todas las personas y entidades que en el futuro se sumarán a la prioritaria encomienda de apoyar las artes y la cultura como parte de la infraestructura del País. A todas las empresas, agencias de gobierno, fundaciones locales e internacionales e individuos... ¡gracias!*

# Introducción

El trabajo cultural representa en estos tiempos una de las principales prioridades de las políticas culturales. El/la artista es el *centro de la actividad cultural y de la economía creativa*. Su trabajo transforma dinámicas sociales, políticas, educativas, comunitarias, económicas y culturales. Con el desarrollo de la agenda para la economía creativa como una nueva dimensión de la cultura y su impacto, aparece la oportunidad de entender e investigar sobre las dinámicas laborales y las ineficiencias del sistema económico en el que se desarrollan.

La propia naturaleza del trabajo cultural requiere mucho análisis para poder establecer si el impacto a nivel macro de las industrias creativas contribuye al bienestar de sus creadores/as. Existen múltiples niveles de impacto desde los sectores, las empresas, los intermediarios y los artistas, entre otros. En el caso de Puerto Rico, es importante diversificar las fuentes de datos para comparar y producir análisis contextualizados a la realidad de Puerto Rico.

Durante los últimos dos años, a partir de la creación del LabCultural como observatorio de arte, cultura y economía creativa, se retomó la publicación de varios informes que abordan el trabajo cultural desde los datos del Censo de los Estados Unidos. A través de estos informes se establece un perfil general de los/as trabajadores/as de la cultura, tanto en términos demográficos como socioeconómicos. *Sin embargo, la naturaleza de estos muestreos y la realidad de un trabajo intermitente y en muchos casos combinado con otras ocupaciones, requiere un esfuerzo de investigación específico para las industrias culturales y creativas.*

A partir los estudios previos realizados por la Comisión para el Desarrollo Cultural (CODECU), Inversión Cultural y el Centro de Economía Creativa, se propuso realizar el Censo de trabajo cultural y creativo, combinando metodologías y esfuerzos de recopilación de datos en escenarios que tradicionalmente no han cubierto las otras iniciativas. En este caso, el proceso completo de la investigación duró *15 meses*, permitiendo adaptar e incorporar nuevas estrategias de recopilación para garantizar la participación del sector cultural.

El objetivo principal del estudio consistió en realizar un conteo de todas las personas que hacen alguna forma de trabajo cultural, independientemente de la remuneración económica que reciben. Una vez completado este objetivo, se diseñó una encuesta detallada para proyectos y personas que fue administrada a una muestra de ambos grupos. *A través del cuestionario se analizaron aspectos sobre el perfil de las entidades culturales y los/as trabajadores/as, así como su desempeño económico y percepciones sobre el futuro de la gestión cultural.*

<i>Créditos</i>	03
<i>Agradecimientos</i>	04
<i>Introducción</i>	06
<i>Metodología</i>	08
<i>Resultados</i>	14
<i>Recomendaciones</i>	108
<i>Anéjos</i>	117

# Metodología del Censo Cultural

El Censo Cultural tuvo dos etapas de recopilación de datos, siguiendo elementos de la metodología del Censo decenal de los Estados Unidos. Como primer ejercicio se comenzó un proceso de recopilación de datos que sirviera para identificar cuántas personas hacen trabajo cultural y creativo en todas las modalidades y formas de remuneración. Esto permitiría comparar con otras fuentes existentes desde una nueva metodología.

Para lograr esta primera etapa se diseñó un cuestionario corto bajo la plataforma de Google Form. Se adquirió el dominio de *www.censocultural.com* con el fin de simplificar el acceso. Este formulario tiene preguntas sobre el nombre, dirección de correo electrónico, nombre del proyecto, género con el que se identifica, municipio de residencia, sector principal que define su proyecto cultural y un enlace a alguna red social o página web del proyecto.

Finalmente, se incluyó una pregunta sobre el porcentaje que genera su trabajo cultural o artístico del total de ingresos. Esta última pregunta es importante porque permite establecer la diferencia entre aquellos/as que se dedican a tiempo completo versus para quien el trabajo cultural debe complementarse con otras fuentes de ingreso. Esta clasificación parte del estudio realizado por Javier Hernández en 2011 y publicado en Forum Empresarial en 2013 bajo el título *La Educación Empresarial para el Emprendedor Cultural*. En dicha encuesta, un 57% generaba menos del 50% de sus ingresos totales de su trabajo creativo. El Censo Cultural permite actualizar esa distribución y profundizar sobre este perfil laboral a través de una encuesta más detallada a una porción de los participantes.

**La recopilación de datos para el Censo Cultural, que duró desde 6 de octubre de 2020 hasta el 30 de junio de 2022 tuvo varios esfuerzos principales:**

**Promoción en las redes sociales** – Durante todo el periodo que duró la recopilación del Censo Cultural se desarrollaron varias campañas en las redes sociales estimulando la participación. Esto incluyó la creación de artes, anuncios pagados, videos informativos, envíos a listas de correos y foros de discusión con transmisión en vivo, entre otros.

**Recopilación a través de embajadores/as** – El diseño de investigación incluyó la contratación de 8 embajadores/as regionales como recursos con extensa experiencia y reconocimiento en el sector cultural. Este grupo de personas ayudó en la recopilación de datos a través de un formulario separado para documentar los referidos. El grupo utilizó diversas estrategias que incluyeron asistir a actividades y realizar contactos a través de redes sociales, correo electrónico y llamadas telefónicas.

**Visita a eventos culturales** – El equipo del Centro de Economía Creativa visitó al menos 8 actividades culturales de amplia asistencia y visibilidad en los pueblos de San Juan, Caguas y Ponce. Durante estas actividades se proveyó la alternativa de registrar información a través de códigos QR o entrando la información directamente a tabletas provistas por la organización.

**Relaciones públicas** – Durante el mes de mayo del 2021 se implementó una estrategia de relaciones públicas dirigida a la población general. Se publicó un comunicado de prensa que fue reproducido en múltiples medios digitales y se coordinaron entrevistas con programas de radio y televisión que impactan al sector cultural.

## La encuesta a personas y proyectos

El marco muestral para la encuesta a personas y a proyectos, proviene del Censo Cultural realizado por el Centro de Economía Creativa, que consta de una base de datos de más de 5,500 registros con información básica y correo electrónico de contacto de personas que realizan trabajo creativo/cultural remunerado o no, así como los proyectos o entidades del sector. Esta base se depuró para registrar personas y proyectos únicos, eliminando registros que tenían el mismo correo electrónico y proyectos bajo una misma persona. Como resultado final, el marco muestral quedó en 3,242 personas y 2,336 proyectos o entidades. No se incluyen en la base de datos aquellos segmentos de la población que no poseen ni utilizan correo electrónico.

En primera instancia, el tipo de muestreo seleccionado correspondió a un muestreo estratificado proporcional, donde el número de elementos asignados a los estratos es proporcional a la representación de los estratos del marco muestral. En la obtención de los estratos, se tuvo en cuenta la distribución geográfica que realiza la Oficina del Censo de los Estados Unidos en las denominadas áreas de microdatos de uso público (PUMAs, por sus siglas en inglés) son áreas geográficas estadísticas no superpuestas que dividen cada estado o entidad equivalente en áreas geográficas que contienen no menos de 100,000 personas cada una.

**Estas áreas pumas se unieron en 6 regiones distribuidas a lo largo de Puerto Rico de la siguiente manera.**



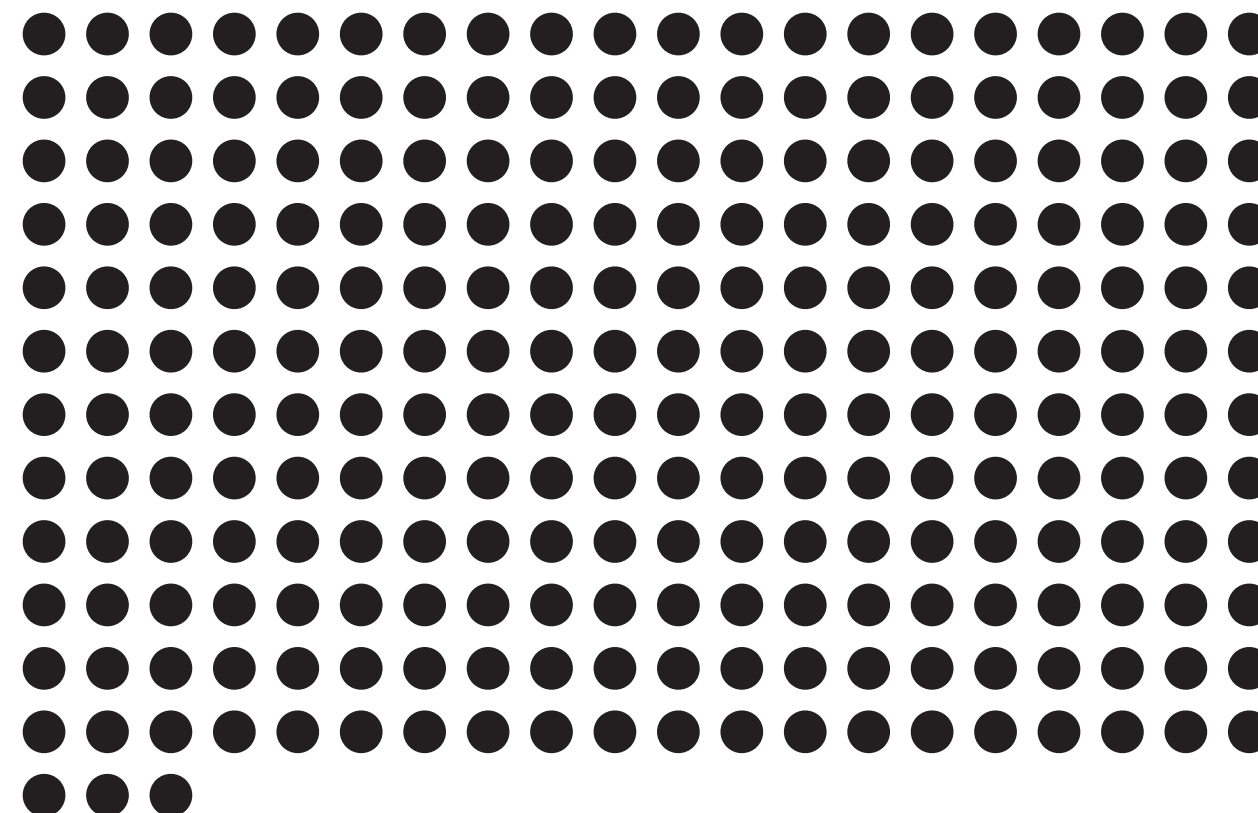
## DIAGRAMA 1 Regiones



- |         |               |                          |           |
|---------|---------------|--------------------------|-----------|
| ① Oeste | ③ Norte Metro | ⑤ Central y Norte -Metro | ⑦ Noreste |
| ② Norte | ④ Sur         | ⑥ Metro                  | ⑧ Este    |

243

Total formularios a personas



De igual forma, la base de datos cuenta con proyectos y artistas puertorriqueño/as que viven en Estados Unidos, conformando la región 9. El tamaño muestral considerado fue de 700 personas y 600 proyectos, los cuales arrojan un error muestral de  $\pm 3.5\%$  y  $\pm 4.5\%$  respectivamente con un nivel de confianza del 95%.

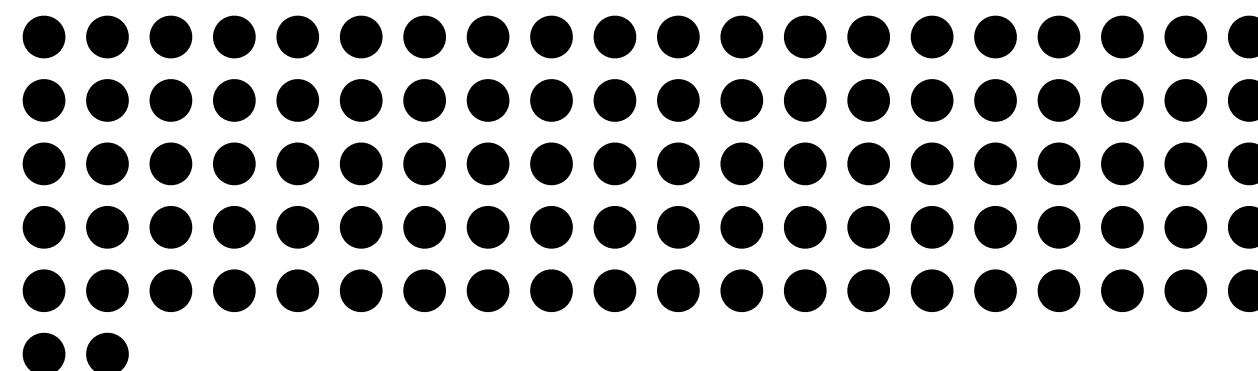
Para ambas encuestas, los cuestionarios se basaron en la *Puerto Rico Community Survey* y *La Encuesta a Agentes Culturales* realizada en 2014 por la Comisión para el Desarrollo Cultural (CODECU). También se añadieron algunas preguntas de la *Encuesta Mundial de Valores* realizada en Puerto Rico en 2018. Antes de iniciar el trabajo de campo, el Centro de Economía Creativa realizó una prueba piloto donde se ajustó y aprobó los cuestionarios utilizados en este estudio.

La recopilación de la información fue mediante un cuestionario electrónico (online) utilizando la plataforma *QuestionPro*, una empresa con gran experiencia en soluciones de encuestas SaaS que proporciona una amplia gama de aplicaciones para cuantificar y administrar instrumentos de investigación. La empresa cuenta con certificación ISO 27001 y cumple con los principales estándares de seguridad de datos y las leyes de privacidad de datos, como el GDPR (General Data Protection Regulation, por sus siglas en inglés).

Se hicieron varias rondas de seguimientos y se habilitaron canales de ayuda para promover la participación. En las encuestas por correo electrónico, se estima que la tasa de respuesta promedio a nivel mundial es cercana al 30%. Para nuestro caso esta tasa fue cercana al 20%. Debido a la baja participación se recomendó trabajar a partir de un muestreo no-probabilístico por disponibilidad, es decir, luego de realizar un envío masivo a todo el marco muestral, se seleccionaron todos los formularios completados, quedando la siguiente distribución:

102

Total formularios a proyectos/entidades



Estadísticamente la muestra no es representativa de la población, por lo tanto, no se cuenta con precisión descriptiva. Aunque sí permite identificar tendencias e indicar posibles resultados que nutrirán futuros trabajos que implementen muestreos probabilísticos.

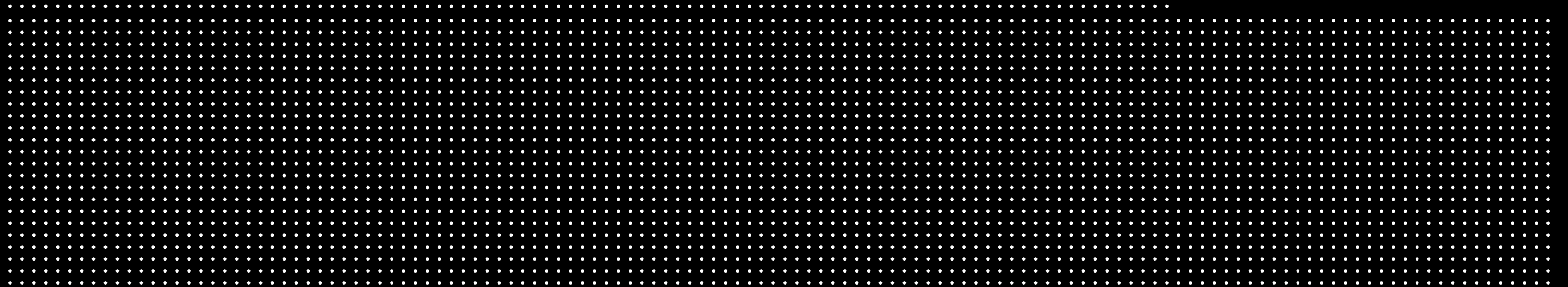
# Resultados

Personas

El Censo Cultural identificó

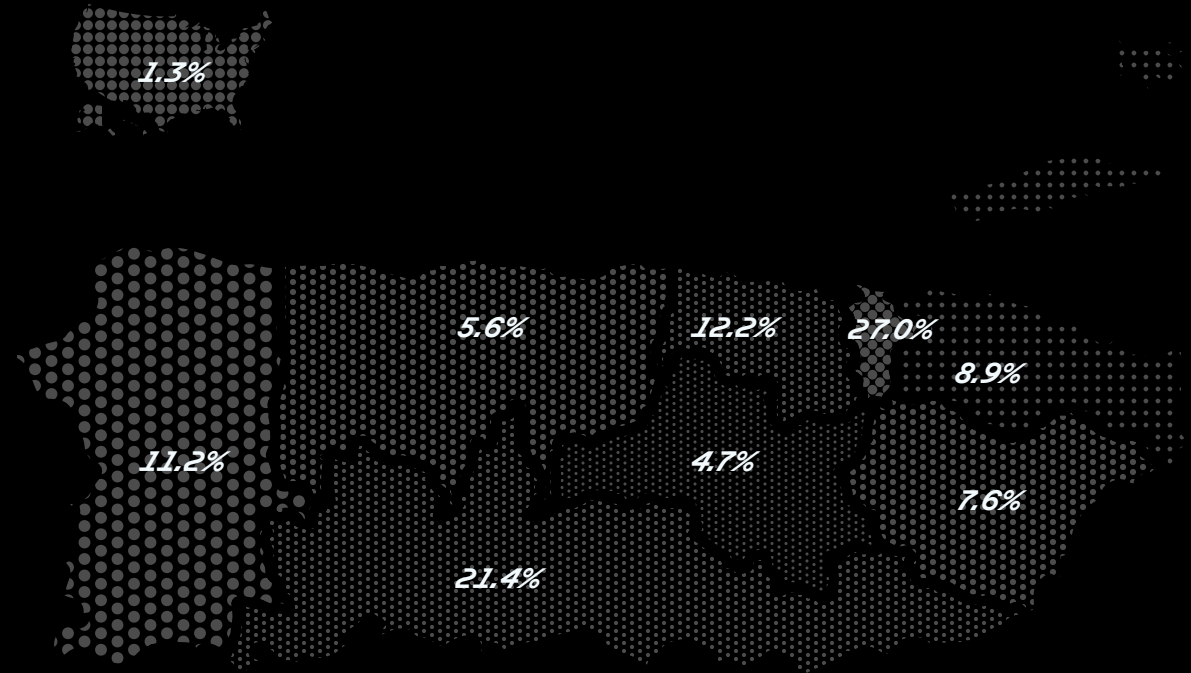
3,242

personas que realizan trabajos en el sector de arte, cultura e industrias creativas.





## DIAGRAMA 2 Distribución por regiones



Se identificaron personas en los 78 municipios y un total de 41 que establecieron vivir en los Estados Unidos.

En términos de los sectores culturales o categorías de trabajo cultural con el que se identifican, un 20.3% proviene de las artes visuales, seguido por 19.6% en la artesanía y un 12.3% en la música. Las artes escénicas fueron identificadas como categoría principal por 308 personas (9.5%).

## Pueblos con mayor representación



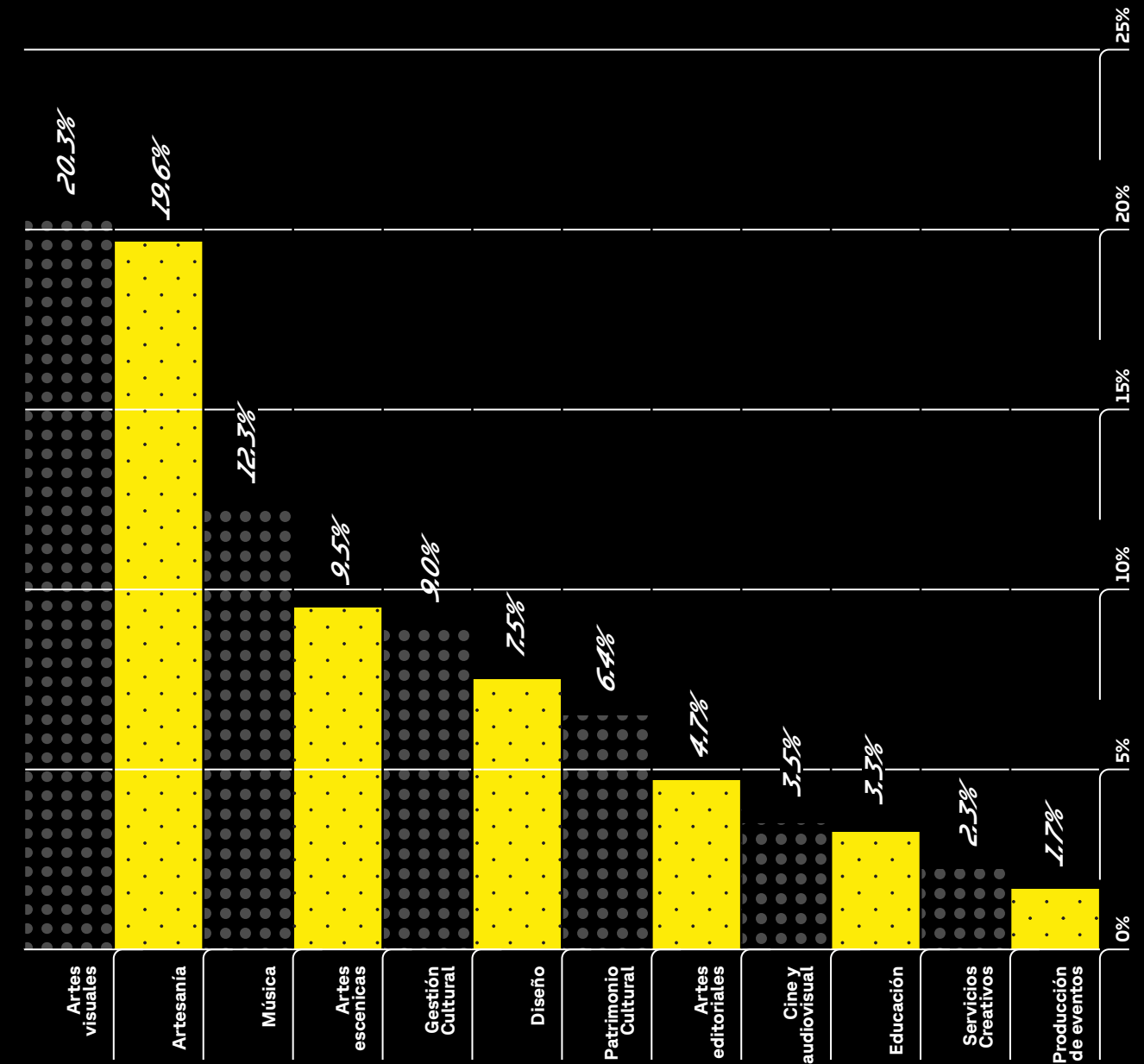
La distribución por regiones, similar a la utilizada por la *Encuesta de Consumo y Participación Cultural*, identificó que un **43.9% de los creativos/as reside en el área metropolitana.**

## Pueblos con mayor representación



DIAGRAMA 3 | SECTOR GENERAL

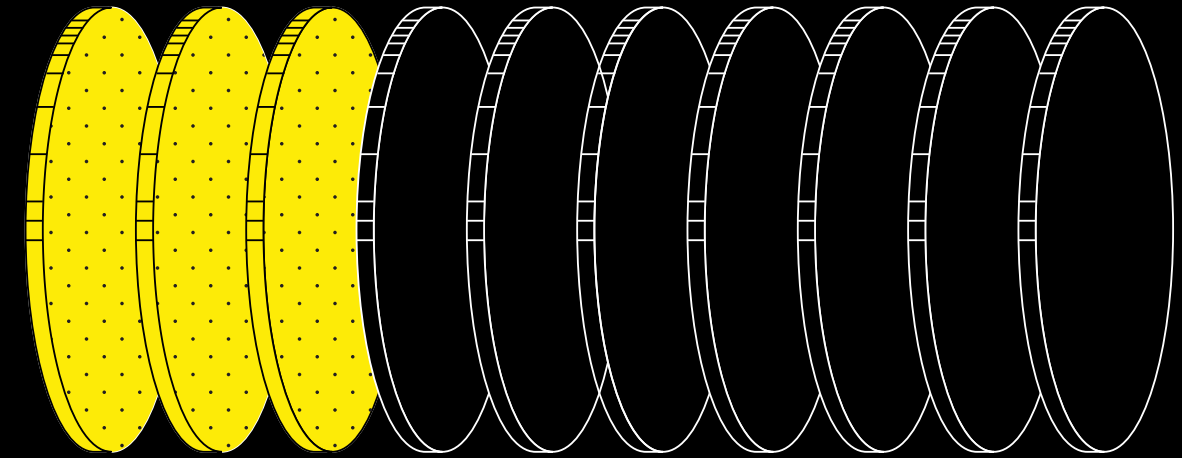
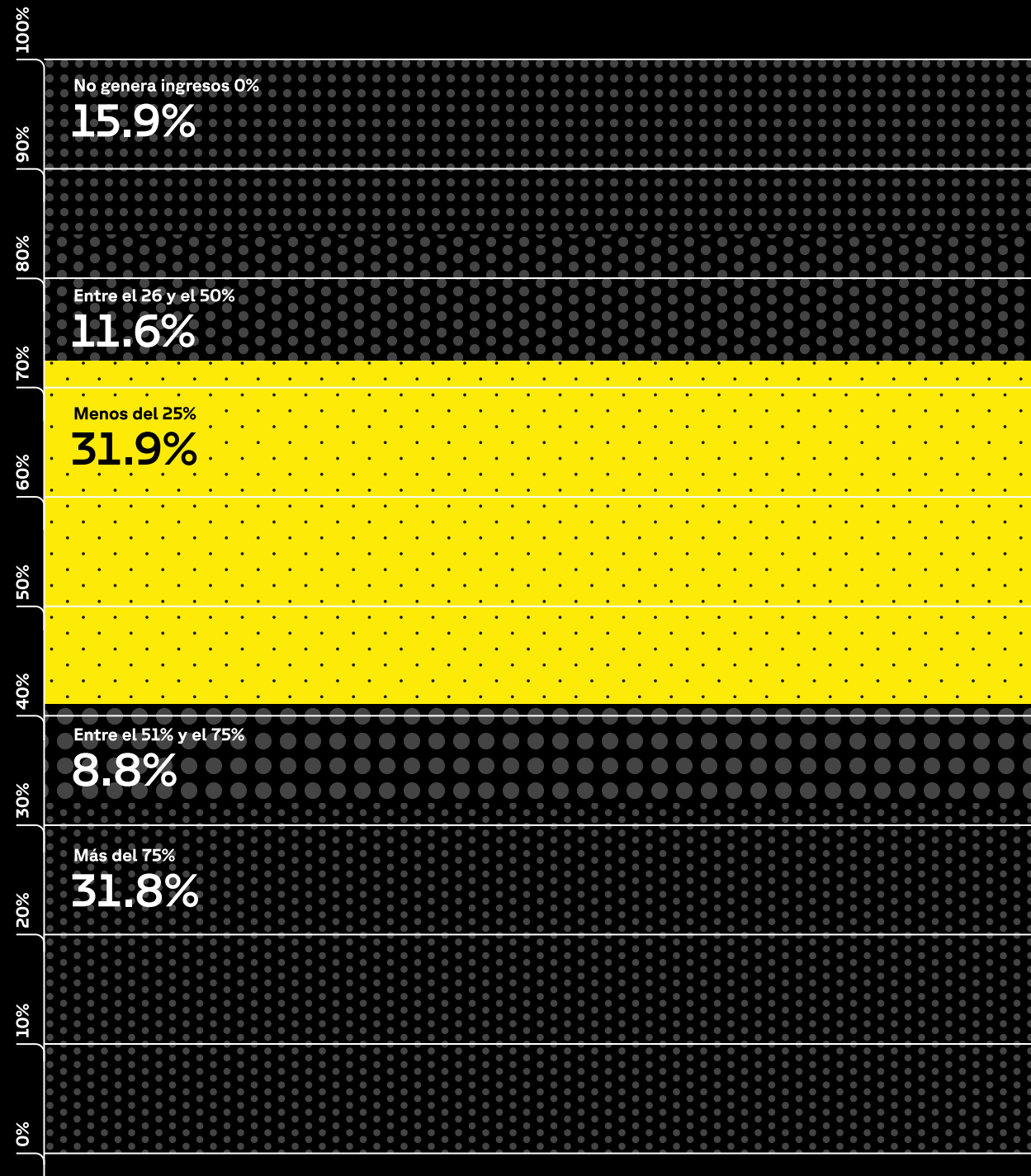
## ¿Qué sector describe su principal trabajo artístico o cultural?



Una pregunta clave del formulario del Censo estuvo en el porcentaje de ingresos que genera el trabajo cultural. Esta categoría permitirá identificar perfiles entre los que generan la mayoría de los ingresos del arte versus los que tienen otra fuente principal de ingresos. En este caso, solo un 40.5% genera más del 50% de su trabajo cultural. El restante 59.5% genera menos del 50%, incluyendo a un 15.9% que no genera ingresos de su trabajo creativo.

DIAGRAMA 4 | POR GENERO

# Aproximadamente, ¿qué porcentaje de sus ingresos proviene del trabajo cultural?



# 31.8%

de los encuestados cuentan con más de un 75% de sus ingresos que provienen del sector cultural.

Esta distribución de ingresos permite comparar las distribuciones a través de distintos sectores culturales. Por ejemplo, en el caso de la producción de eventos un 58.2% genera más del 50% de sus ingresos de esta actividad. Otros sectores que superan el 50% son los que trabajan en patrimonio cultural (54.9%), educación (53.7%), gestión cultural (52.4%) y cine y audiovisual (51.8%). Los sectores donde existe la menor proporción de personas que generan más del 50% de sus ingresos del trabajo creativo son artes editoriales (22.2%), música (32.2%), artes visuales (33.7%) y artes escénicas (37.8%).

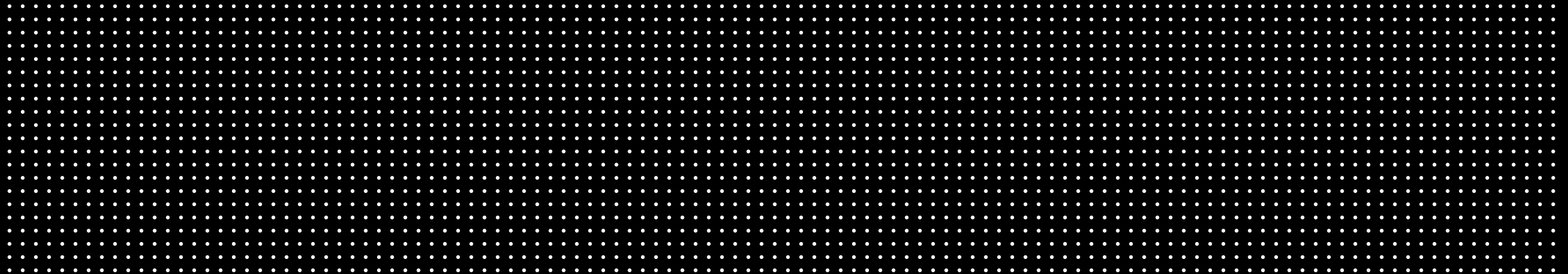
# Resultados

Proyectos o entidades

El Censo Cultural recopiló

# 2,336

proyectos culturales y creativos a partir del formulario a personas, sumado a un ejercicio de referidos de proyectos y análisis de otras bases de datos recientes.



## DIAGRAMA 5 Distribución por regiones



A partir del formulario a personas, sumado a un ejercicio de referidos de proyectos y análisis de otras bases de datos recientes, se recopiló un total de 2,336 proyectos culturales y creativos. Si bien el censo de proyectos está por debajo de la estimación de 9,803 que establece la *Encuesta para la Comunidad* para el año 2019, en el caso de proyectos se superó el total que establece el *County Business Patterns* para 2018 y que identifica 1,818 establecimientos bajo la definición de industrias creativas. Cabe señalar que cuando se elimina la categoría de Servicios de Información, este total se reduce a 1,487. Se destaca esta particularidad ya que en la definición de trabajo cultural y creativo, este sub-sector parece tener una identidad profesional separada de artistas y diseñadores, por lo que no existen muchos registros en estas áreas.

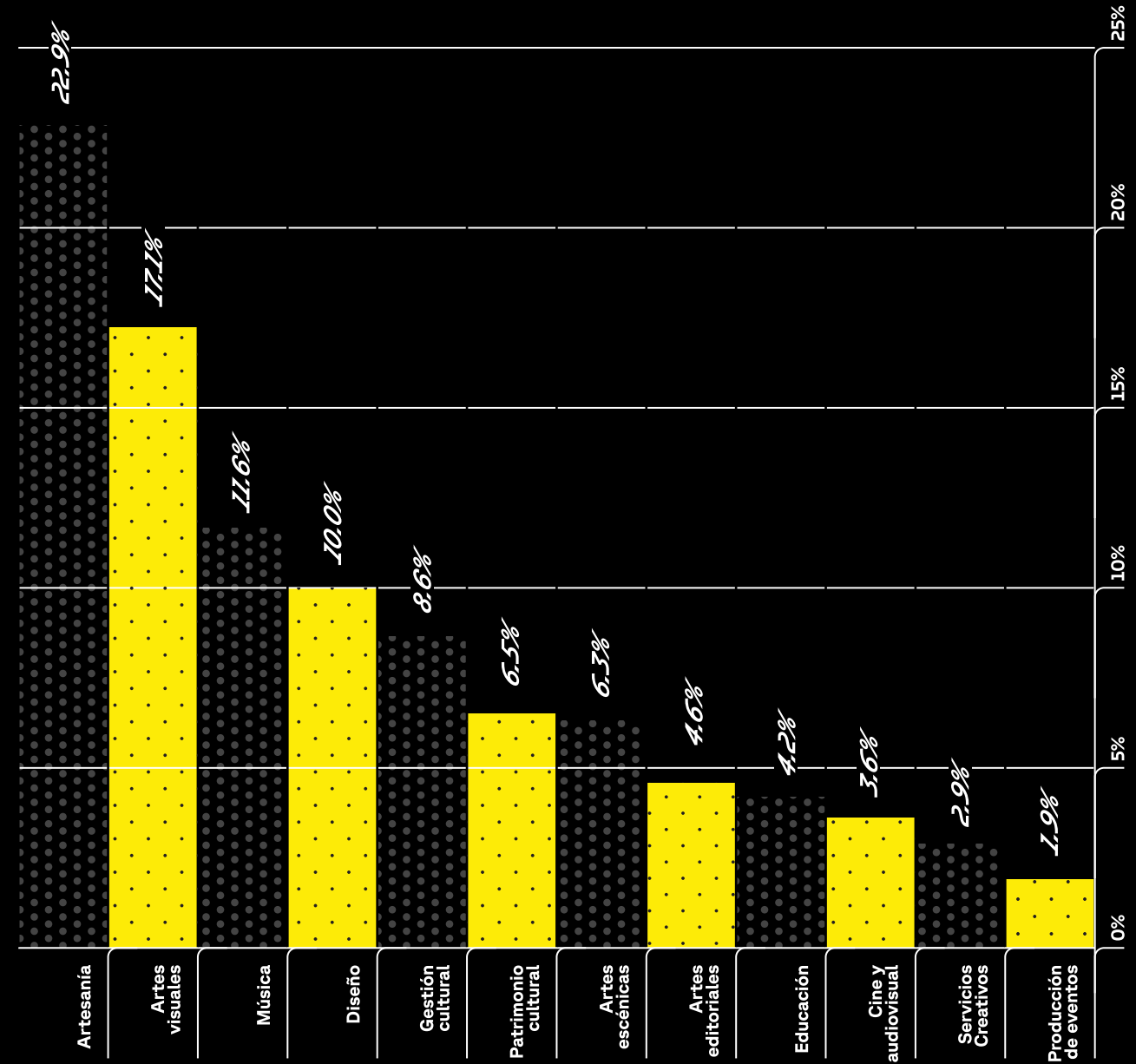
El registro de proyectos también mantiene una distribución geográfica muy similar a las personas, con un 43.6% provenientes del área metropolitana, seguido por un 20.5% en el sur y un 12.75% en el oeste. San Juan es el municipio con más proyectos registrados con un total de 613 (26.2%). La definición operacional de proyectos incluye marcas, colectivos, organizaciones sin fines de lucro y empresas. El criterio principal fue identificar una identidad de marca separada de los artistas o una referencia directa a la actividad artística-empresarial a través de enlaces en redes sociales que muestran productos o experiencias disponibles para la audiencia. Por lo tanto, podrían existir iniciativas de artistas/empresarios que trabajan por cuenta propia en esta parte del censo. Se identificaron proyectos en los 78 municipios y algunos radicados en Estados Unidos.

En términos de sectores creativos, la principal actividad fue la artesanía (22.9%), seguido de artes visuales (17.1%), música (11.6%) y diseño (10%).

Actividad principal en el sector

*Artesanías*  
22.9%

DIAGRAMA 6  
Sector principal de los proyectos



# Resultados

## Perfil del trabajo cultural y creativo

Como parte del diseño de investigación se prepararon dos cuestionarios para recopilar información adicional de las personas y los proyectos. El diseño tuvo como base la *Encuesta a agentes culturales* que realizó la Comisión para el Desarrollo Cultural (CODECU) en 2014 y publicado en 2015. Este estudio utilizó el concepto de agentes culturales para aglomerar todo el sector de la oferta cultural, incluyendo a individuos, empresas, organizaciones sin fines de lucro y proyectos.

Adicional al grupo de preguntas del cuestionario de 2015, se incluyeron preguntas similares a las que se presentan en la *Encuesta para la Comunidad*. De esta forma, se puede comparar los resultados de este grupo de personas con la metodología oficial del Censo de los Estados Unidos. El cuestionario a personas tuvo un total de 56 preguntas categorizadas principalmente en seis grupos que incluyen: perfil demográfico, naturaleza del trabajo cultural, desempeño económico, bienestar social e imaginarios culturales y percepción sobre el futuro.

# Resultados

## Descripción de la muestra

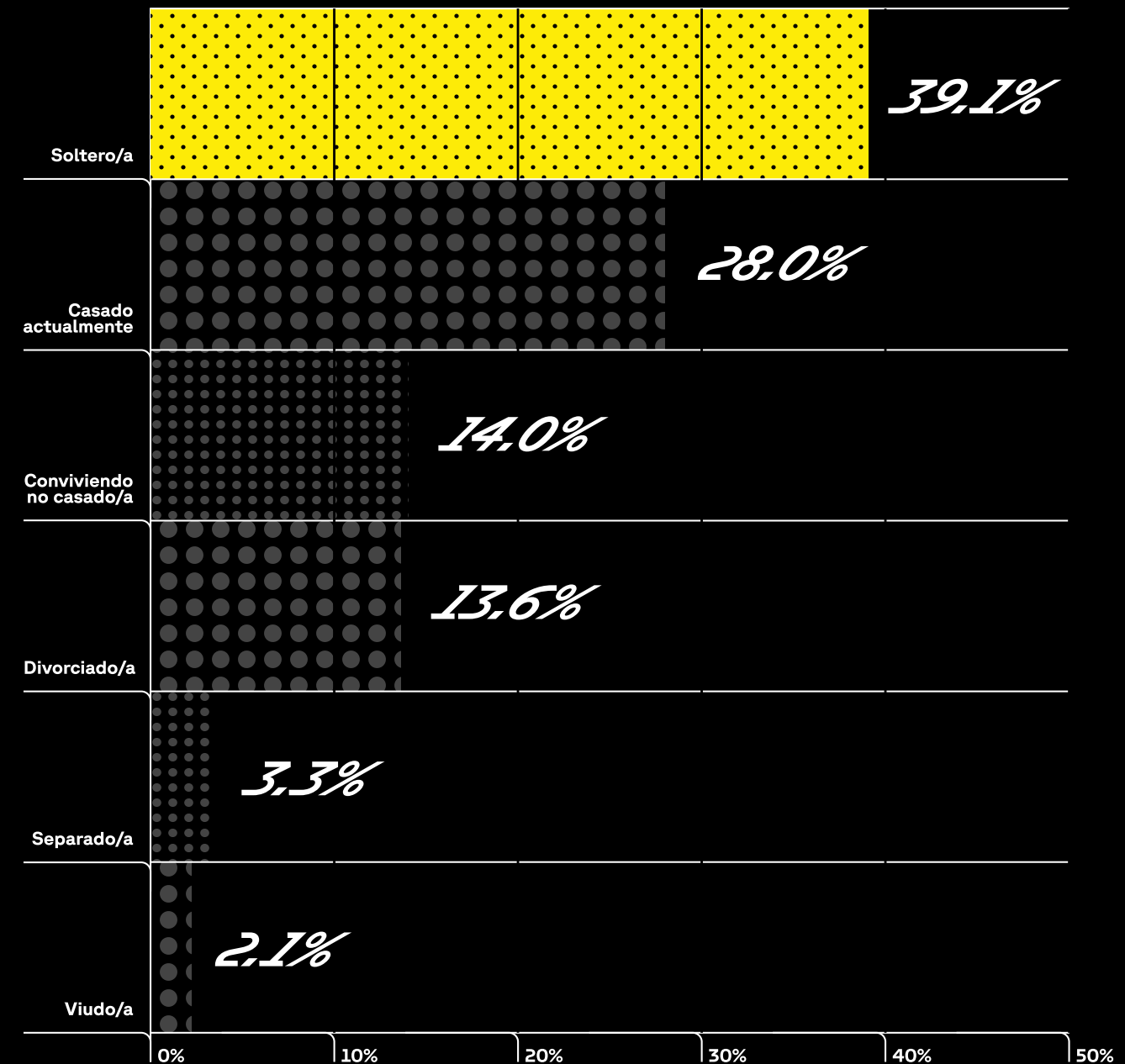
Un 60.1% del total de 243 encuestado/as se identificó como mujer. Del total de personas, un 73.7% afirmó tener un bachillerato. De este total, un 41.2% incluye algún posgrado (maestría o doctorado). Un 28% está casado/a, mientras que un 14% adicional convive con otra persona. El 97% reside en Puerto Rico, incluyendo un 27% en San Juan y un 8.6% en Ponce. Del total de personas que contestaron la pregunta sobre raza, un 54% afirma ser blanco. Un 46% se identificó como moreno o negro (categorías tomadas de la *Encuesta Mundial de Valores*), mientras que un 20.7% se prefirió identificar otra categoría.

## DIAGRAMA 7 Género con el que se identifica



## DIAGRAMA 8 ¿Cuál es su estado civil?

La muestra mantuvo una distribución bastante similar al Censo. Un 22.6% proviene de la artesanía, un 20.6% de las artes visuales, un 10.3% de las artes escénicas, un 7.8% de la música y un 7.4% de las artes editoriales. Similar a la tendencia que se observa en otras estadísticas, aunque con una proporción mayor, un 58% de la muestra afirmó trabajar por cuenta propia, mientras que un 25.1% trabaja en una empresa privada (con o sin fines de lucro).





# Resultados

## Trabajo cultural y creativo

La muestra mantuvo una distribución bastante similar al Censo. Un 22.6% proviene de la artesanía, un 20.6% de las artes visuales, un 10.3% de las artes escénicas, un 7.8% de la música y un 7.4% de las artes editoriales. Similar a la tendencia que se observa en otras estadísticas, aunque con una proporción mayor, un 58% de la muestra afirmó trabajar por cuenta propia, mientras que un 25.1% trabaja en una empresa privada (con o sin fines de lucro).

### Diferencia en proporción que trabaja por cuenta propia entre la Encuesta para la Comunidad y el Censo Cultural

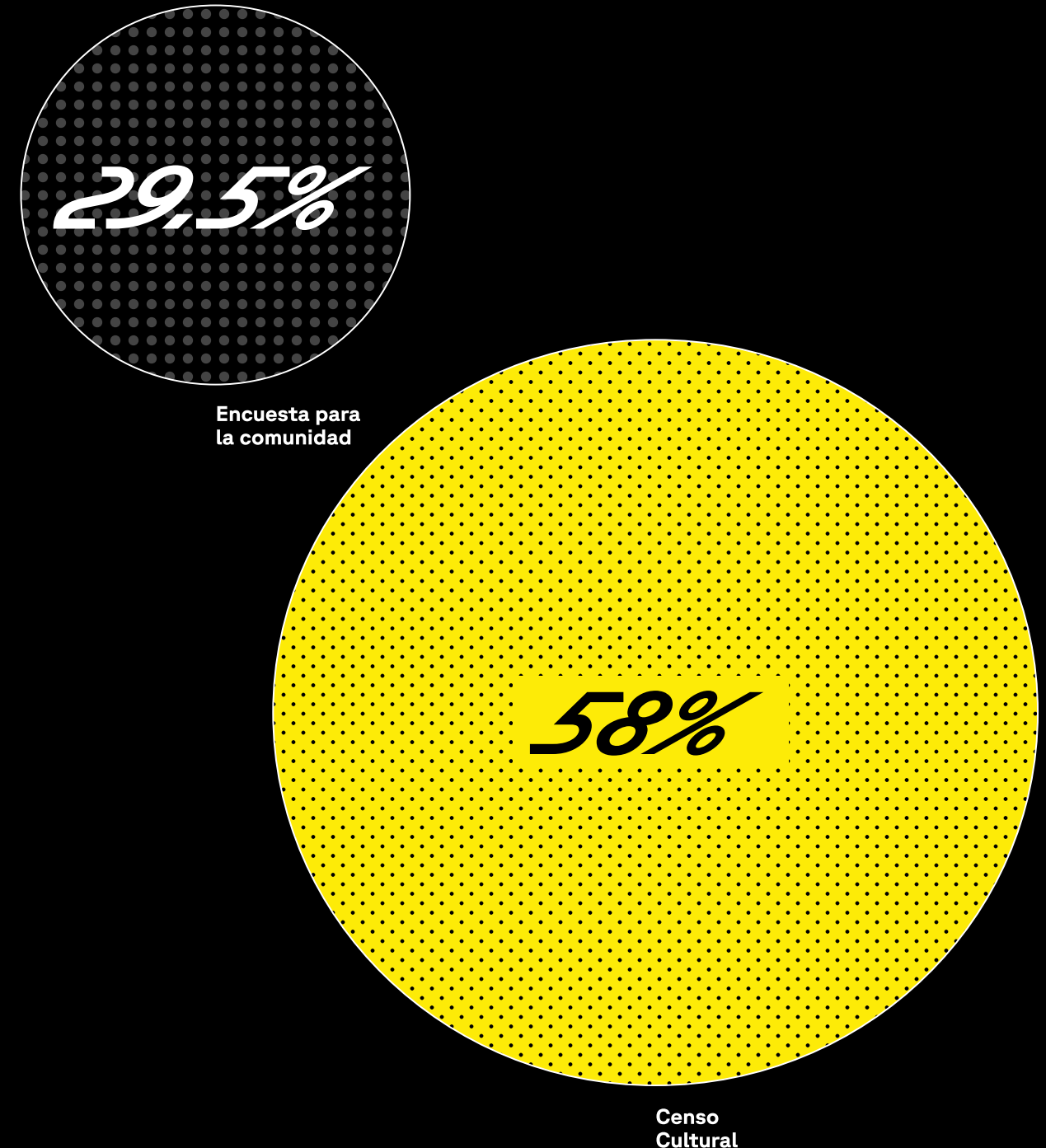


DIAGRAMA 9 | MUESTRA DE PERSONAS

¿Cuál de estas categorías mejor describe su trabajo artístico o cultural?

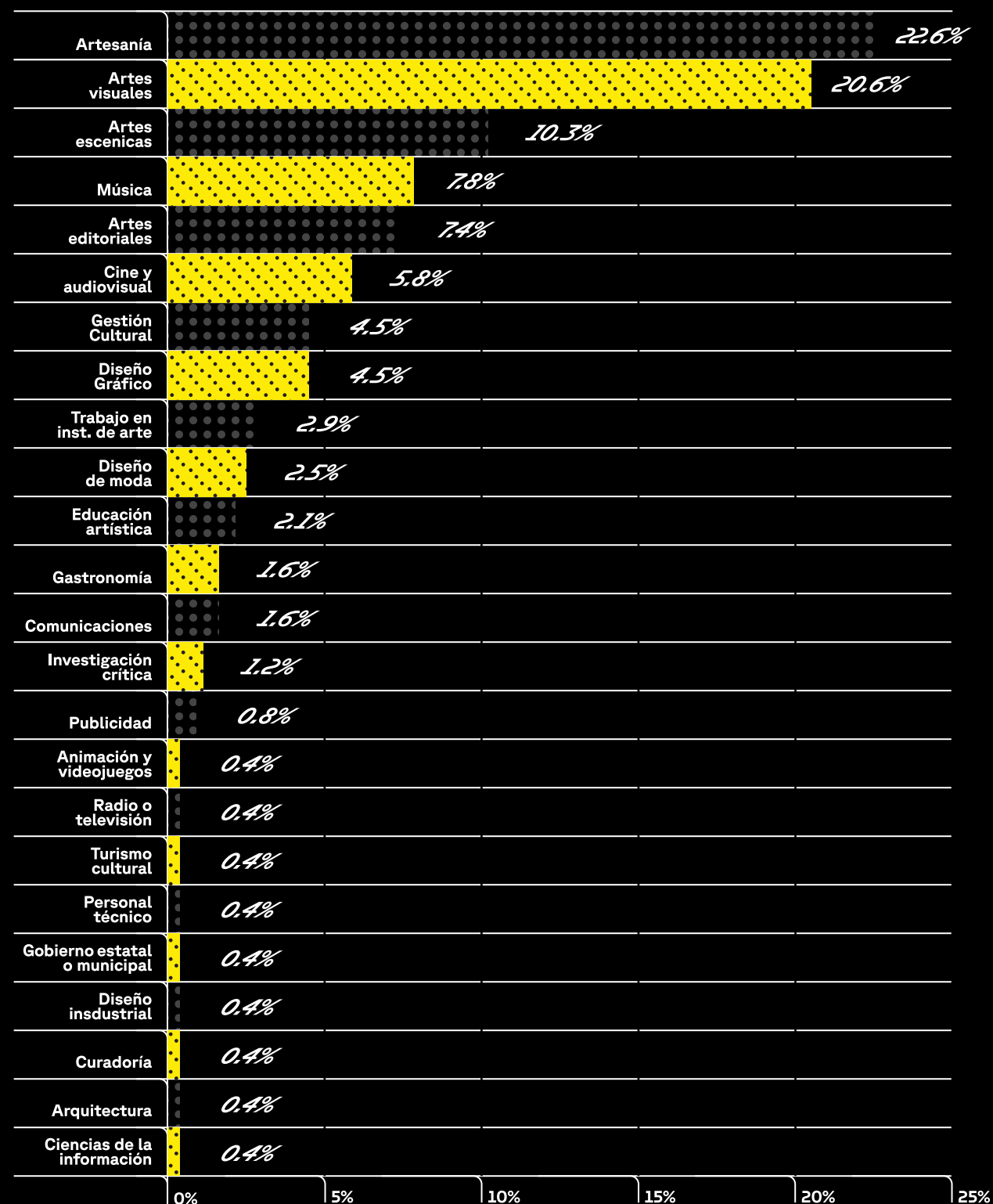


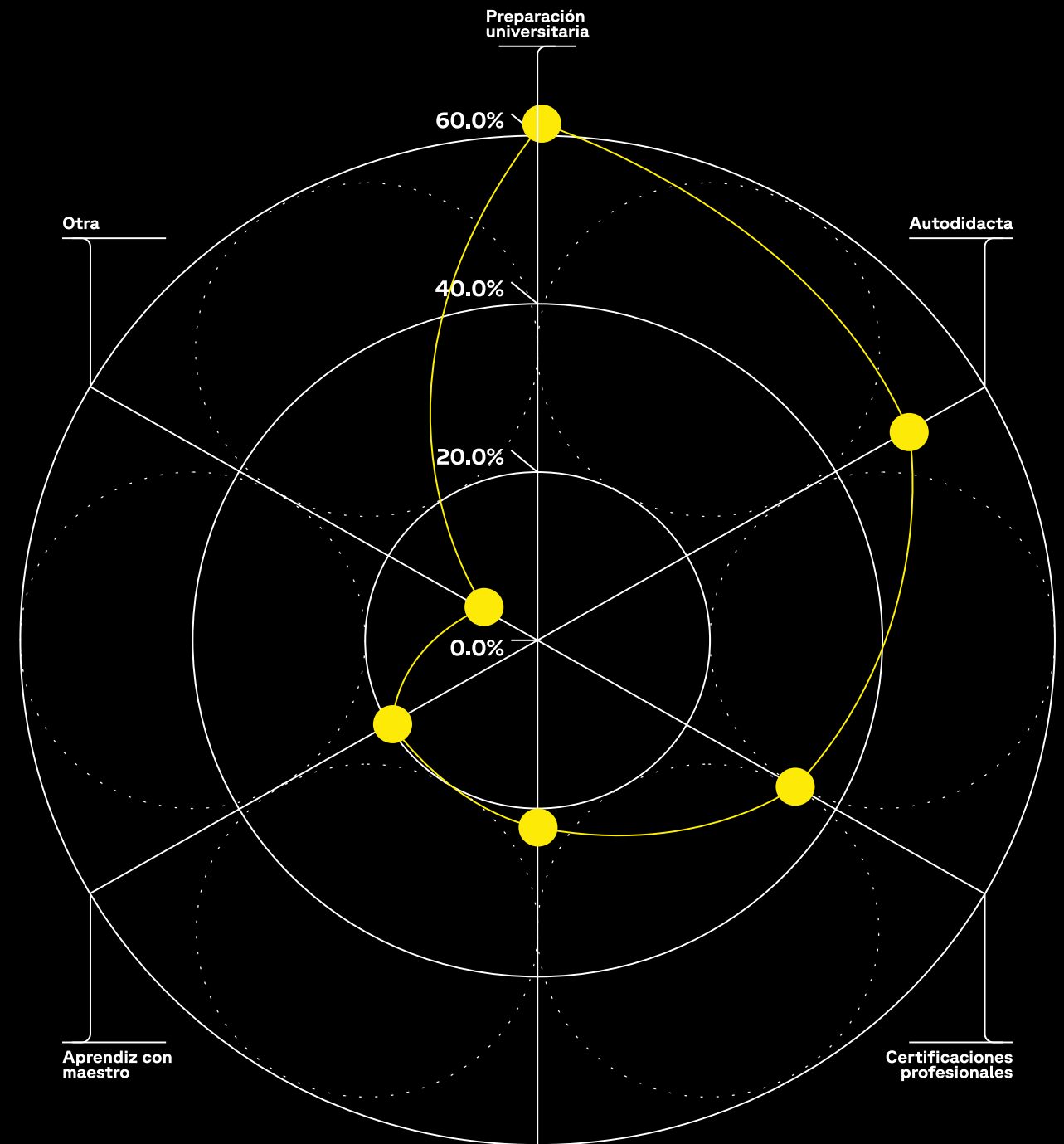
DIAGRAMA 10

Tipo de empleo – Describa en forma clara la actividad principal de su empleo o negocio la semana pasada.



DIAGRAMA 11 | TODAS LAS QUE APLIQUEN

## Describe su preparación universitaria artística o de trabajo cultural

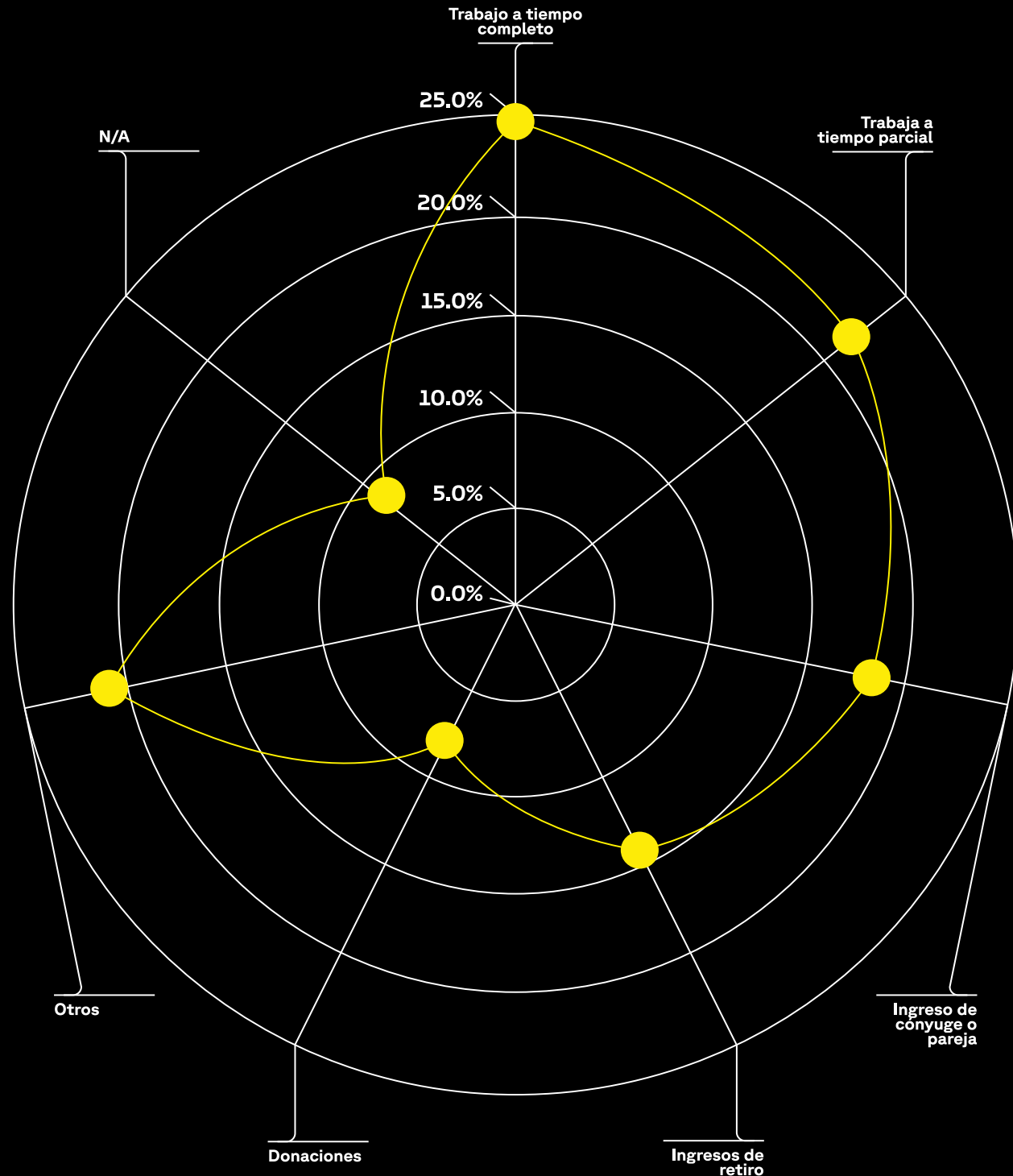


Los participantes tuvieron oportunidad de identificar las formas de preparación que tienen para el trabajo cultural que realizan. Un 61.7% afirmó tener preparación universitaria y un 50.6% se identificó como autodidacta. Otras formas de preparación incluyeron certificaciones profesionales (35%), educación durante los años de escuela (22.6%) y ser aprendiz con un maestro (20.2%). El promedio de años en la profesión creativa fue de 18, mientras que la mediana fue de 15 años.

Q4- Describe su preparación artística o de trabajo cultural (Seleccione todas las que apliquen)

DIAGRAMA 12

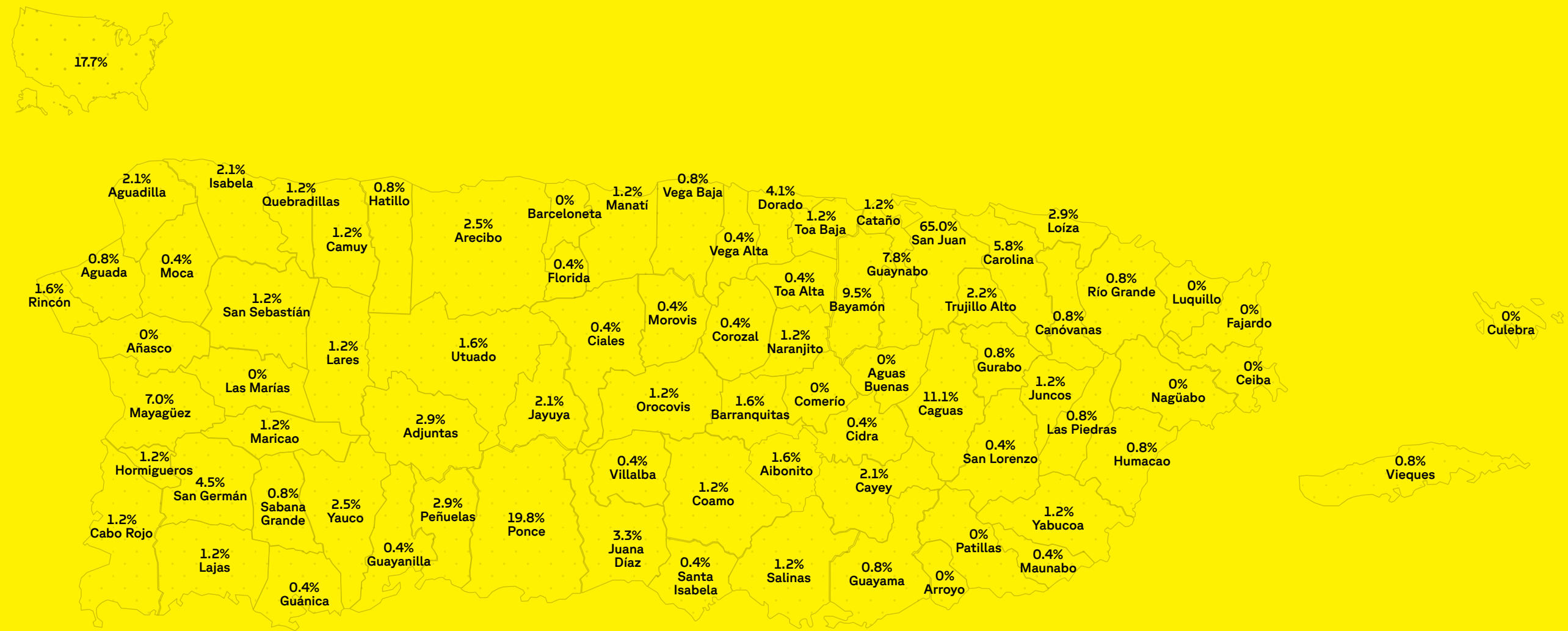
# ¿De dónde provienen las otras fuentes de ingreso?



La muestra refleja que un 61.4% genera menos del 50% de sus ingresos totales del trabajo creativo, incluyendo un 13.2% que no genera ingresos. Cuando se preguntó sobre de dónde vienen las otras fuentes de ingresos, un 24.7% afirmó que de un trabajo a tiempo completo, un 21.8% de un trabajo a tiempo parcial y un 18.5% de los ingresos de su cónyuge o pareja.

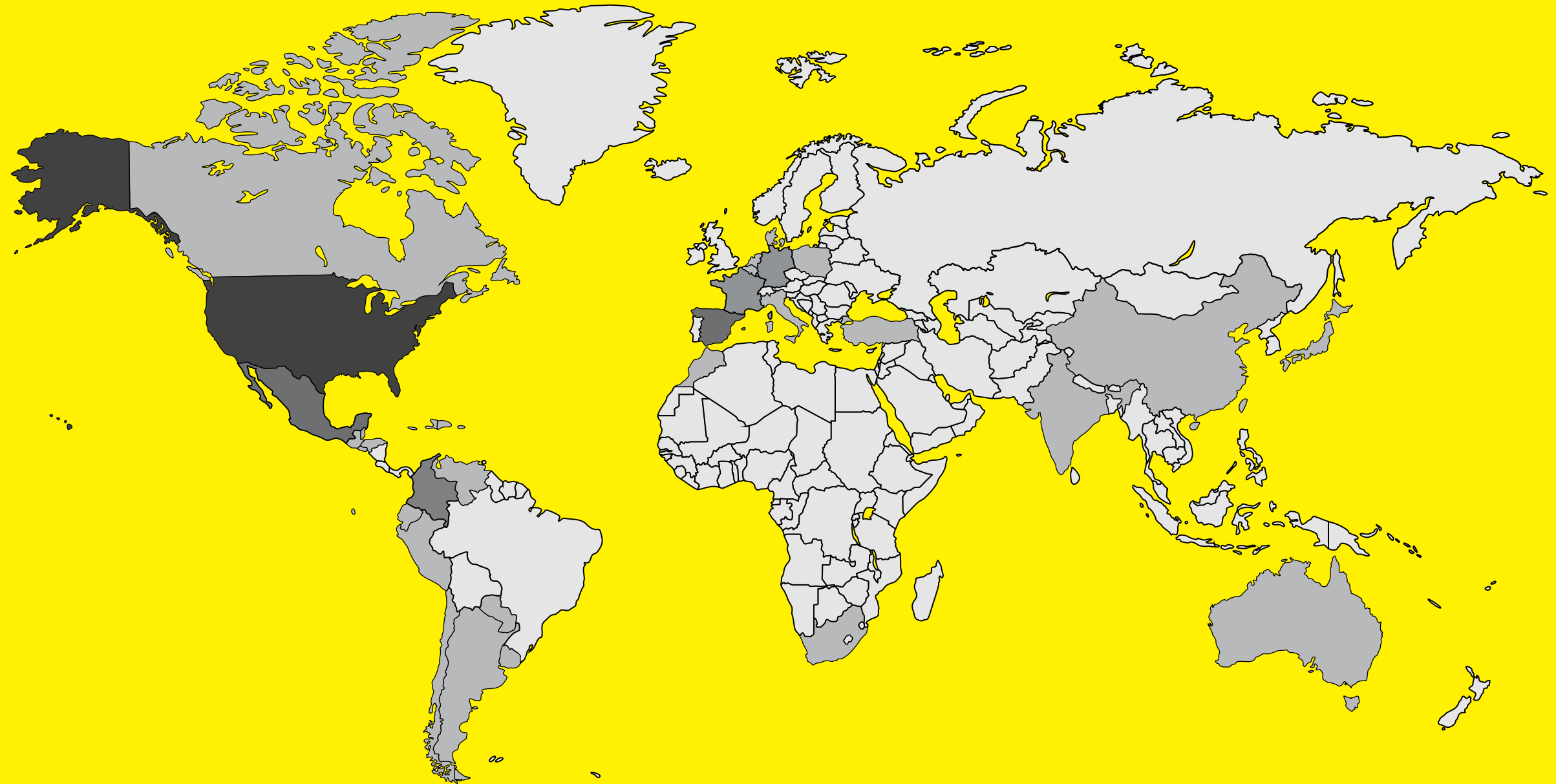
DIAGRAMA 13

Seleccione hasta un máximo de tres lugares (Estados y/o Municipios) donde mayor impacto tiene su trabajo



Cuando se preguntó por las tres principales ubicaciones donde su trabajo cultural tiene mayor impacto, un 65% mencionó al municipio de San Juan. En segundo lugar aparece Ponce con 19.8%, seguido por Estados Unidos con 17.7%. Las respuestas a esa pregunta incluyen a 66 de los 78 municipios de Puerto Rico. De igual forma, un 42% de los participantes en la encuesta ha tenido presencia a nivel internacional.

# DIAGRAMA 14 Presencia internacional en los últimos 5 años

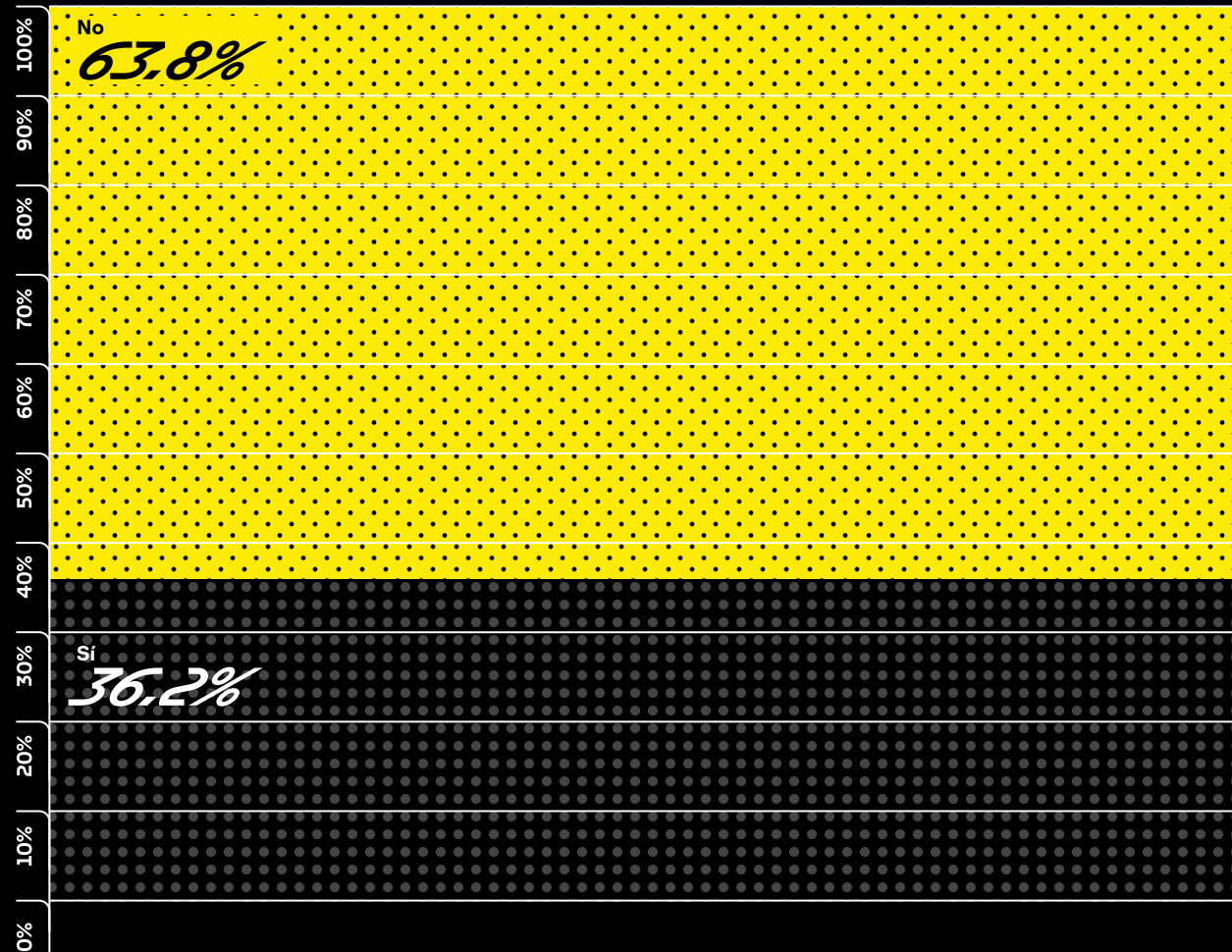


0.4%

27.0%

DIAGRAMA 15

¿Ha recibido premios, becas o subvenciones de fundaciones o entidades sin fines de lucro?



El apoyo que han recibido los proyectos fue otro tema que se incluyó en la encuesta. Solamente un 36% había recibido apoyo directo a través de premios, becas o subvenciones de fundaciones o entidades sin fines de lucro. El promedio de estas subvenciones fue de \$11,700, a pesar que la mediana fue de solamente \$550. Algunas de las entidades que fueron mencionada incluyen a Cerf+, Instituto de Cultura Puertorriqueña (ICP), Beta Local, Mellon Foundation, Fondo Flamboyán para las Artes, Fomento Industrial, National Endowment for the Arts (NEA), NALAC y el Museo de Arte Contemporáneo, entre otros. Un 35.8% de las personas que contestaron la encuesta afirmó hacer trabajo voluntario. De este total, el promedio de horas mensuales fue de 45, aunque la mediana fue de 16 horas.

DIAGRAMA 16

¿Dedica horas de trabajo voluntario a alguna organización?



# Resultados

## Trabajo no remunerado

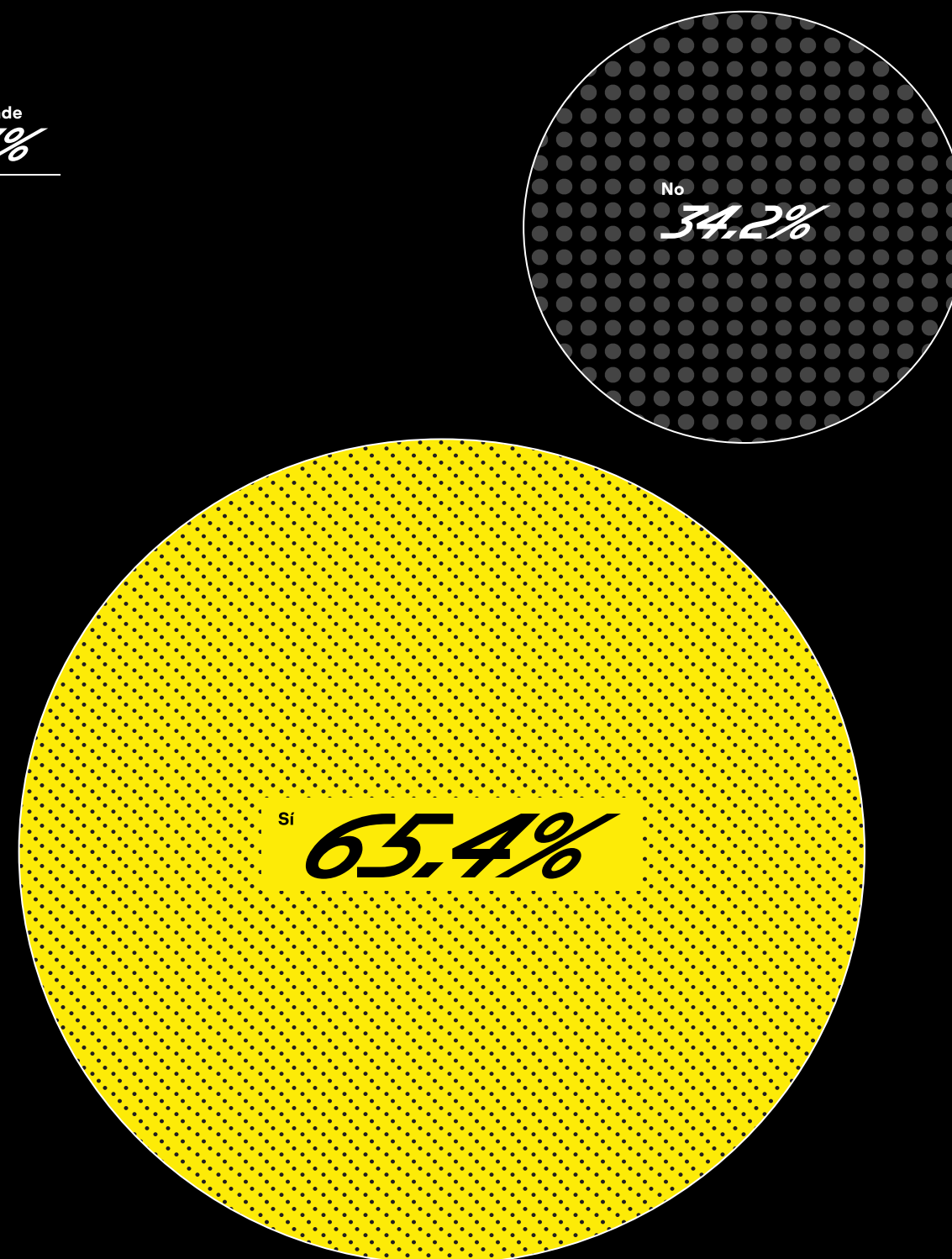
Como parte de la *Encuesta a Agentes Culturales* de la Comisión para el Desarrollo Cultural (CODECU) se realizó una serie de preguntas para estimar el valor del trabajo no remunerado que realizan los trabajadores de la cultura. La proporción de personas que hizo trabajo no remunerado se mantuvo relativamente igual desde 2014 cuando representaba 64.6%. Ahora en 2022 esa cantidad fue de 65.4%. En promedio las personas afirman que el trabajo no remunerado, en promedio, tiene un valor de \$7,978 con una mediana de \$3,000. Cuando se estima el valor del trabajo remunerado como parte de sus ingresos total, se estima que representa un 20.4%. Esto significa que si este trabajo hubiese tenido un equivalente monetario, los/as artistas generarían ese total adicional a sus ingresos actuales.

DIAGRAMA 17

¿Ha realizado trabajo artístico no remunerado, con descuento o por intercambio?

No responde

0.4%



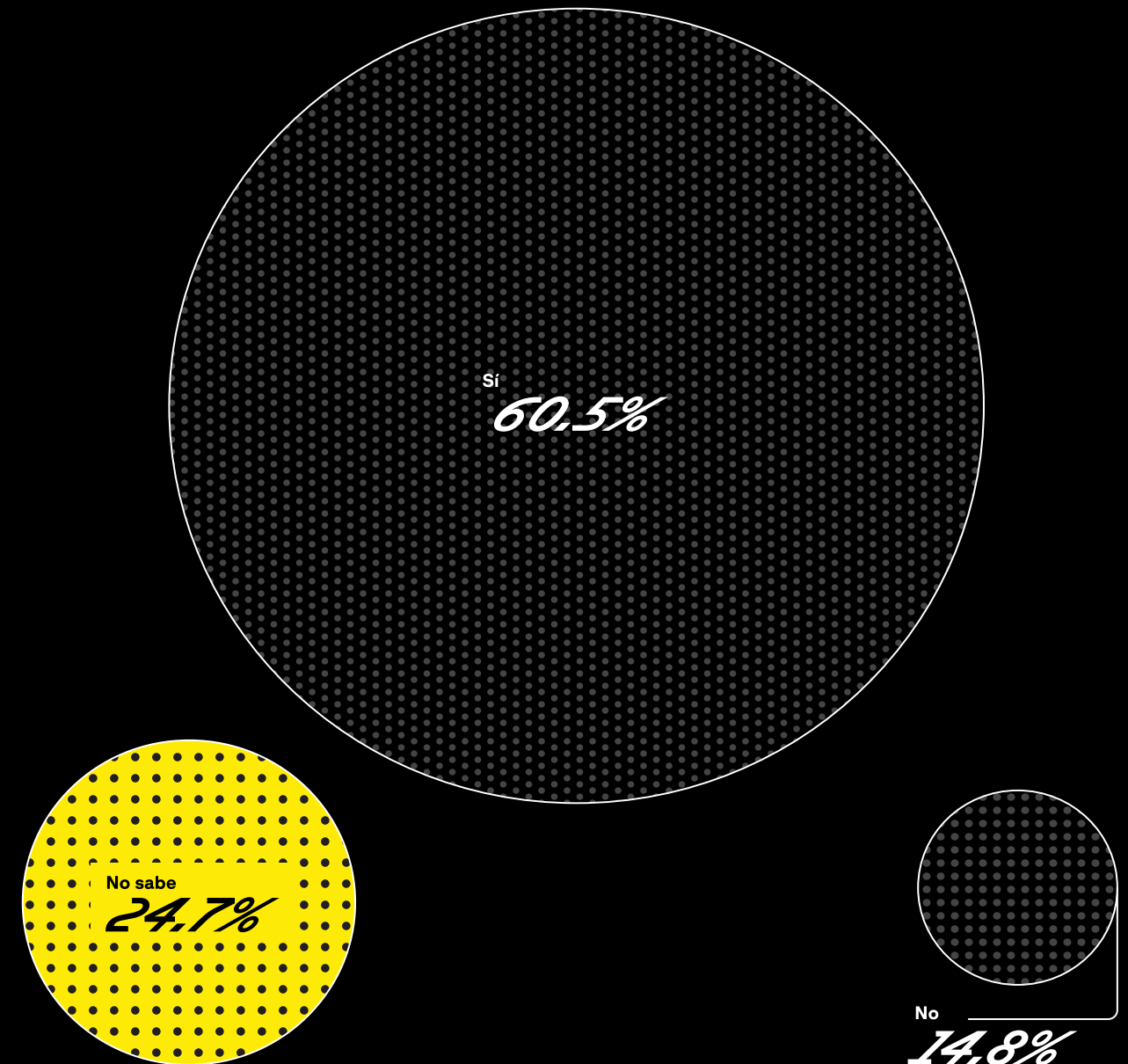


# Resultados

## Propiedad intelectual

Un 60.5% afirma tener trabajos creativos elegibles para registrarse como propiedad intelectual (marcas, derechos de autor y/o patentes). Es importante destacar que un 24.7% no sabe si tiene trabajos elegibles. Dentro del total que afirma tener trabajo creativo elegible, un 71.4% no lo tiene registrado. A su vez, de este total, un 75.2% afirma que no lo ha registrado porque no sabe cómo hacerlo, mientras que el 24.8% dice que no le interesa. Del grupo que no sabe si tiene propiedad intelectual elegible para registro, un 91.7% afirma tener interés en conocer más información sobre el tema.

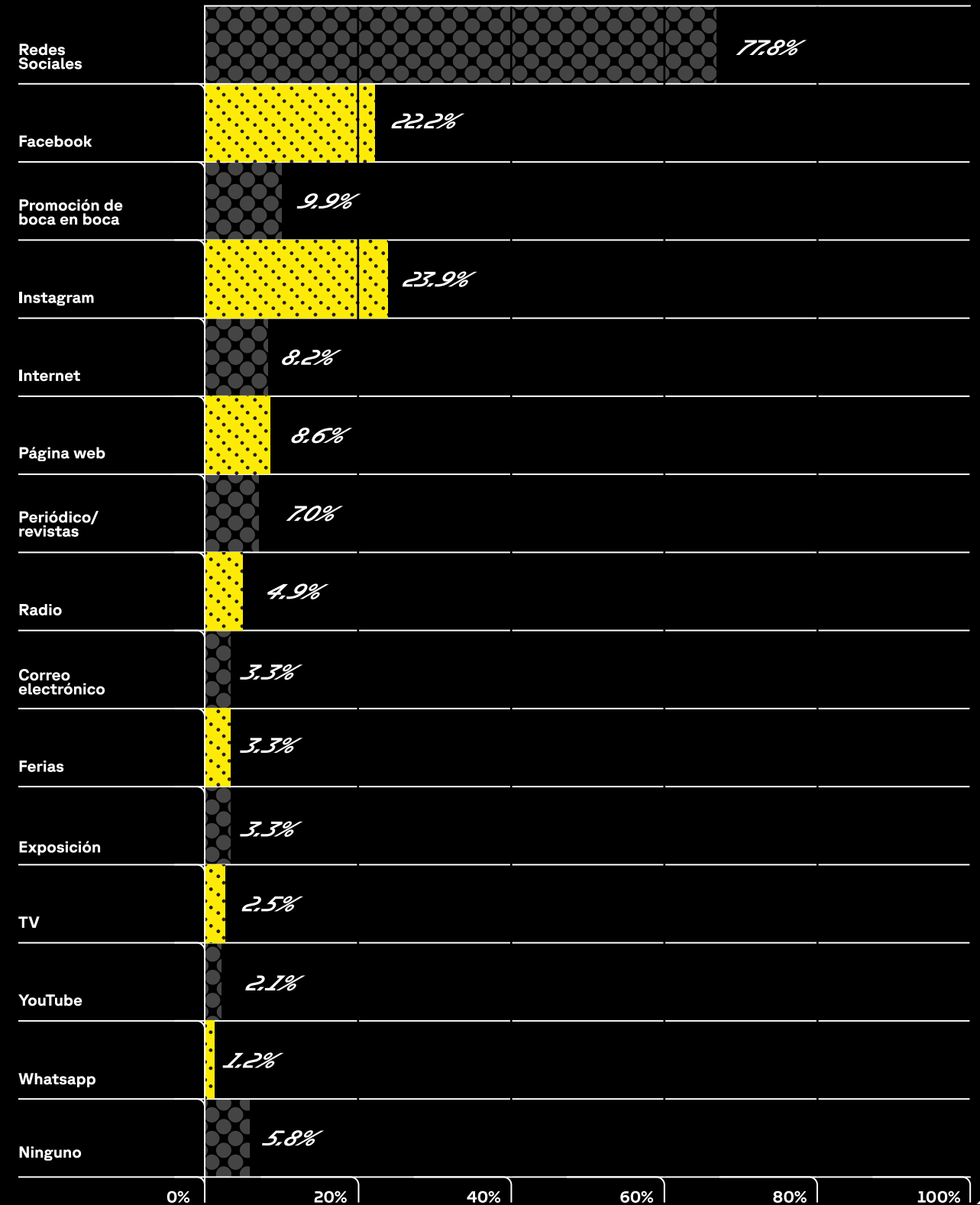
DIAGRAMA 18  
¿Tiene trabajos elegibles para propiedad intelectual?



En términos de las herramientas que utilizan los trabajadores/as creativos/as para promocionar su arte, un 77.8% mencionó el concepto de redes sociales en general, mientras que un 23.9% mencionó específicamente a la red Instagram y un 22.2% mencionó a Facebook.

DIAGRAMA 19

## ¿Qué medios utiliza para promocionar su trabajo artístico?



En términos de las herramientas que utilizan los trabajadores/as creativos/as para promocionar su arte, un 77.8% mencionó el concepto de redes sociales en general, mientras que un 23.9% mencionó específicamente a la red Instagram y un 22.2% mencionó a Facebook.

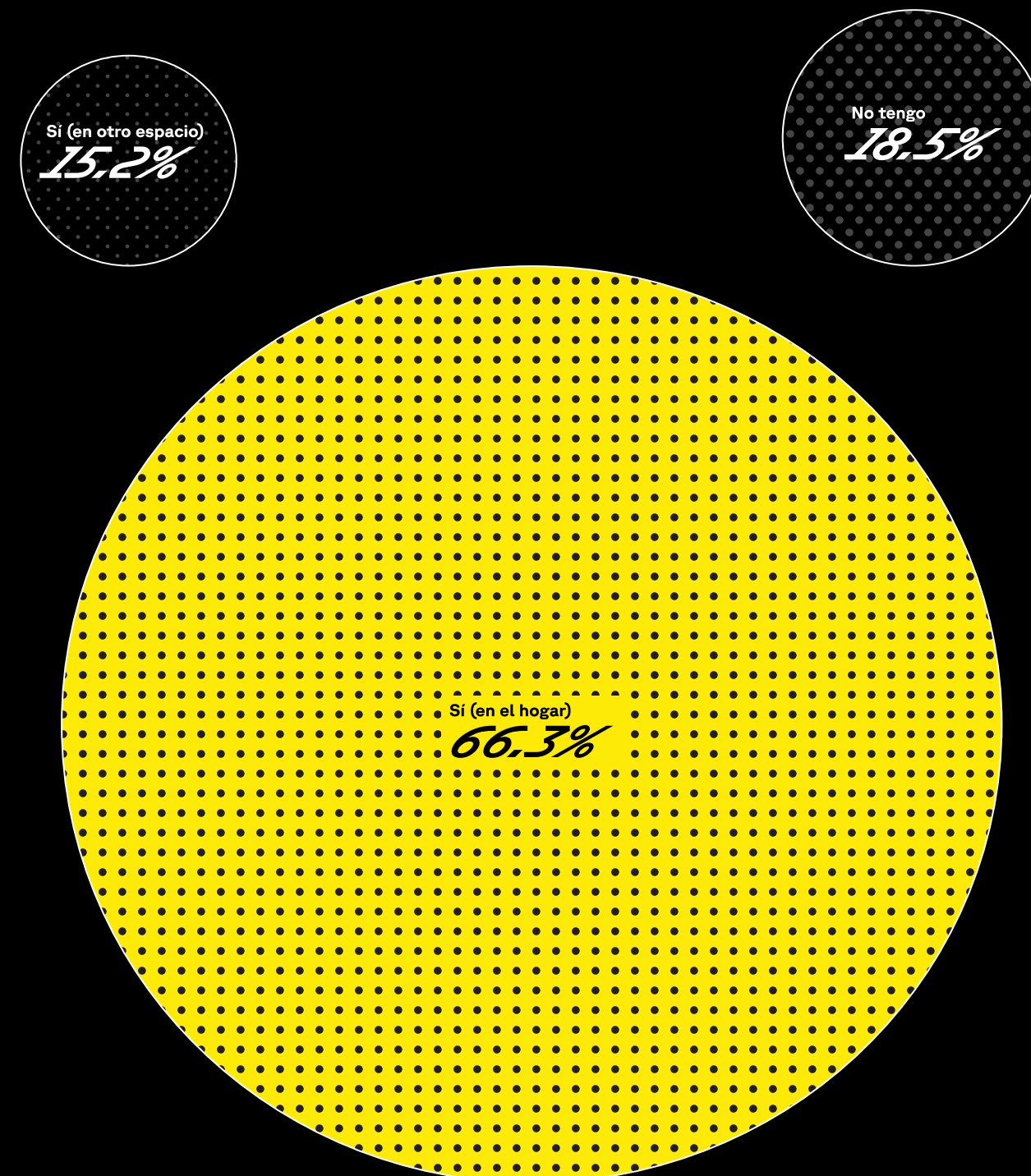
# Resultados

## Infraestructura

Se incorporó un grupo de preguntas para conocer la condición de la infraestructura relacionada con el trabajo cultural de las personas. Un 81.5% tiene algún espacio de trabajo, taller o estudio, incluyendo un 66.3% que lo tiene en su hogar. Del total que tiene el espacio en su propiedad, un 60.9% son dueños de la propiedad, en comparación con los que tienen el espacio fuera del hogar dónde solamente un 16.2% es dueño del local. Cuando se preguntó por las principales necesidades se mencionó equipo y materiales (70.2%), tamaño del espacio (49%) y mejoras a la estructura (35.4%). Un 49% recibe clientes en ese taller o espacio de trabajo.

Resultados

DIAGRAMA 20  
¿Tiene algún estudio, taller o espacio de trabajo?



# Resultados

## Distribución de ingresos y gastos

También se identificó la distribución general de ingresos. En promedio, un 32.1% proviene de la empresa privada y un 27.4% proviene de personas (individuos). En promedio, un 15.4% de los ingresos proviene del Gobierno, mientras que las organizaciones sin fines de lucro y fundaciones aportan un 11.9% y un 2.6%, respectivamente. Cuando se analiza la distribución de gastos de las personas se identifica que el gasto mayor es la vivienda con un 18.6%, bebidas y alimentos (17.4%), utilidades (16.3%), materiales y equipo (11.3%) y transportación con un 11%.

DIAGRAMA 21

Describe qué porcentaje corresponde a cada categoría del total de sus ingresos anuales.

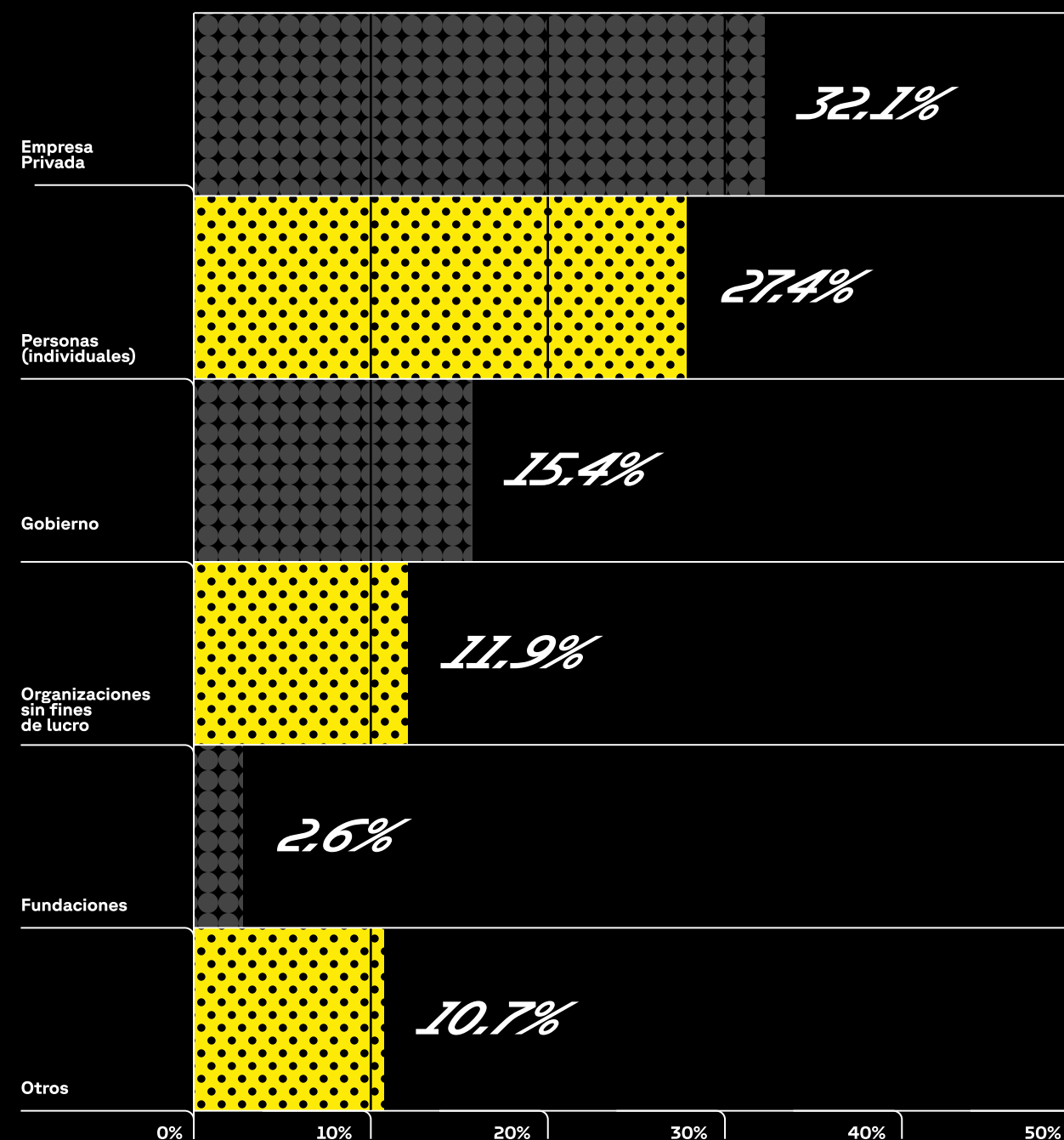
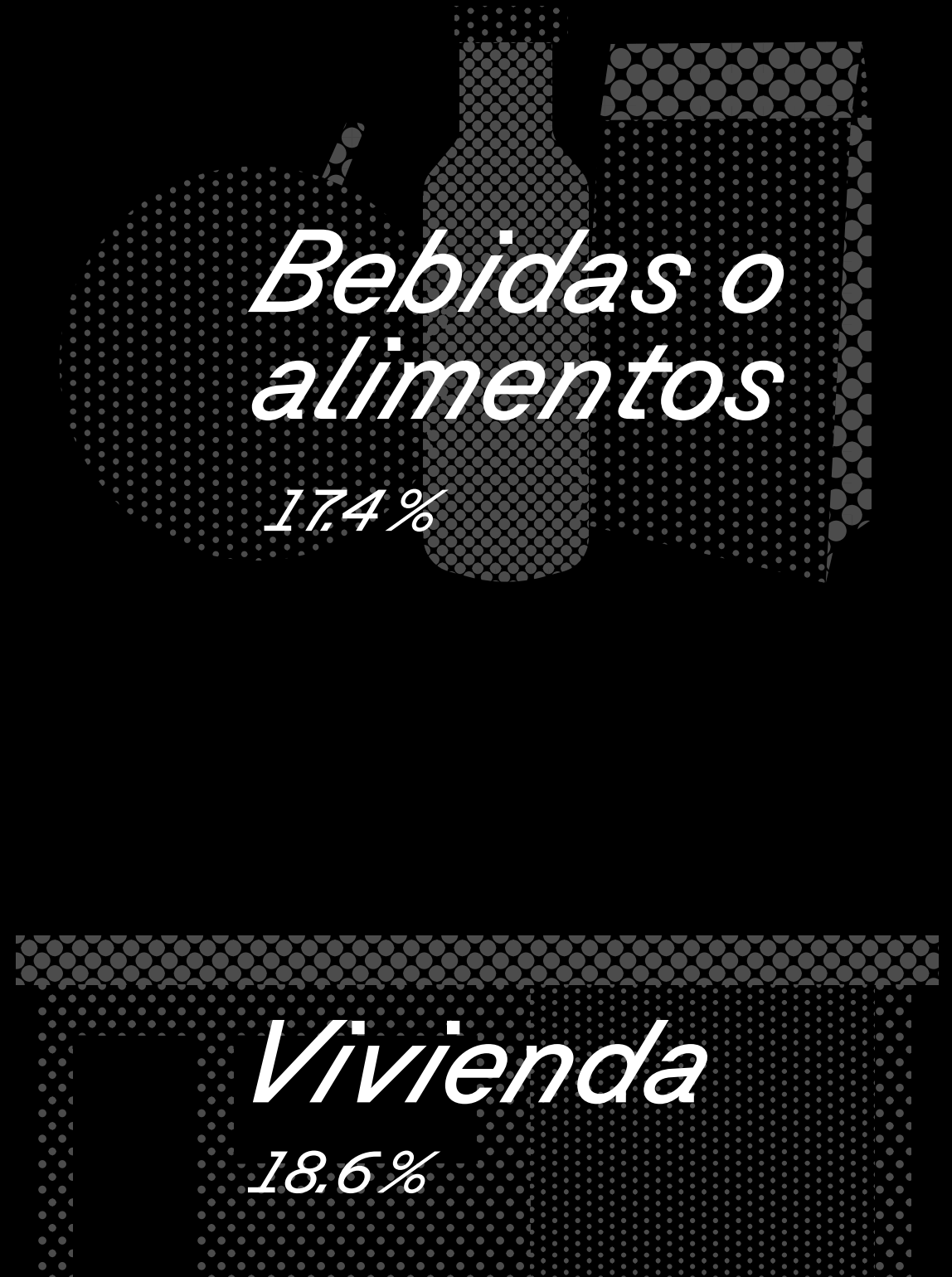
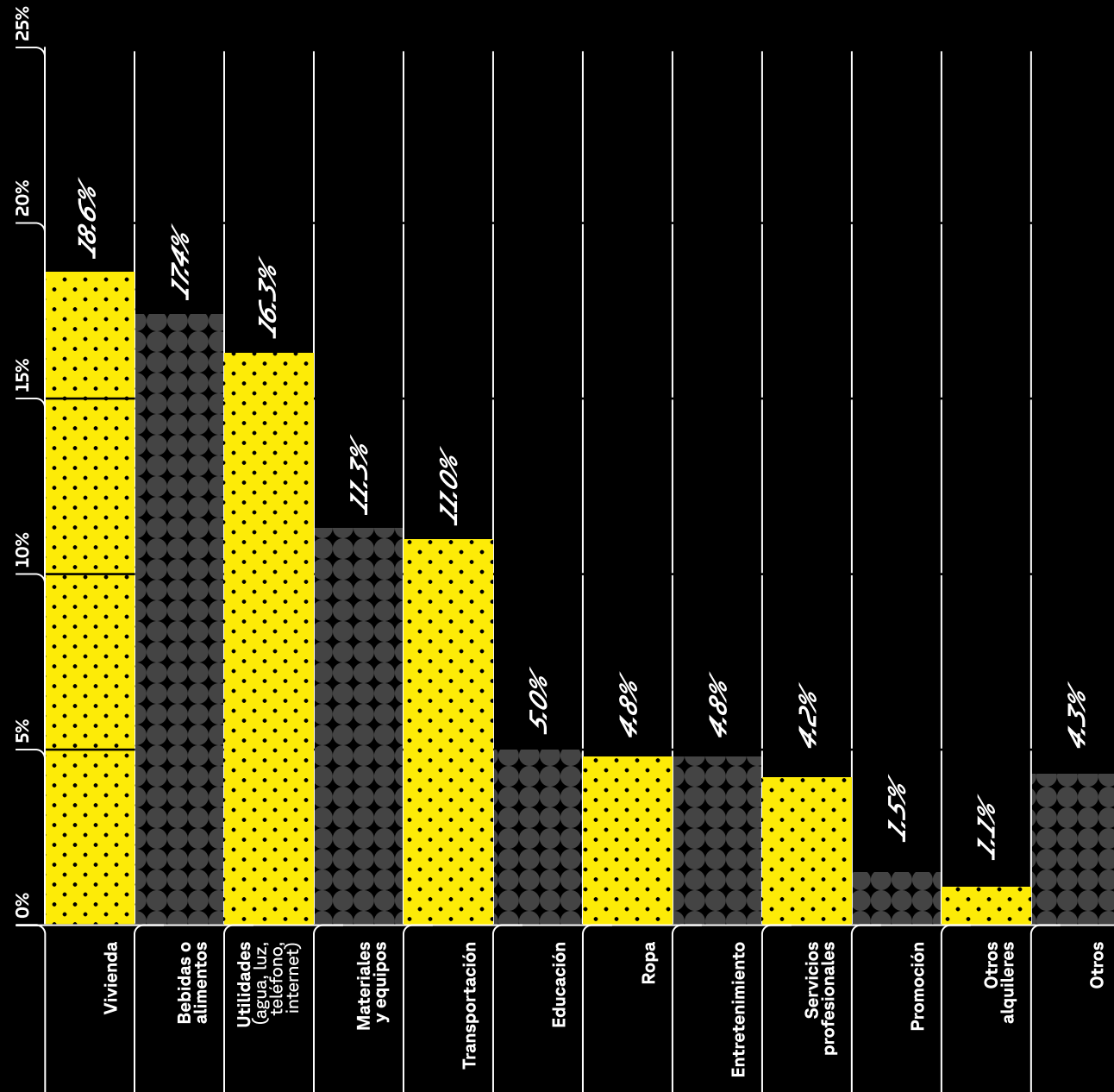


DIAGRAMA 22

Describa aproximadamente qué porcentaje corresponde a cada categoría del total de sus gastos anuales.



# Resultados

## Bienestar social y personal

El Censo Cultural incorporó algunas preguntas de la *Encuesta Mundial de Valores* para conocer algunas percepciones sobre bienestar personal. Por ejemplo, en la pregunta sobre cuán feliz se siente, un 63.4% afirma ser *muy feliz*, en comparación con los resultados para toda la población de Puerto Rico donde un 50.5% contestó en la misma categoría. Esta pregunta general sobre el estado de felicidad contrasta un poco con las preguntas de salud física y emocional. Por ejemplo, solo un 26.7% afirma tener un estado de salud emocional muy bueno, con un 44% afirmando que es *bueno* y un 25.1% como *regular*.

DIAGRAMA 23  
En general,  
¿usted diría que es feliz?

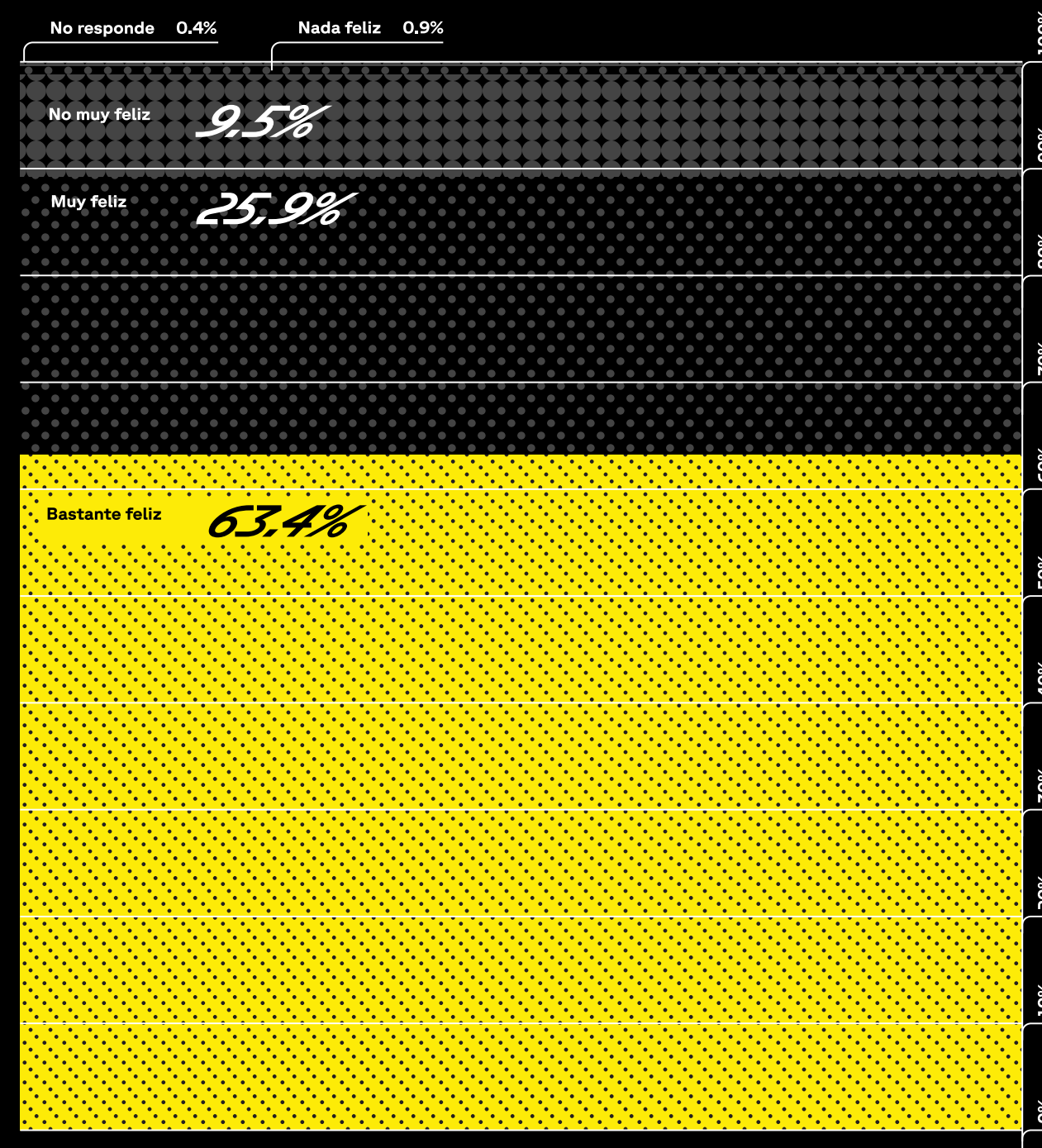
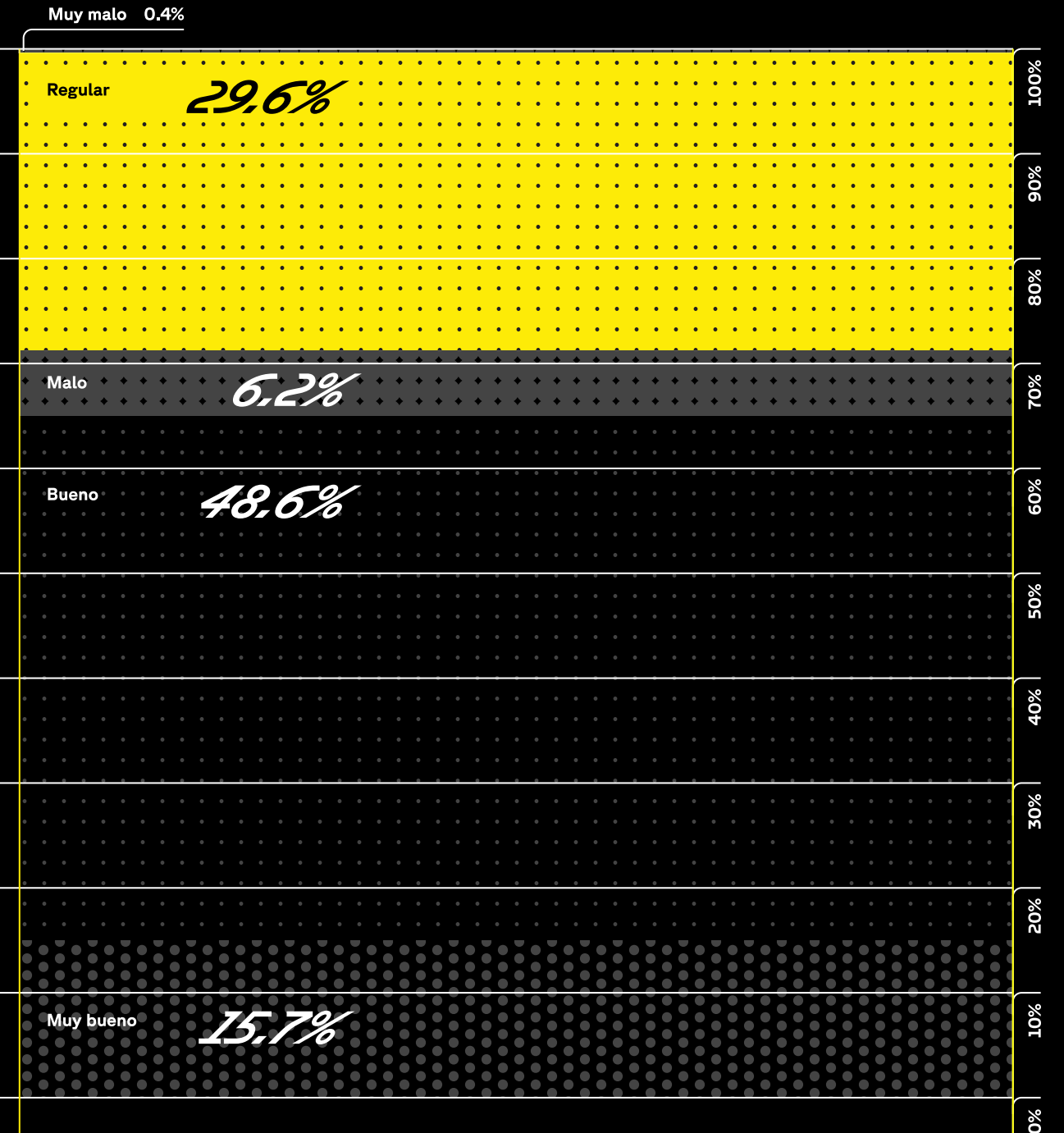


DIAGRAMA 24

En general, ¿cómo describiría su estado de salud emocional hoy en día? Diría que es:



En general, ¿cómo describiría su estado físico hoy en día? Diría que es:



Esta distribución se mantiene muy similar en el estado de salud física, donde solo 15.2% describe su estado como *muy bueno*, 48.6% como *bueno* y 29.6% afirma que su estado de salud física es *regular*. En la *Encuesta Mundial de Valores* se preguntó por el estado de salud general y un 31% afirmó que era *muy bueno*. Adicional a

esto, un 30% afirma tener alguna condición de salud física o mental. En cuanto a la cobertura de salud, un 25.5% tiene un plan provisto por su patrono y otro 25.5% tiene un plan adquirido directamente de una compañía de seguros médicos. Un 14% tiene Medicare y un 23.9% tiene otros beneficios por bajos ingresos.

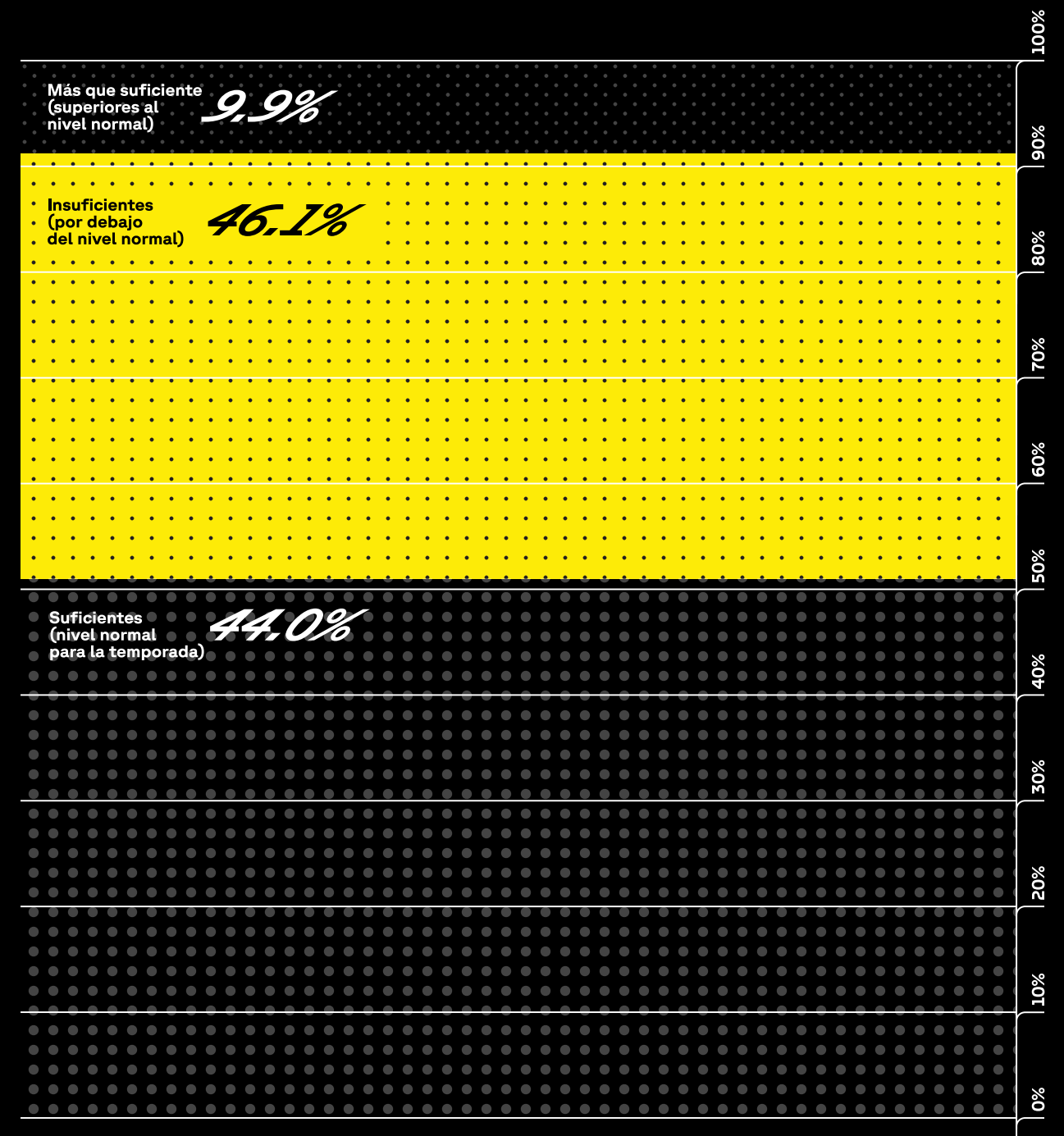
# Resultados

## Percepciones sobre el mercado cultural

Un 46.1% de las personas entrevistadas afirma que la demanda por los bienes o servicios culturales que ofrece son insuficientes. De igual forma, un 40.7% afirma que en los últimos doce (12) meses sus ingresos disminuyeron. En contraste, un 57.6% espera que sus ingresos aumenten en los próximos 12 meses, muy probablemente relacionado a la reactivación del sector cultural luego de la pandemia. A pesar de esta percepción positiva sobre sus ingresos, cuando se pregunta sobre la condición general de Puerto Rico en los próximos 12 meses, 64.2% afirma que será peor.

DIAGRAMA 25

### ¿Cómo usted evalúa el nivel de demanda por los bienes y servicios que ofrece actualmente?





# Resultados

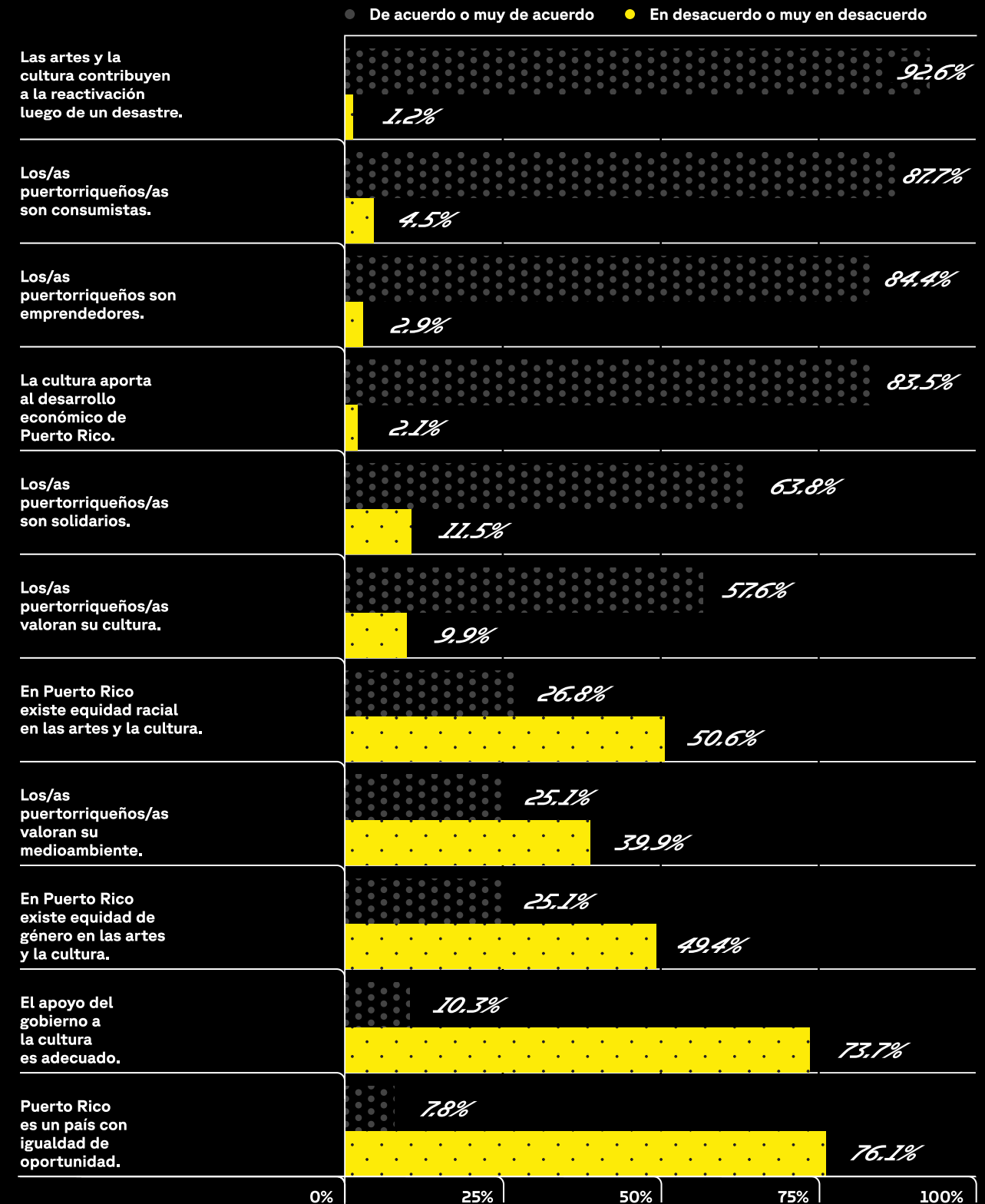
## Imaginarios culturales

Similar a las preguntas incluidas en la *Encuesta de Consumo y Participación Cultural en Puerto Rico (2015)*, se realizaron algunas preguntas sobre imaginarios culturales, esta vez a la propia comunidad cultural. Entre un grupo de alternativas de emociones que mejor representen lo que siente por Puerto Rico, un 42.8% mencionó preocupación. Luego le sigue orgullo (21.8%), esperanza (15.6%) y desilusión (14.4%).

Esta sección también incluye un grupo de 11 premisas para que las personas determinaran cuán de acuerdo estaban. Para resumir las respuestas, compartiremos el hallazgo principal, uniendo las categorías de "muy de acuerdo o de acuerdo" o "en desacuerdo o muy en desacuerdo". Por ejemplo, un 92.6% afirma estar de acuerdo con la premisa de que la cultura contribuye al desarrollo económico y un 87.6% que contribuyen a la reactivación en momentos de desastre. Sin embargo, solo un 7.8% entiende que Puerto Rico es un país con igualdad de oportunidades. De igual forma, solo un 10.3% afirma que el apoyo del gobierno es adecuado.

En términos de la percepción sobre cómo son los puertorriqueño/as un 63.8% afirma que son solidarios, un 83.5% que son emprendedores y un 84.3% que son consumistas. Las personas entrevistadas también entienden que los puertorriqueño/as valoran su cultura (57.6%), aunque solo un 25.1% entiende que valoran el medioambiente.

DIAGRAMA 26



# Resultados

## Perfil laboral y de ingresos

Un 43.6% de las personas que participaron en la encuesta tiene ingresos a través de salarios. El promedio de ingresos a través de salarios fue de \$22,989, con una mediana de \$18,000. Por otro lado, un 52.6% tiene ingresos de trabajo por cuenta propia, incluyendo un 8.2% que reportó pérdidas. En promedio estas pérdidas fueron de \$8,920 en el año, con una mediana de \$3,500. Los que tuvieron ingresos netos de su actividad por cuenta propia fueron en promedio de \$13,507, con una mediana de \$5,500. Cuando se estiman los ingresos totales, el promedio es de \$22,317 y una mediana de ingresos de \$17,840.

Q37

A. Jornales, sueldos/salarios, comisiones, bonos o propinas de todos los empleos.

Promedio	Mediana
\$ 22,989	\$ 18,000
Nota: La base numérica de esta tabla son 100 personas que respondieron esta pregunta	

Q37

B. Ingreso de empleo por cuenta propia en su negocio no agrícola o finca comercial, ya sea como propietario único o en sociedad

Promedio	Mediana	
	Media	Mediana
Pérdida	\$ -8920	\$ -3500
Sí	\$ 13,507	\$ 5,500
Total	\$ 10,607	\$ 4,100
Nota: La base numérica de esta tabla son 116 personas que respondieron esta pregunta		

Ingreso total

(salario, cuenta propia y otros ingresos)

	Perfil de las Ocupaciones Creativas en Puerto Rico (2018)	Censo Cultural (2022)
Media de ingresos totales	\$21,481	\$22,317
Mediana de ingresos totales	\$15,000	\$17,840

# Resultados

## Perfil de las entidades culturales y creativas

El Censo a proyectos logró una muestra de 102 iniciativas. Los sectores culturales principales fueron la artesanía (14.7%), las artes visuales (11.8%) y la música (10.8%). El balance restante fueron proyectos en un total de 18 sectores adicionales. Un 41.6% son entidades con fines de lucro, un 28.7% son organizaciones sin fines de lucro y un 8.9% se define como colectivos de artistas.

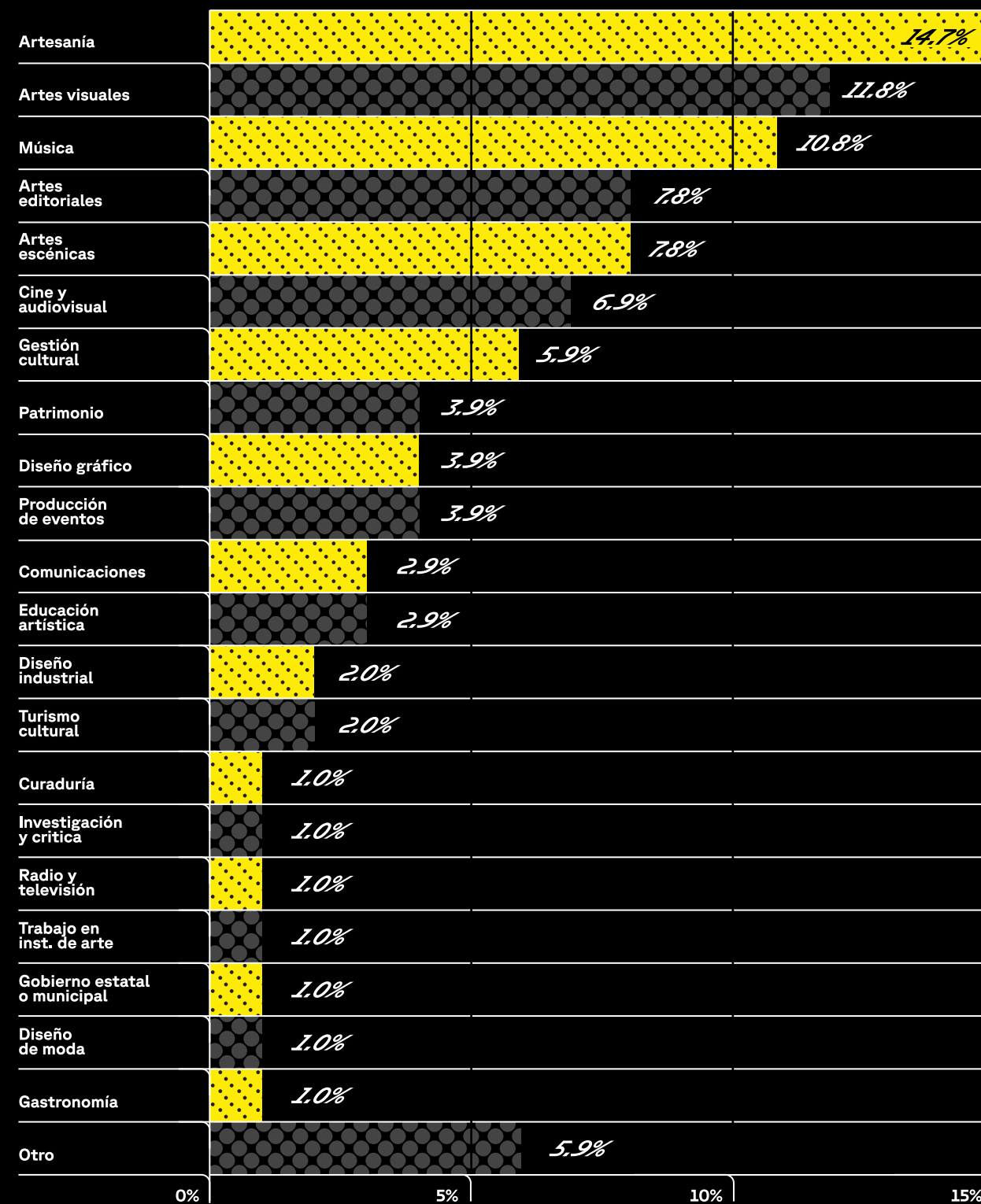
DIAGRAMA 27

Podría indicarnos el tipo de empresa u organización que usted opera.



DIAGRAMA 28

# ¿Qué sector describe mejor su principal entidad o proyecto artístico, creativo o cultural?



En términos de su estructura legal formal, un 34.3% están registradas como corporaciones, un 25.5% como negocio individual y un 11.8% como corporación de responsabilidad limitada. Del total de entidades incorporadas, un 45.7% lo hizo en los últimos 5 años, mientras que un 19.6% son entidades que llevan más de 20 años incorporada. La ubicación principal de las iniciativas que contestaron la encuesta fue San Juan con un 37.3%. Cuando se pregunta sobre los tres municipios donde el proyecto tiene mayor impacto un 59.8% menciona a San Juan, un 12.7% a Ponce y un 11.8% a Bayamón.

DIAGRAMA 29

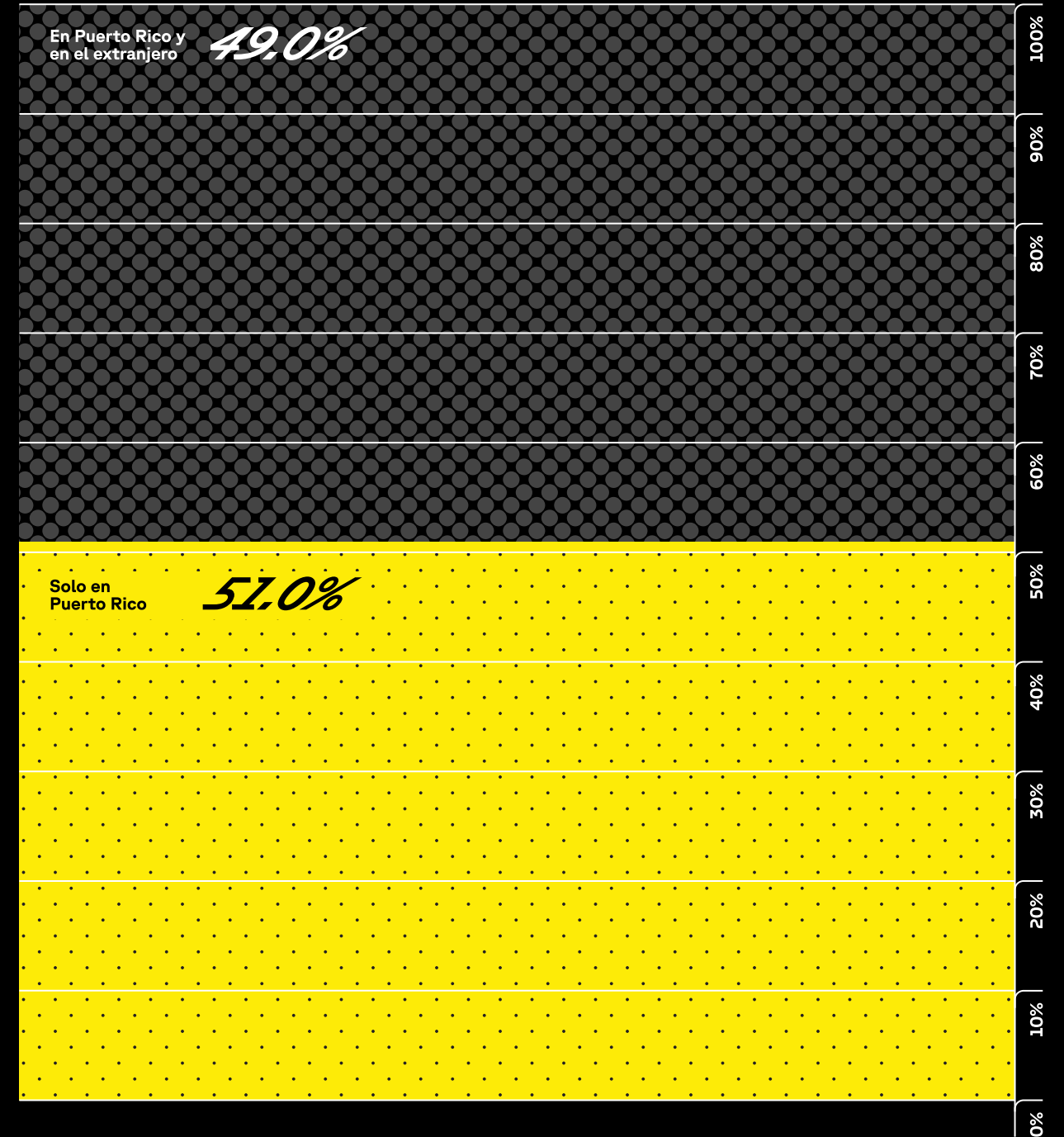
## ¿Cuál es la estructura legal de la entidad?



Un total de 51% ofrece sus servicios o venta de bienes solo en Puerto Rico, lo que supone que el restante 49% exporta, principalmente a los Estados Unidos.

DIAGRAMA 30

## Los servicios que ofrece su organización son brindados...



# Resultados

## Infraestructura

Un 49% de las iniciativas tiene un local de venta de productos o servicios o un estudio/taller. De este total, un 50% es propietario del local, mientras que un 46% está alquilado. Un 36% de los espacios están ubicados en San Juan. Las principales necesidades que mencionan los proyectos en términos de infraestructura está en la necesidad de materiales y equipo (82%), mejoras a la infraestructura (54%) y tamaño del espacio (40%). Un 72% recibe a clientes en su espacio de taller, estudio o local de ventas.



(Disminución en proporción de entidades con un local entre 2014-2022)

DIAGRAMA 31

¿Su organización cuenta con un local de venta/servicios o estudio/taller?

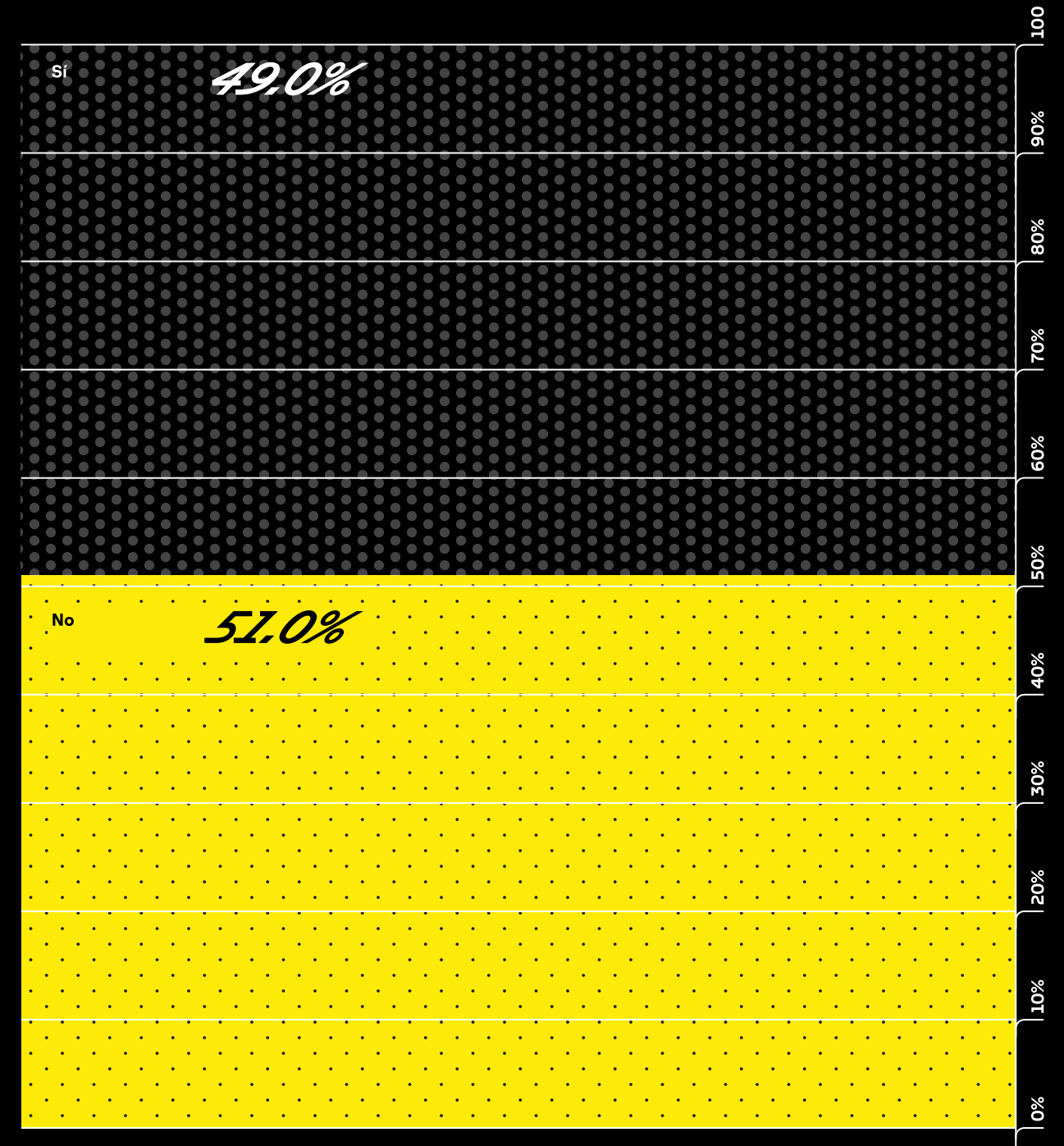
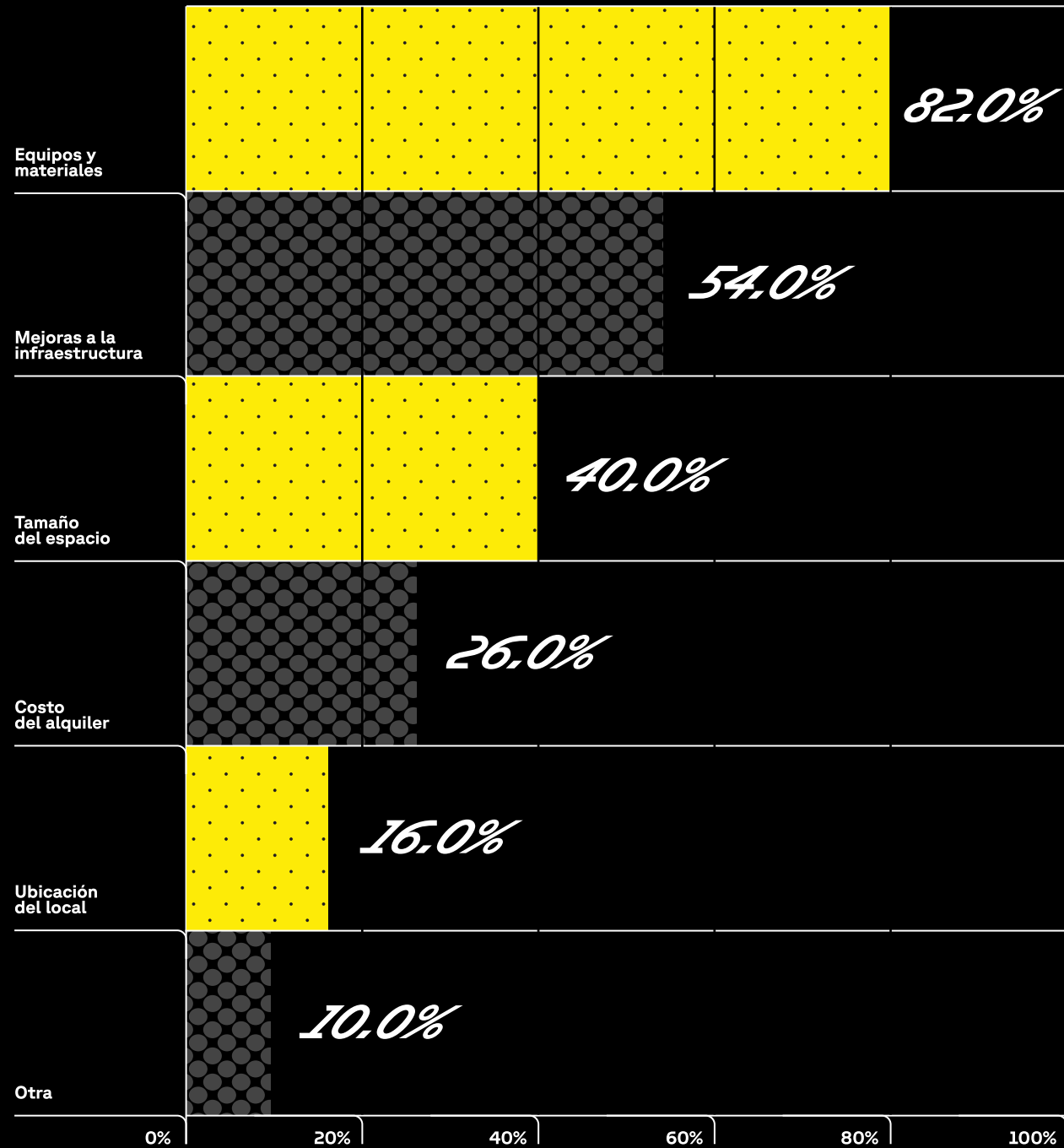


DIAGRAMA 32

En el espacio de taller, estudio o trabajo, ¿cuáles son las principales necesidades?



# Resultados

## Empleados y voluntarios

Un 50% de las iniciativas no tiene empleados/as a tiempo parcial, mientras que un 32.2% tiene entre 1-4 empleados/as a medio tiempo. En el caso de empleados a tiempo completo, un 56.7% de las iniciativas que contestaron la encuesta no tiene empleado/as y un 36.7% tiene entre 1-4 empleado/as. Del total de entidades con empleados/as a tiempo completo, un 48.3% son empleos exentos.

DIAGRAMA 33

¿Con cuántos empleados(as) a tiempo parcial cuenta su organización?

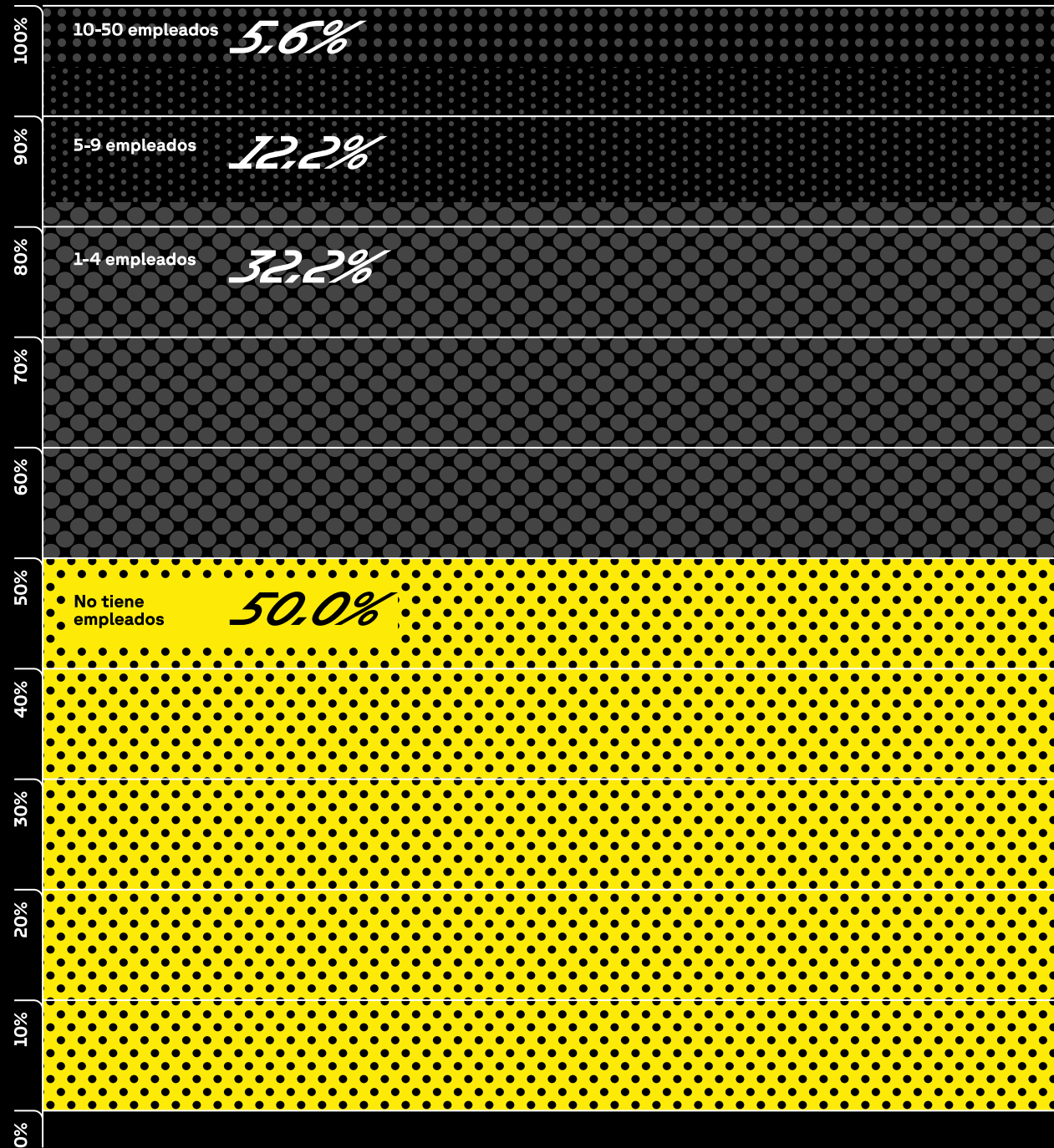
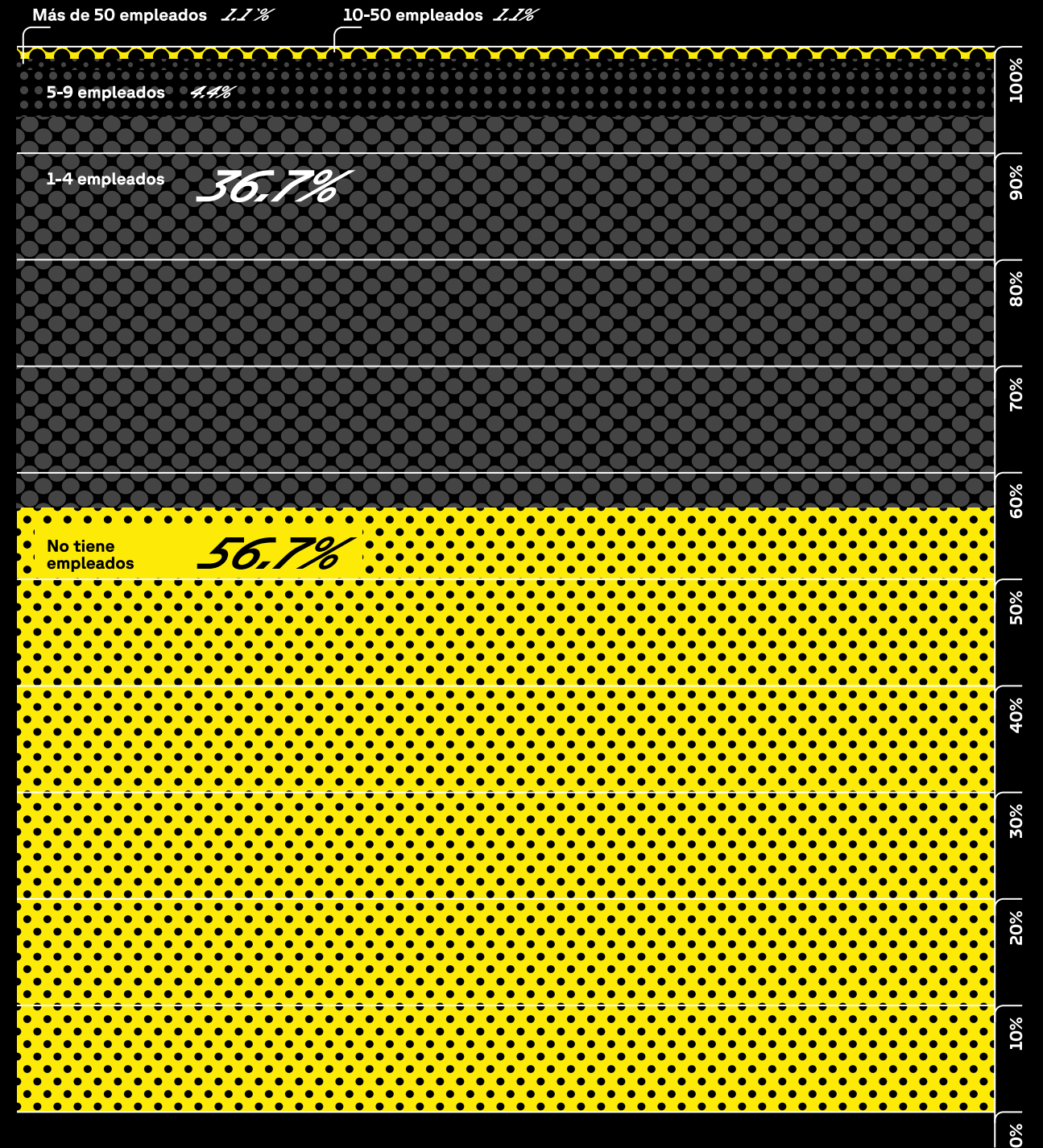


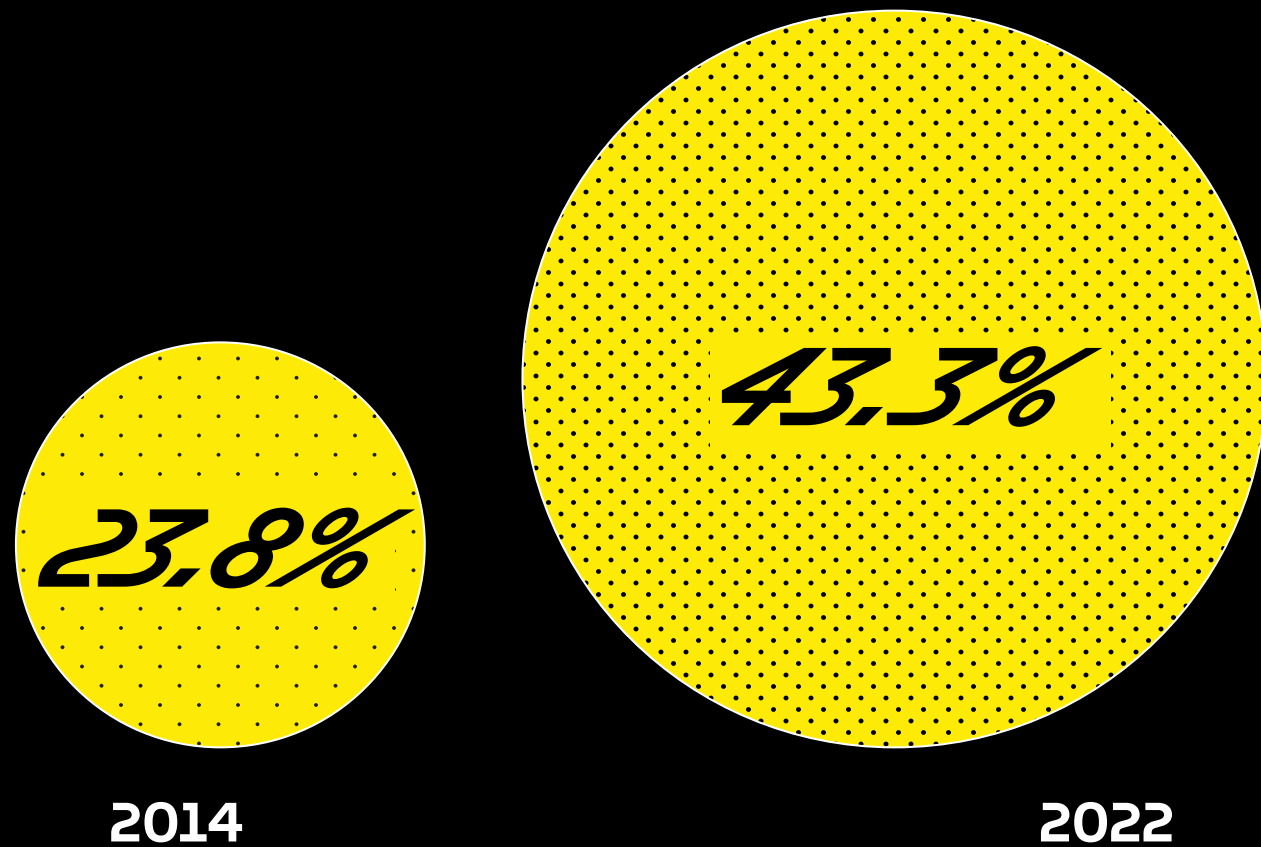
DIAGRAMA 34

¿Con cuántos empleados(as) a tiempo completo cuenta su organización?





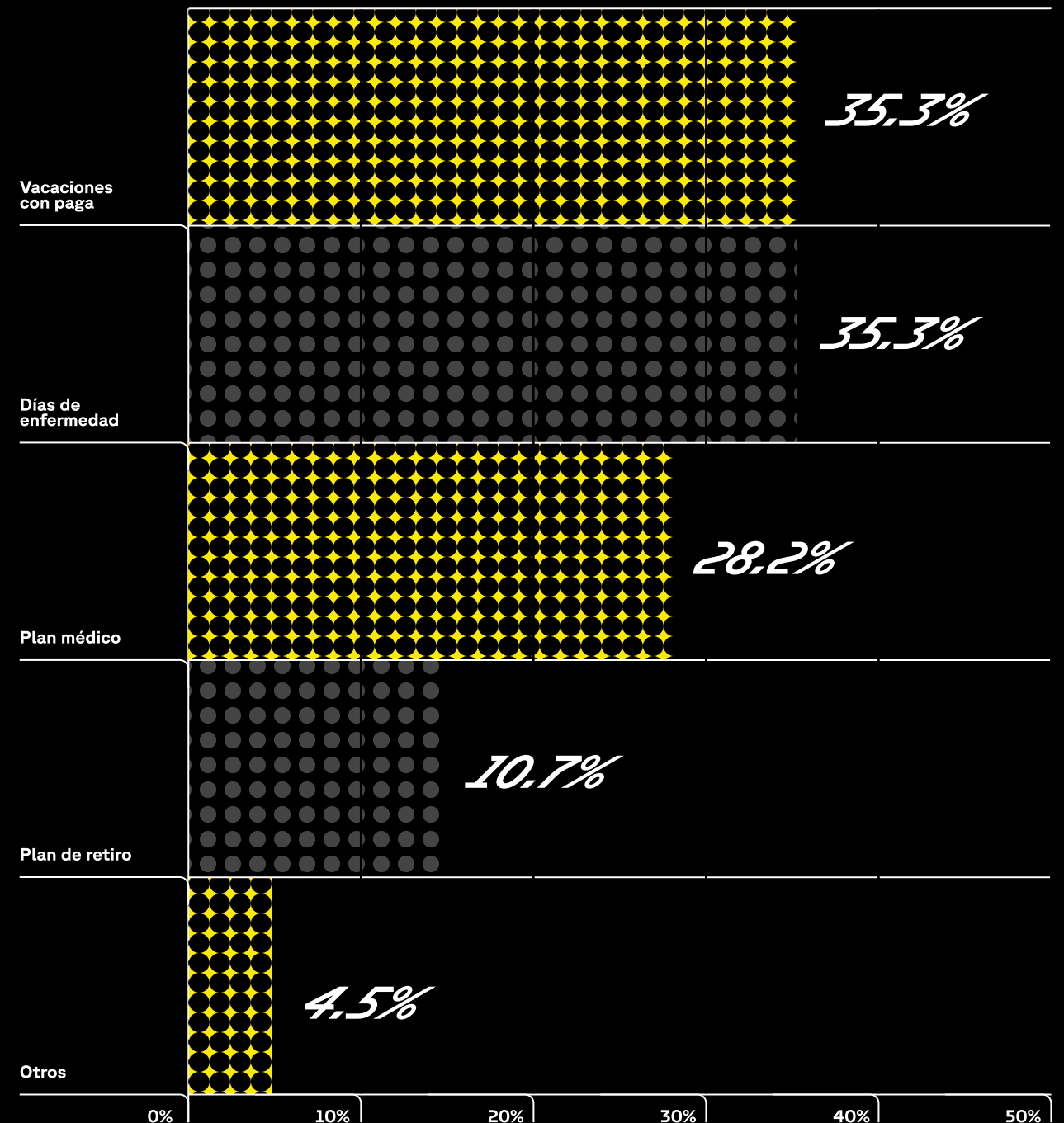
## Empleados y voluntarios



(Aumento en proporción de entidades con 1-4 empleado/as entre 2014-2022)

En términos de los beneficios marginales, cuando se analiza el total de 337 empleados identificados entre las 102 iniciativas, se observa que un 35.3% tiene beneficios de vacaciones y días de enfermedad, un 28.2% tiene plan médico y solo un 10.7% tiene plan de retiro. Adicional al empleo a tiempo completo y parcial, las respuestas indican que en promedio, los proyectos han compensado a 15 personas por servicios profesionales, aunque la mediana es de 2.5. En promedio, el total de gastos en servicios profesionales es de 39%.

## DIAGRAMA 35 Beneficios marginales de los empleados

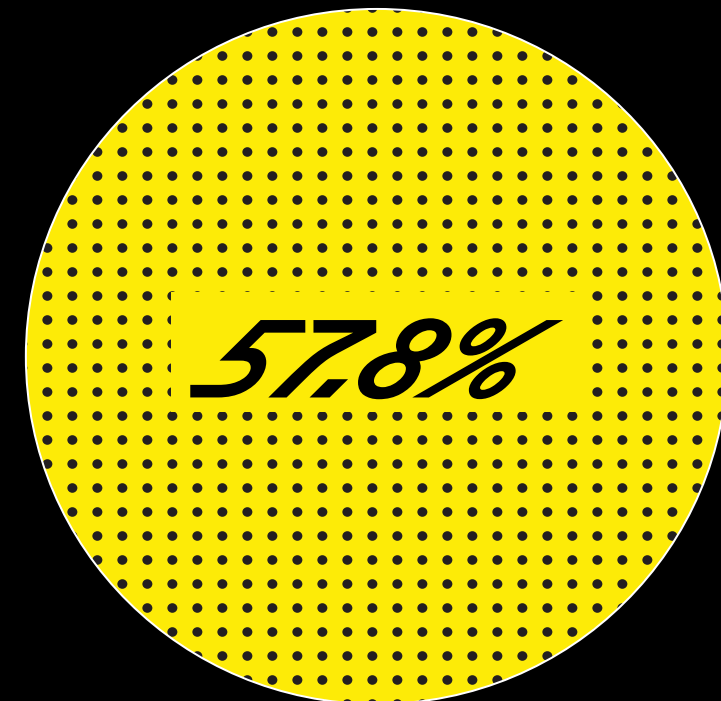
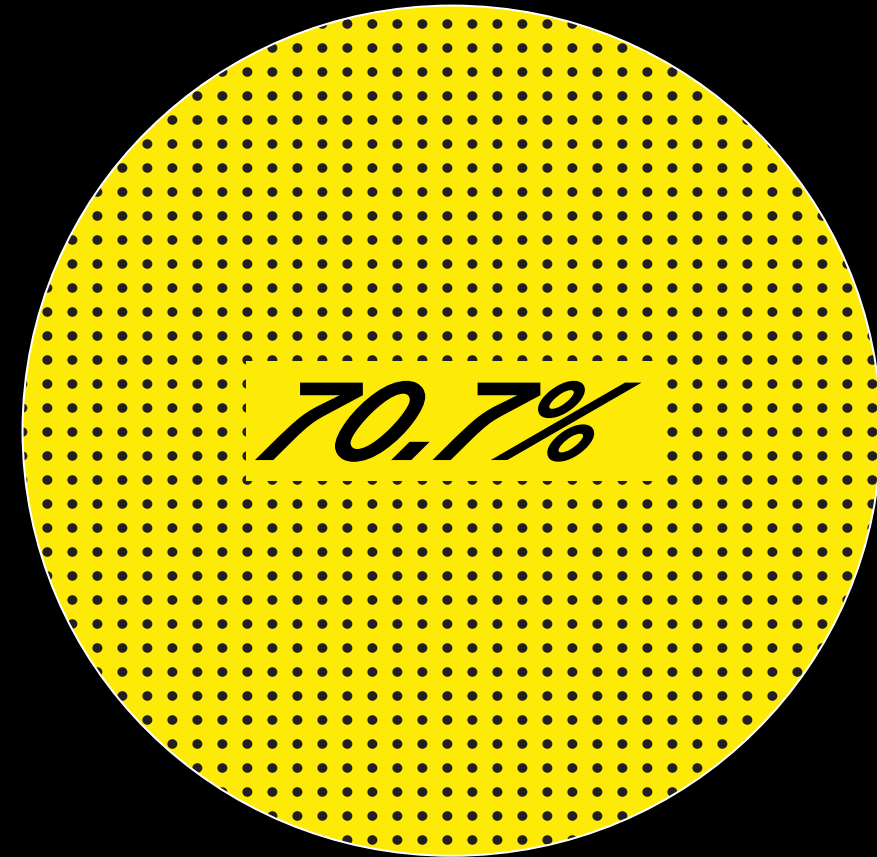


**Q19 -**  
**¿Aproximadamente a cuántas personas ha compensado por servicios profesionales?**

Media por proyecto	Suma total	Mediana por proyecto
15	1,191	2.5

Nota: La base numérica de esta tabla son las 80 personas que respondieron a esta pregunta

El voluntariado también es otra forma de trabajo en el sector cultural y creativo. Un 57.8% afirma haber tenido voluntario/as, que en el último año tuvo una mediana de 4 personas por entidad, representando un total de 1,521 personas. Un 62.8% aportó menos de 74 horas al año. En comparación con el año anterior, un 42.4% afirma que la cantidad de voluntarios fue mayor, mientras que un 30.5% entiende que permaneció igual.



(Disminución en la proporción de entidades con voluntariado entre 2014-2022)

DIAGRAMA 36

¿Cuenta su organización con personas que trabajan como voluntarios?

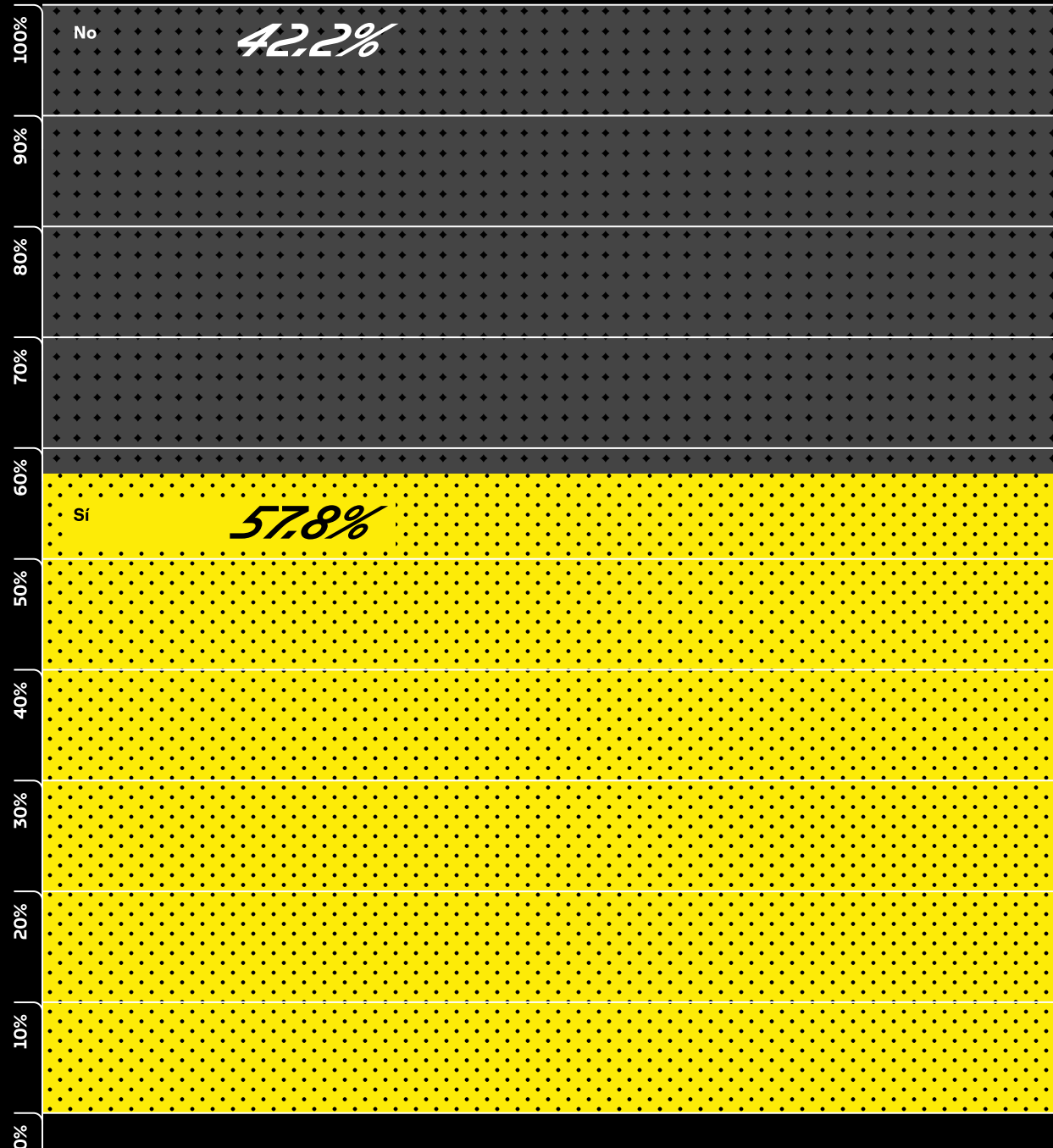
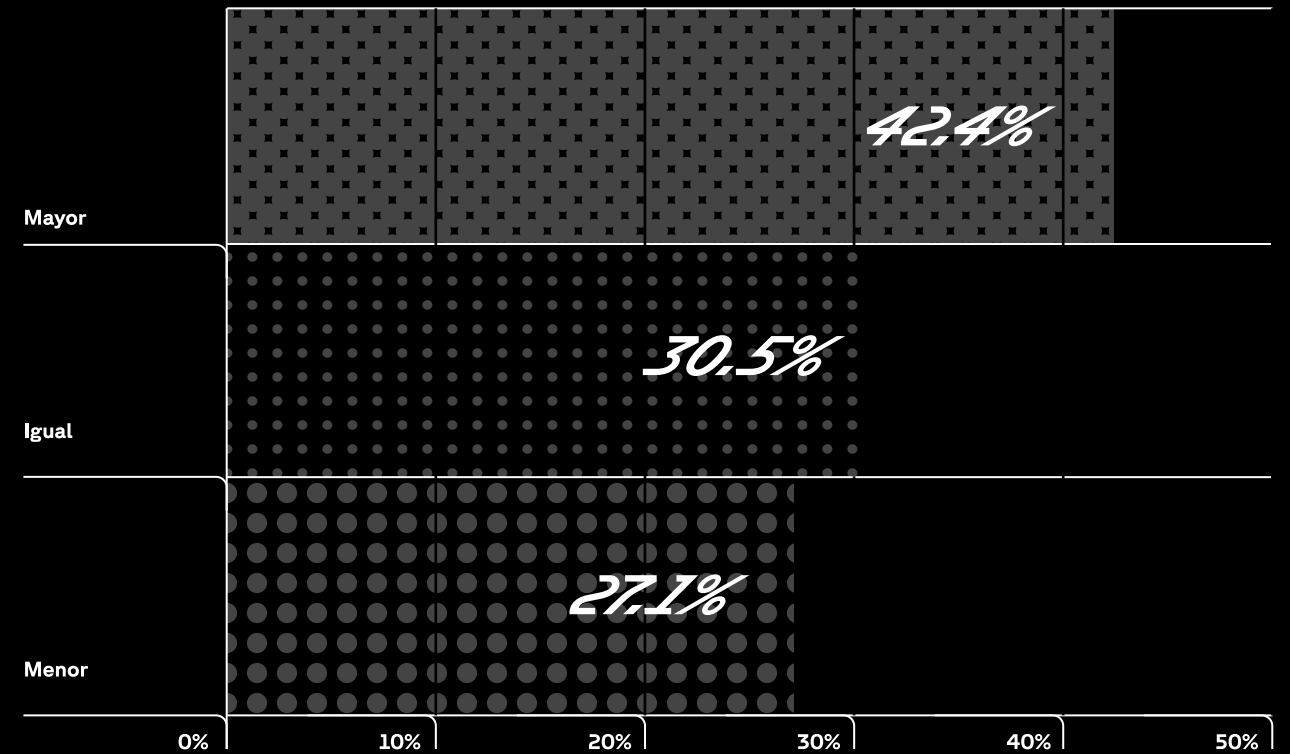


DIAGRAMA 37

En el presente, ¿la cantidad de voluntarios que colabora en su organización es mayor, igual o menor a la cantidad de voluntarios con la que contaba hace cinco años?



Se realizaron cuatro preguntas para conocer la participación de mujeres y personas afrodescendientes en los proyectos o entidades. Del total de personas que contestaron la pregunta, un 76.2% afirma tener mujeres en posiciones directivas y un 65% en posiciones no directivas. Un 30% afirmó tener personas afrodescendientes en posiciones directivas y no directivas.

DIAGRAMA 38

¿Alguna mujer es parte del equipo directivo de la organización o proyecto?

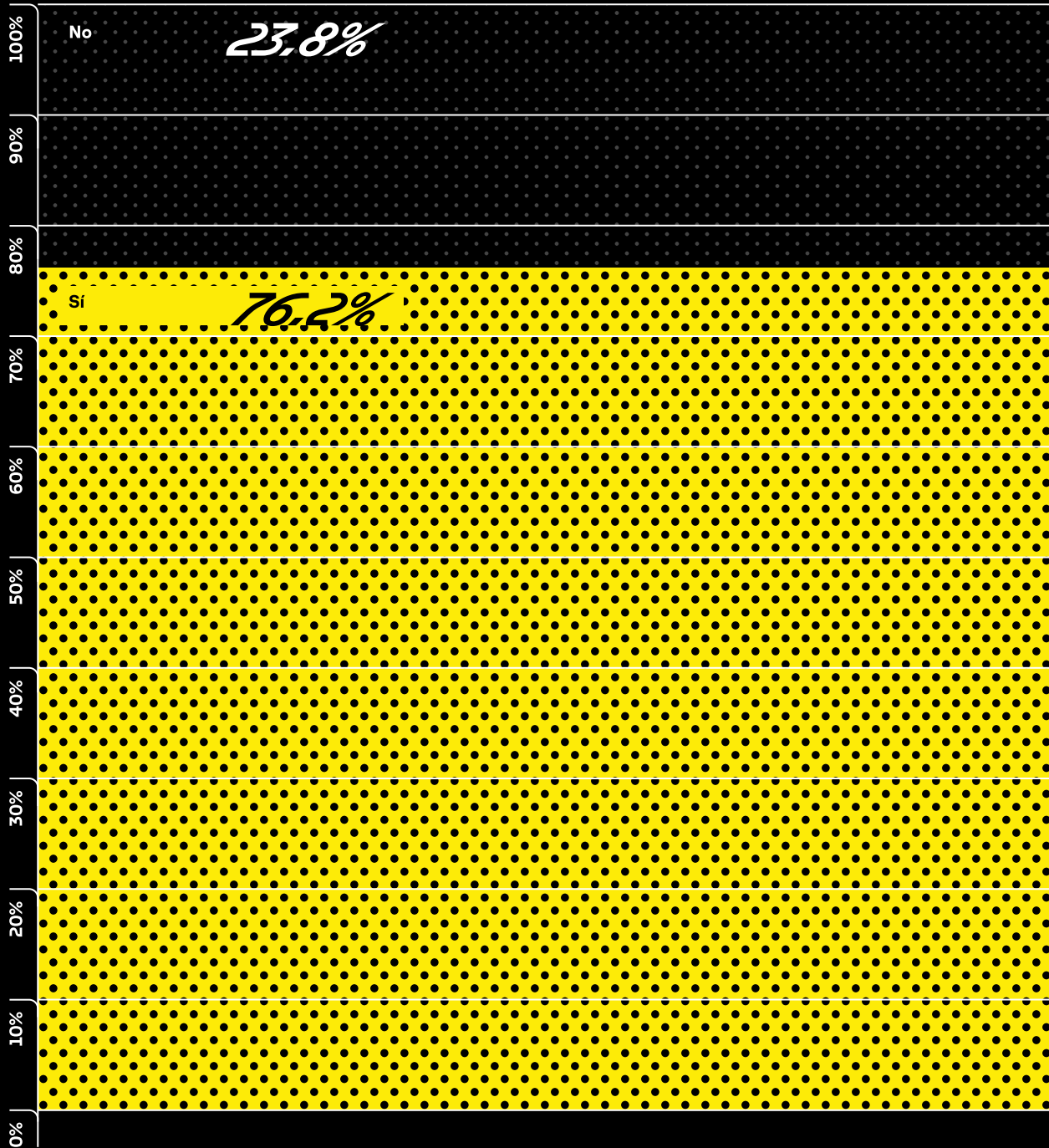


DIAGRAMA 39

¿Alguna persona de raza negra forma parte del equipo directivo de la organización o proyecto?



# Resultados

## Aspectos financieros

Un 59.8% de las iniciativas tuvo ingresos de menos de \$100,000 durante el 2021. Las fuentes de ingresos provienen principalmente de servicios prestados (40.8%), ventas (26.3%) y donativos o auspicios privados (12.8%). Un 8.6% recibió donaciones de organizaciones sin fines de lucro. Del total de entidades, un 25.5% tiene exención contributiva federal (501c3) y un 26.5% tiene exención contributiva estatal. Cuando se preguntó sobre la distribución total de gastos, un 30.2% mencionó los servicios profesionales, un 19.5% en materiales y un 14.2% en salarios y beneficios marginales.

DIAGRAMA 40

Aproximadamente, ¿cuánto fueron las ventas (Gross Sales) de su establecimiento en el año 2021?

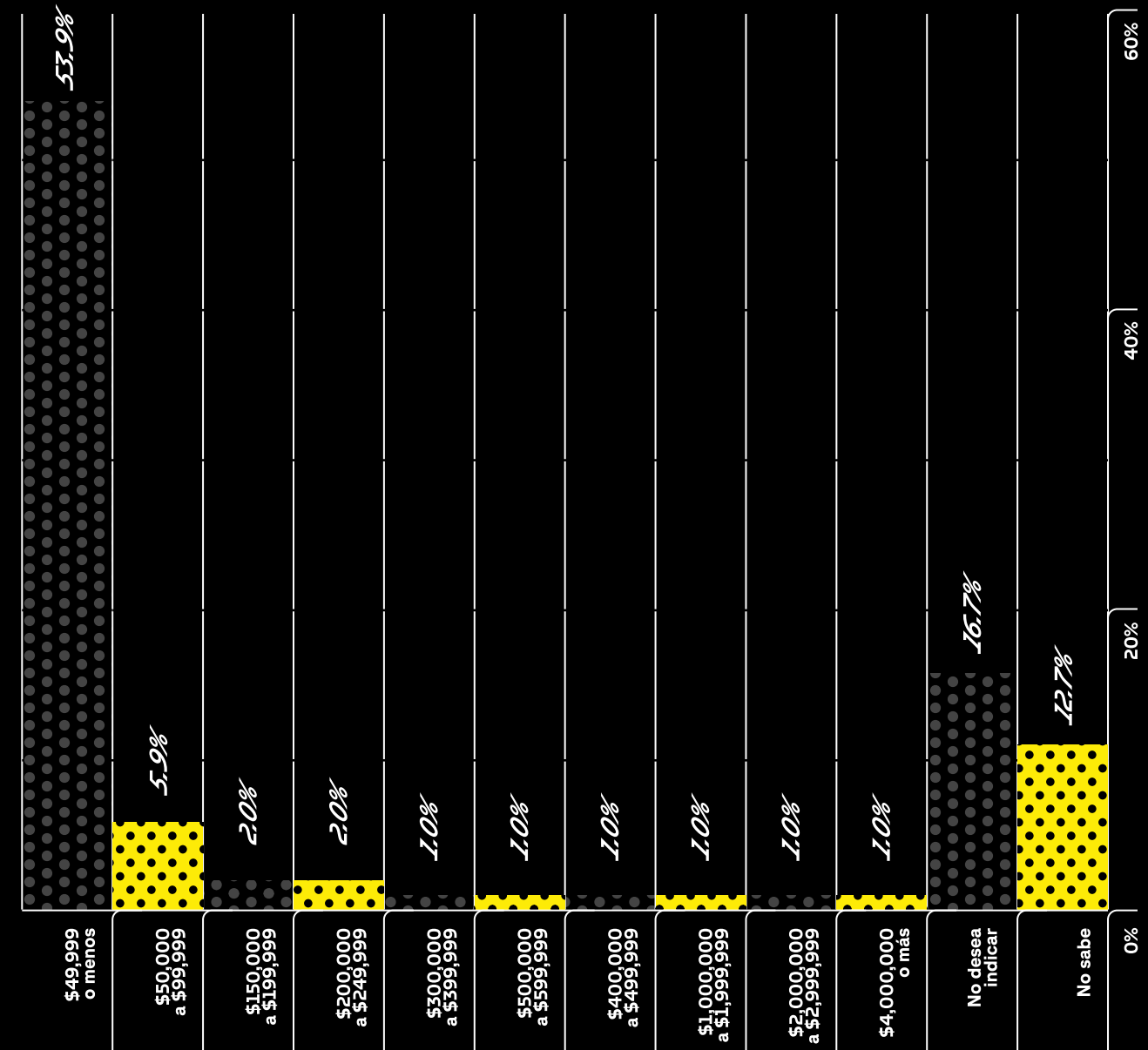


DIAGRAMA 41

Del total de ingresos que recibe su organización, qué porcentaje corresponde a:

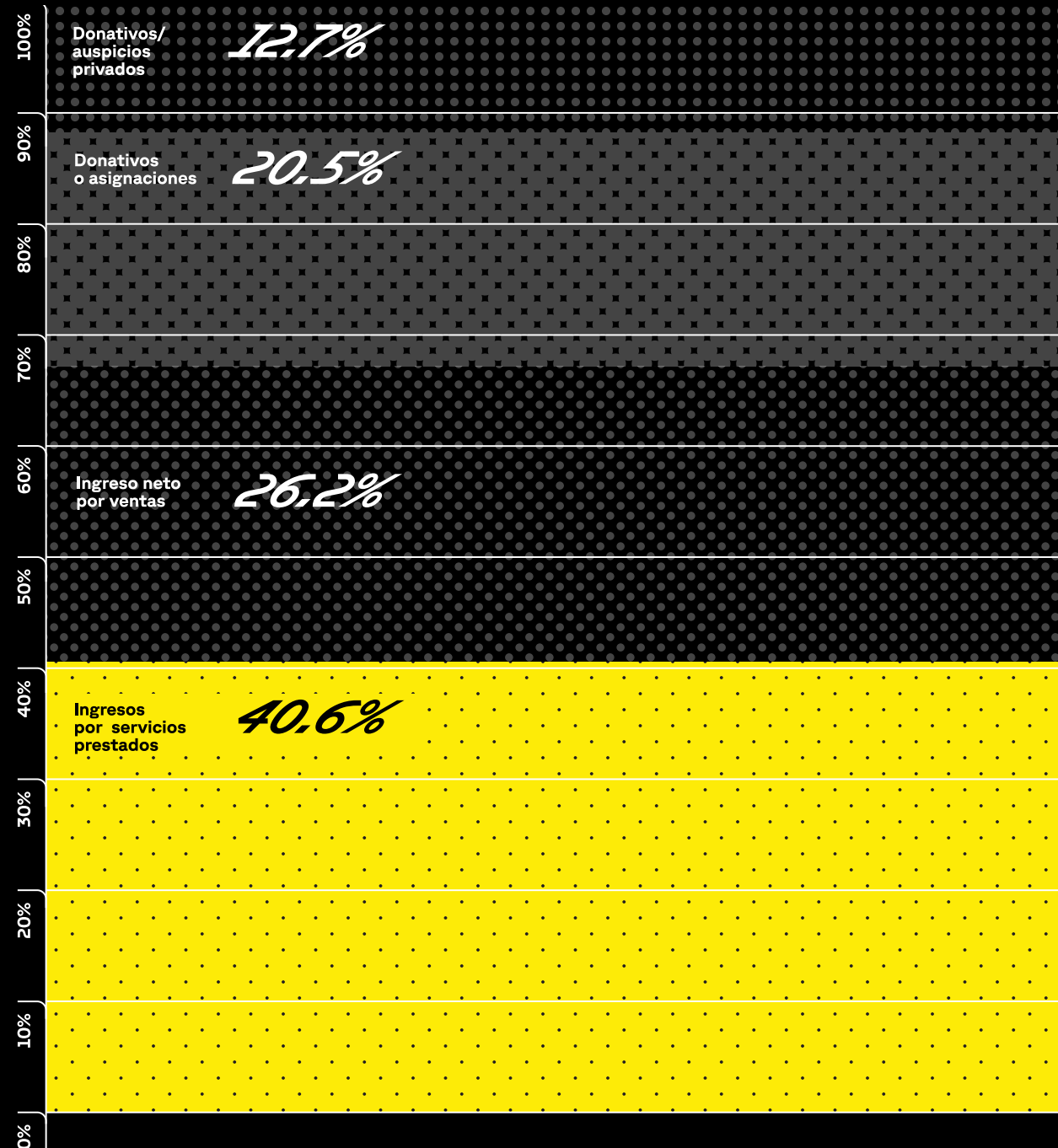


DIAGRAMA 42

Del total de gastos que incurre su organización, qué porcentaje corresponde a:



		Frecuencia	Por ciento
Q27 - Federal Sección 501 c(3)	Sí	26	25.5%
	No	41	40.2%
	No sabe	28	27.5%
	No responde	7	6.9%
	<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100.0%</b>
Q27 - Estatal (Sección 1101)	Sí	27	26.5%
	No	27	26.5%
	No sabe	30	29.4%
	No responde	18	17.6%
	<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100.0%</b>

Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas en la muestra

# Resultados

## Propiedad intelectual

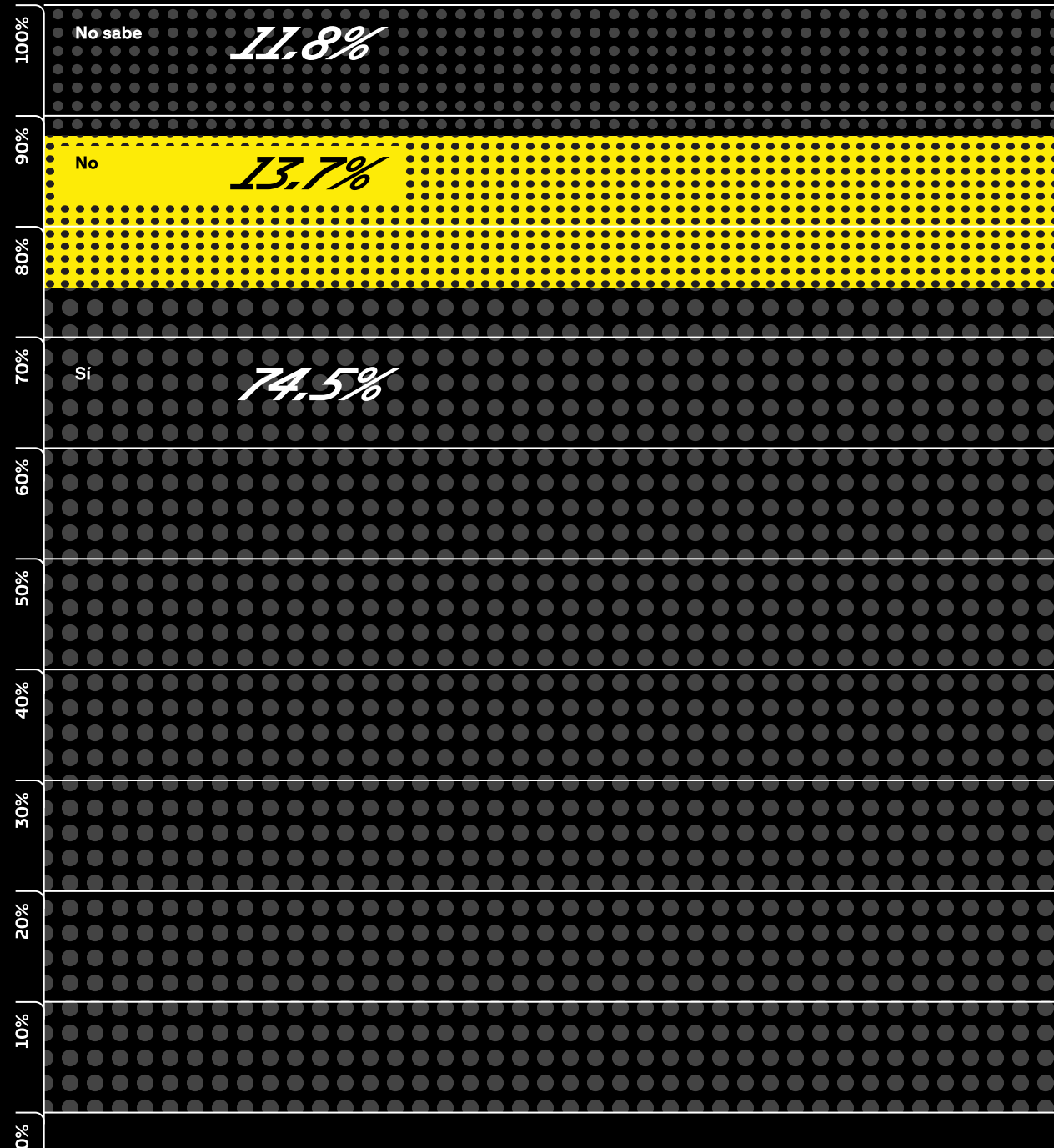
La propiedad intelectual, ya sea a través de derechos de autor, patentes, inventos o registros de marca, representa una de las principales fuentes de ingresos de las industrias culturales y creativas. Su comercialización por lo general requiere registro a nivel estatal y/o federal. Del total de proyectos que contestaron la encuesta un 74.5% afirma tener productos o contenidos elegibles para alguna forma de propiedad intelectual.



(Aumento en entidades con productos elegibles para propiedad intelectual entre 2014-2022)

DIAGRAMA 43

¿Alguno de sus productos pudiese ser protegido por ley (patente, derechos de autor, registro de marca o "trademark")?



De este total, un 15.8% afirma que fue aprobada, un 10.5% que fue solicitada y un 63.2% que no la ha solicitado. Del total que no la ha solicitado un 54.2% dice que no sabe cómo hacerlo. Por otro lado, un 75% de las 12 iniciativas que tiene propiedad intelectual registrada ha generado ingresos a partir de su comercialización.

# Resultados

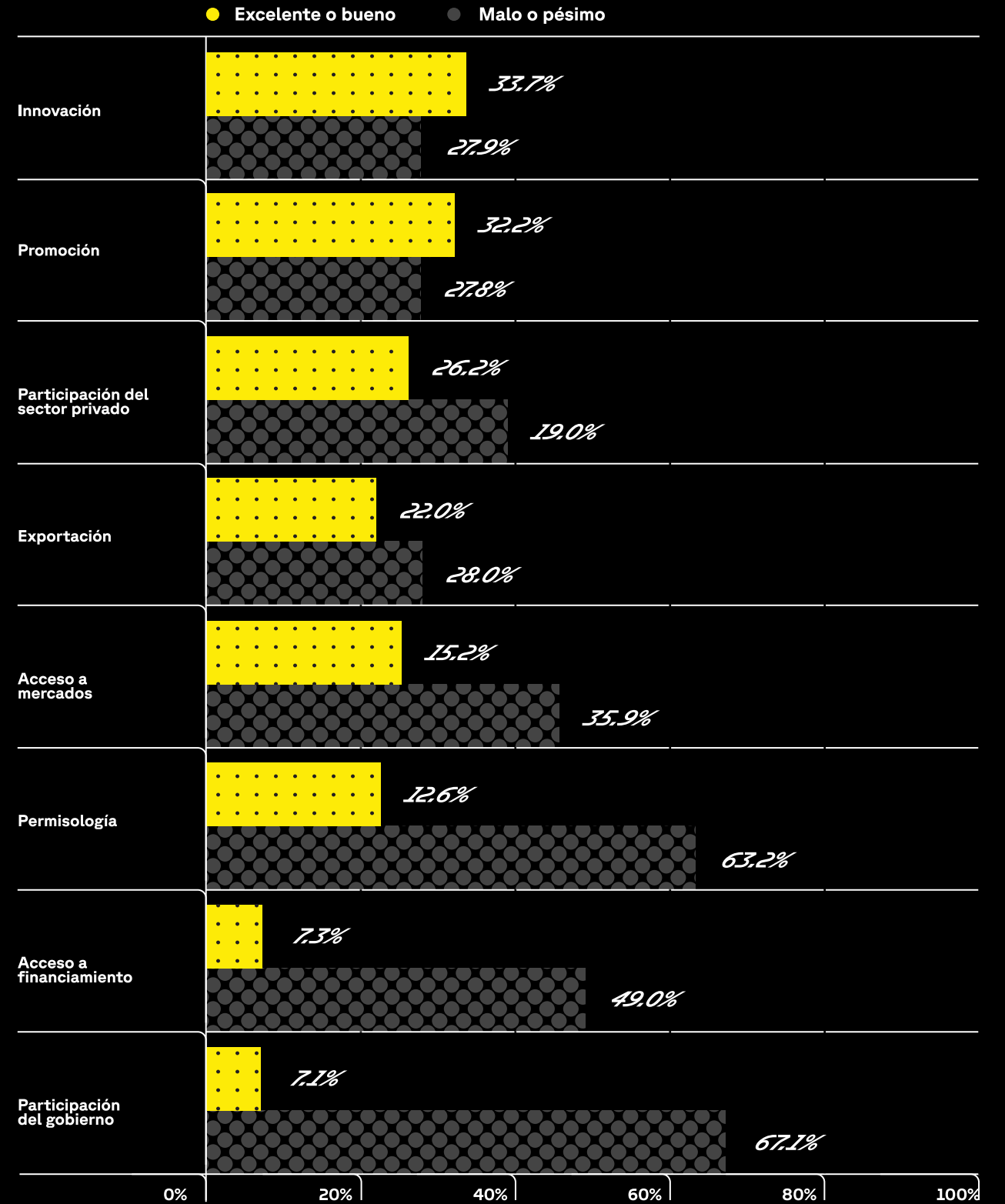
## Principales retos

La encuesta incluyó una serie de preguntas sobre el nivel de avance en ciertas áreas pertinentes al sector cultural y creativo para clasificar según una escala de 5 alternativas (excelente, bueno, regular, malo o pésimo). Se identificó que las áreas de menor avance son la participación del gobierno (67.1% afirmó que es malo o pésimo), la permisología (63.2%) y el acceso a financiamiento (49.0%). Las áreas donde se observa mayor avance son la innovación (33.7% afirma ser excelente o bueno), la promoción (32.2%) y la participación del sector privado (26.2%).



DIAGRAMA 44

¿Cómo usted describiría el nivel de avance en Puerto Rico con respecto a los siguientes aspectos y el desarrollo de las empresas u organizaciones?



Durante el periodo de la pandemia, solo un 18.6% recibió alguna ayuda económica de alguna entidad privada (fundaciones, etc.). Por su parte, un 39.2% recibió ayudas de alguna entidad pública (gobierno federal, estatal o municipal).



DIAGRAMA 45

¿Ha recibido ayuda económica o financiera por alguna entidad privada?

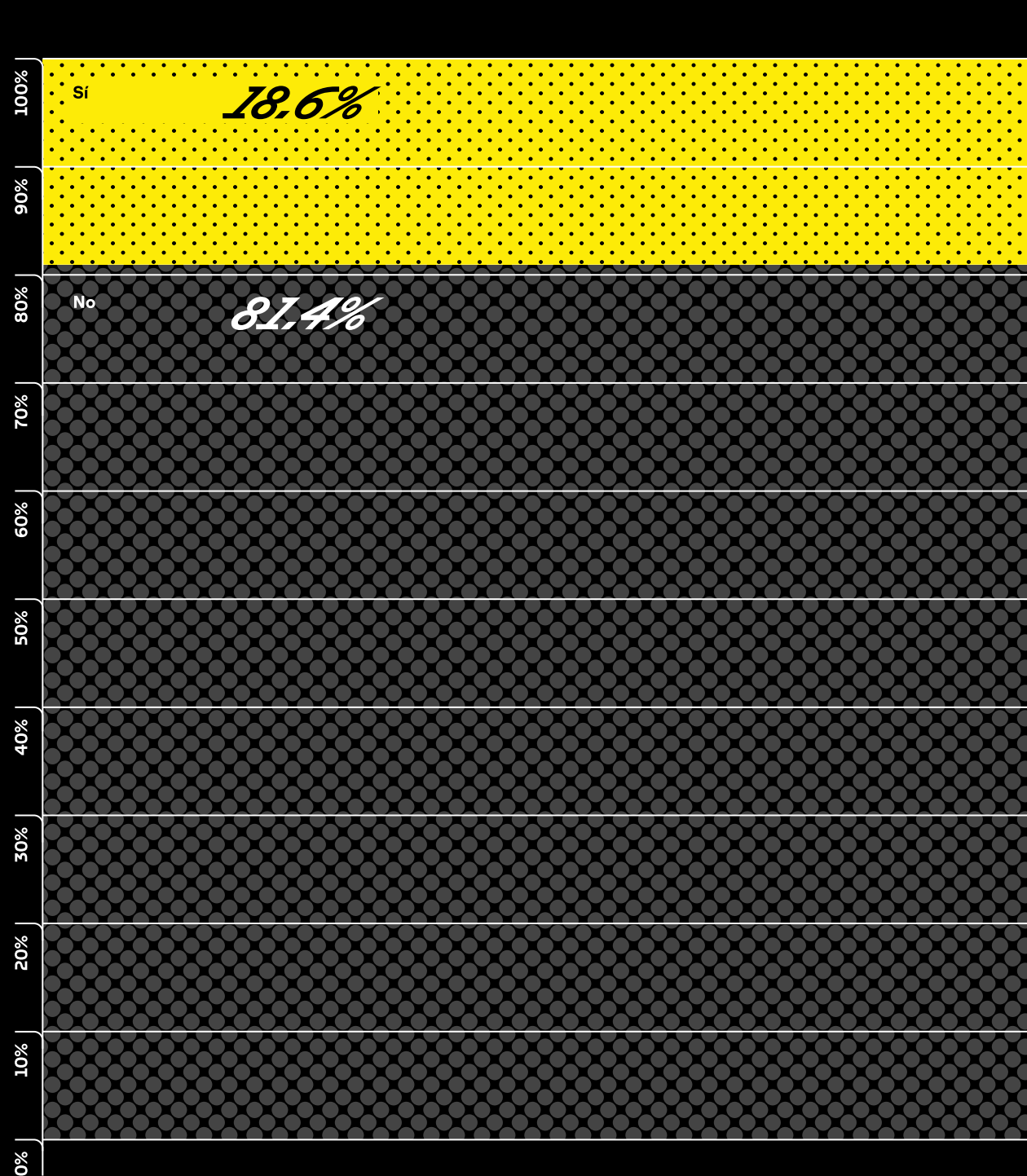


DIAGRAMA 46

¿Ha recibido ayuda económica o financiera por alguna entidad pública?



# Resultados

## Planificación y mercadeo

Solo un 44.1% de las iniciativas tiene un plan estratégico o de negocios para su proyecto, de los cuales un 66.7% fue realizado por la propia entidad. El medio principal que utilizan para mercadear sus productos o servicios son Facebook (89.2%), Promoción word of mouth (boca a boca) (74.5%) e Instagram (65.7%). Además, un 21.6% mencionó Twitter, un 16.7% periódicos, un 14.7% radio y un 12.7% TikTok. Un 59.0% afirmó utilizar información estadística sobre su actividad para la toma de decisiones.

Resultados

DIAGRAMA 47

¿Cuenta su proyecto, organización o empresa con un plan estratégico o de negocios?

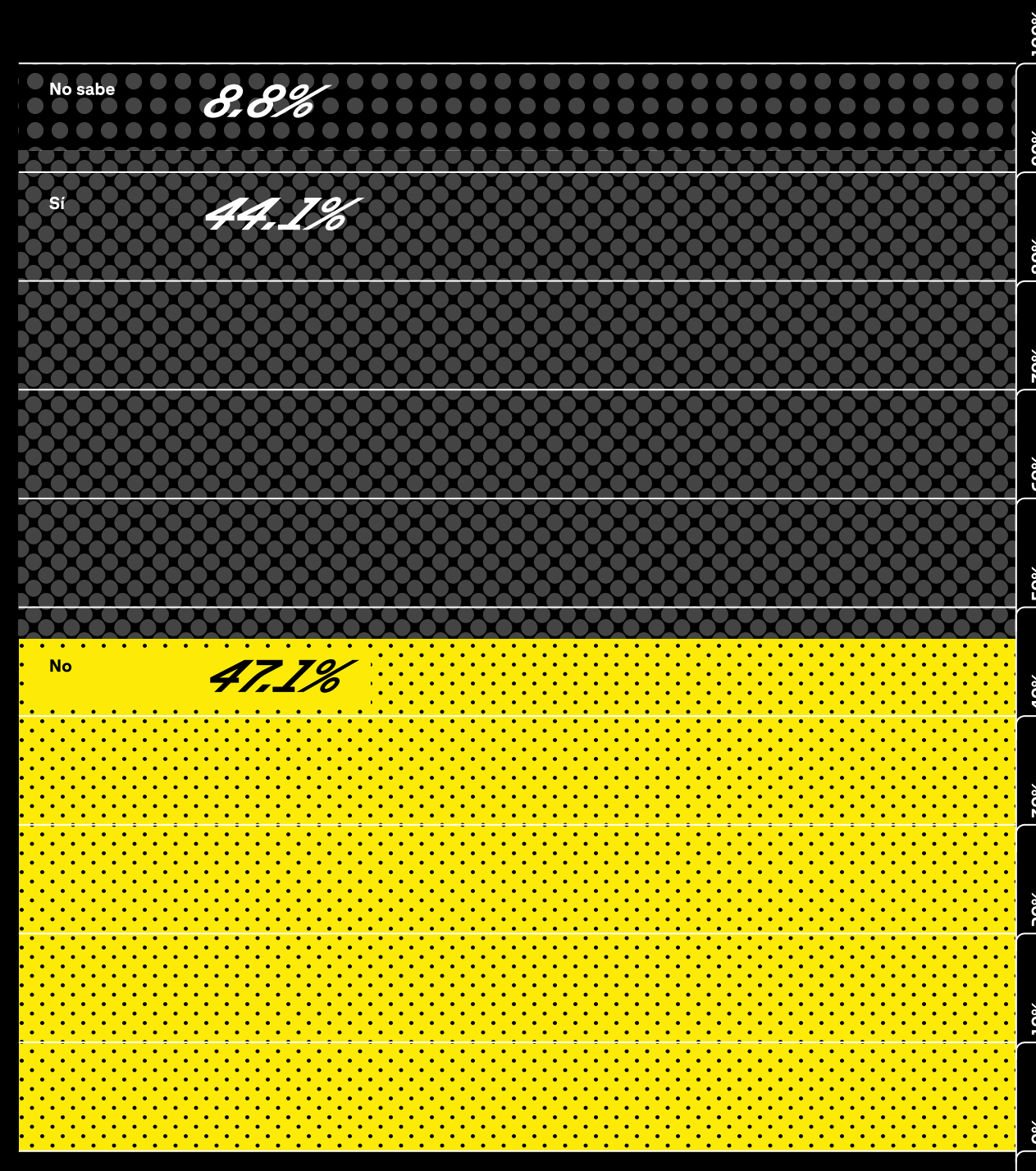


DIAGRAMA 48

¿Qué medios de publicidad utiliza para mercadear su proyecto, organización o empresa?

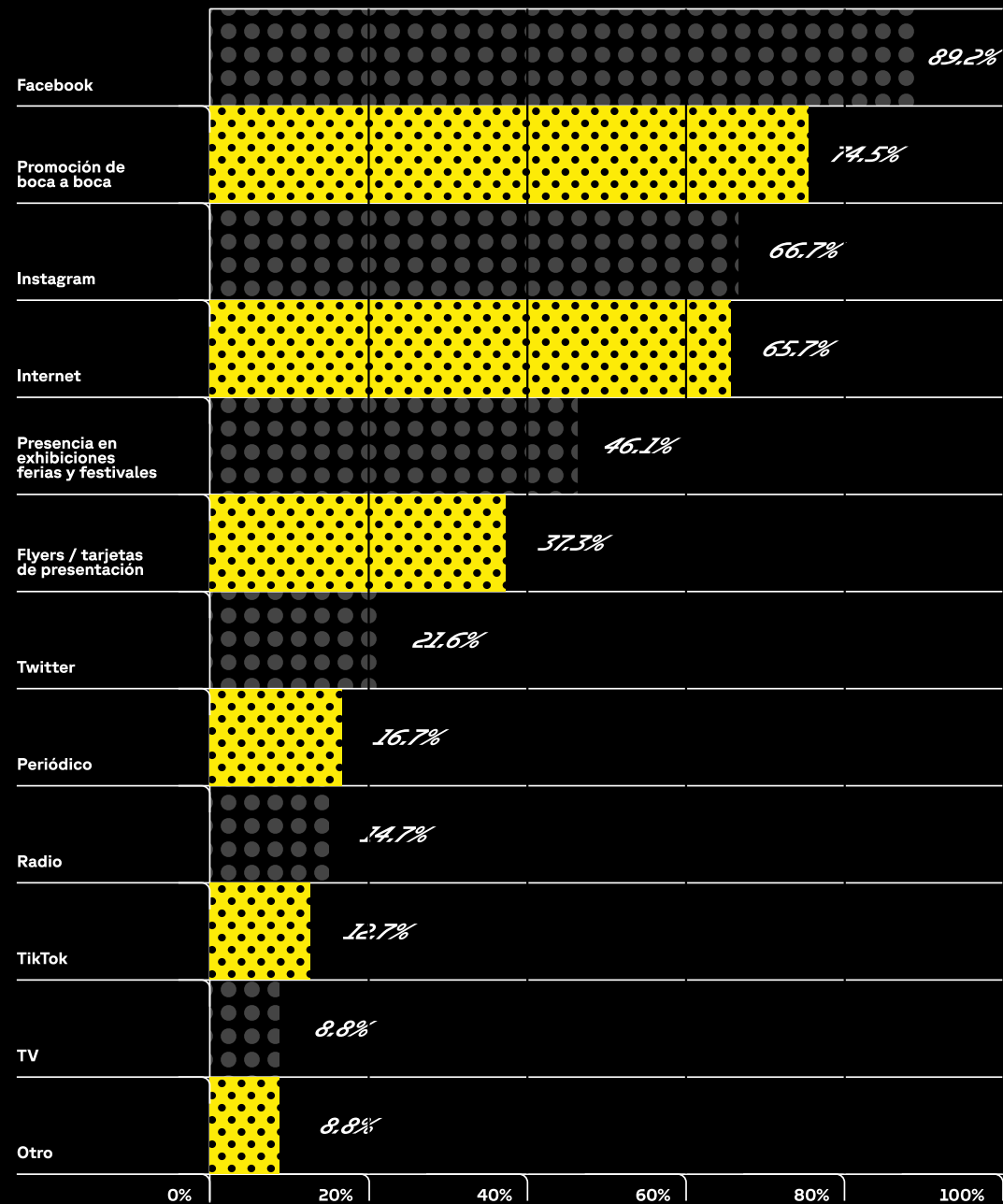


DIAGRAMA 49

Su proyecto u organización tiene...

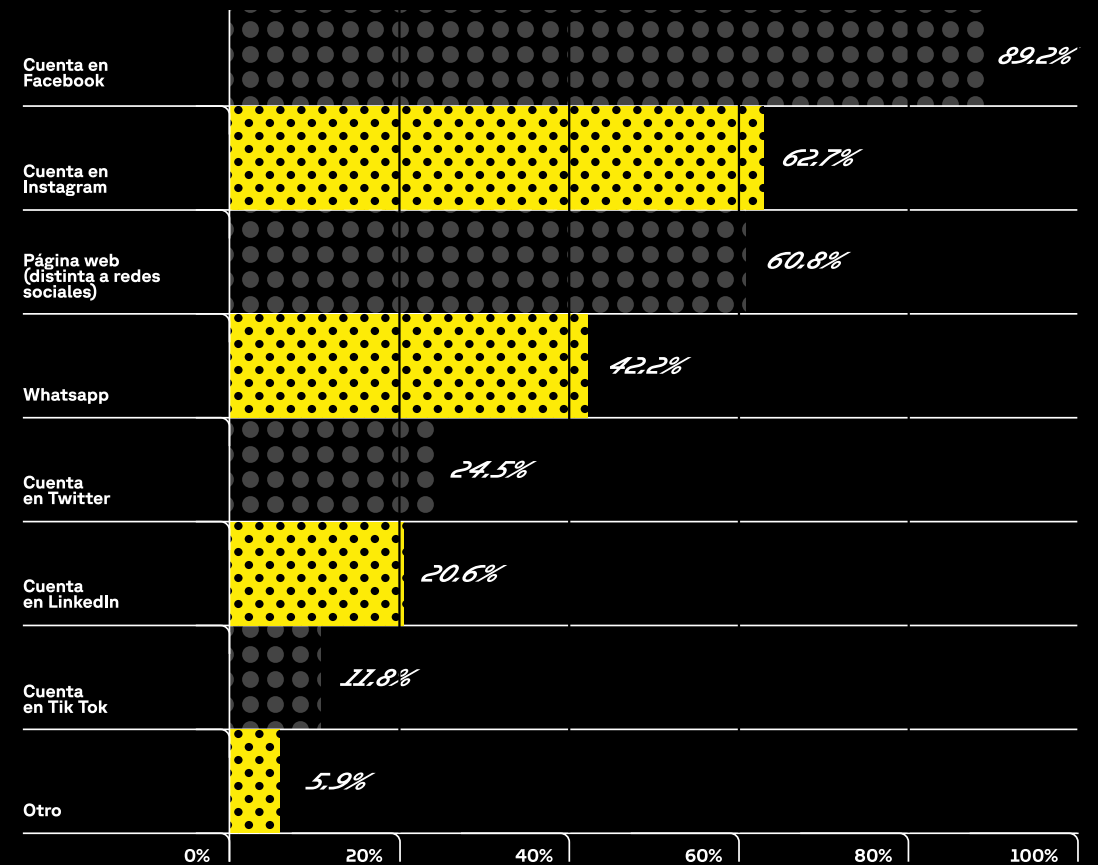
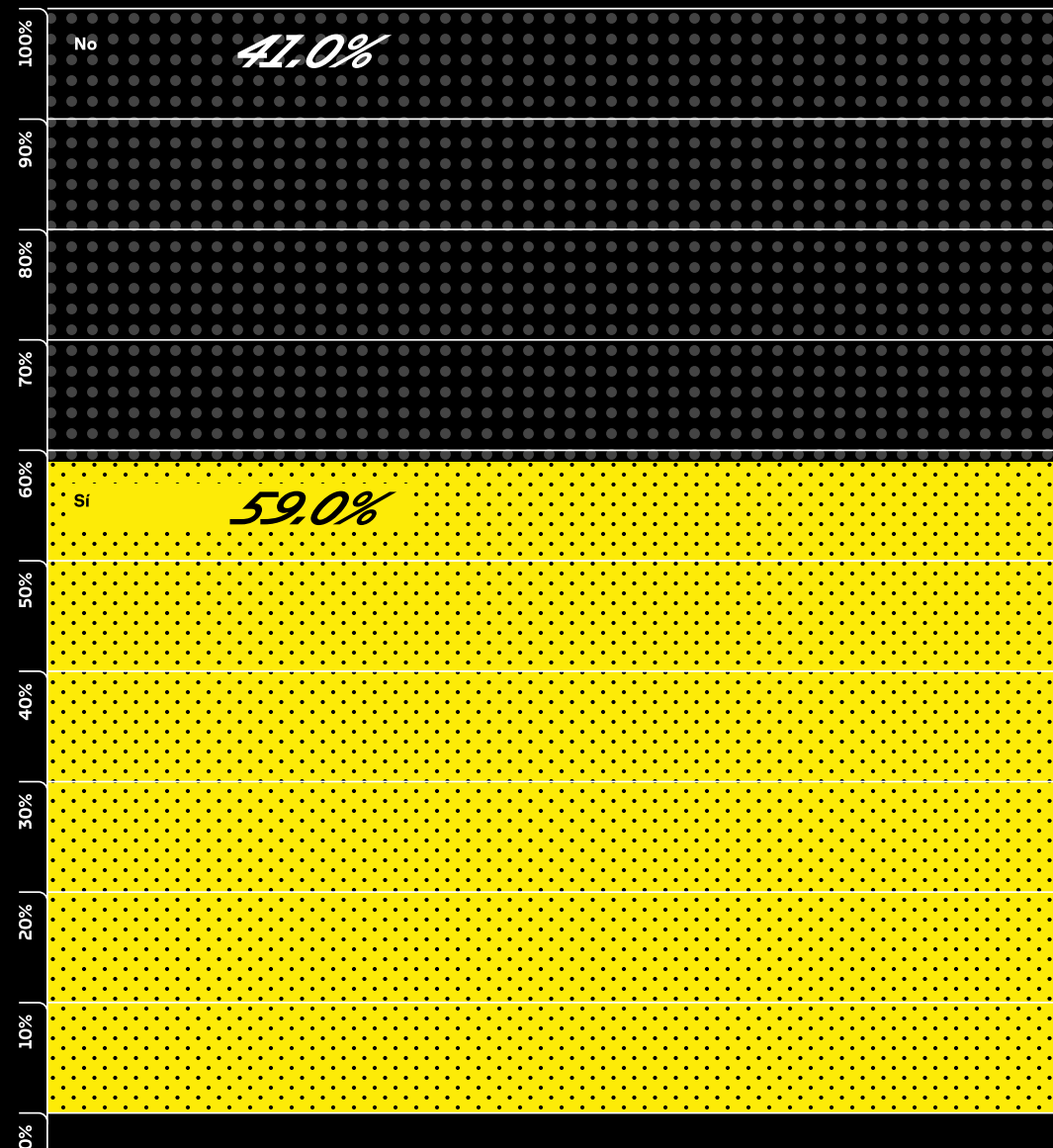


DIAGRAMA 50

¿Usted, su empresa o negocio maneja y usa la información estadística que proviene de su actividad?



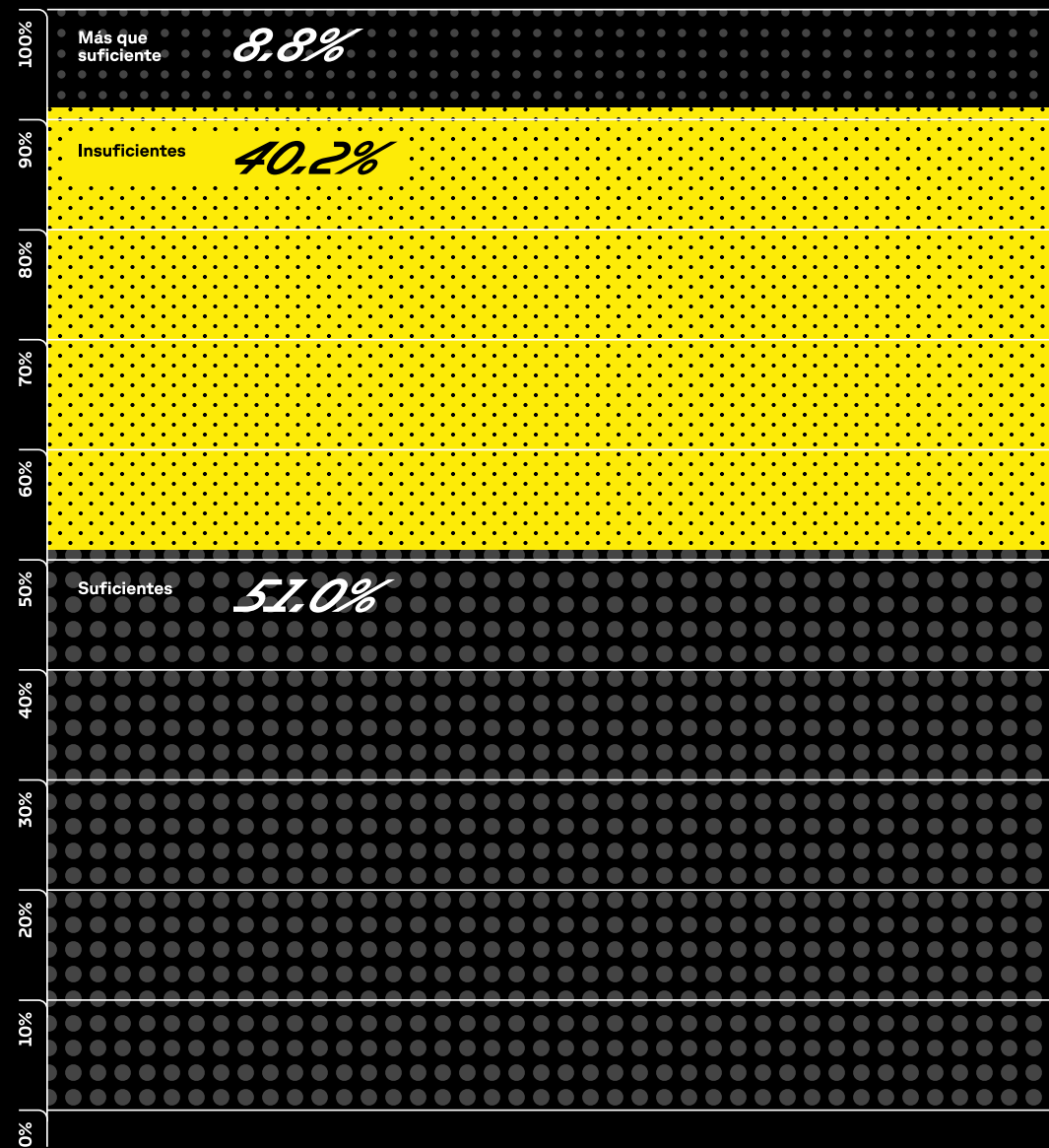
# Resultados

## Percepción sobre el mercado

Un 51% entiende que el nivel de demanda por sus bienes y servicios es suficiente, mientras que un 40.2% afirma que es insuficiente (por debajo del nivel normal). Un 40.2% entiende que sus ingresos han disminuido en los últimos 12 meses. En términos de empleo, un 51% entiende que el nivel ha permanecido igual, mientras que un 32.4% entiende que ha disminuido. Prospectivamente, un 74.5% entiende que el nivel de ingresos aumentará en los próximos 12 meses, mientras que el 52% entiende que el nivel de empleo en su proyecto aumentará.

DIAGRAMA 51

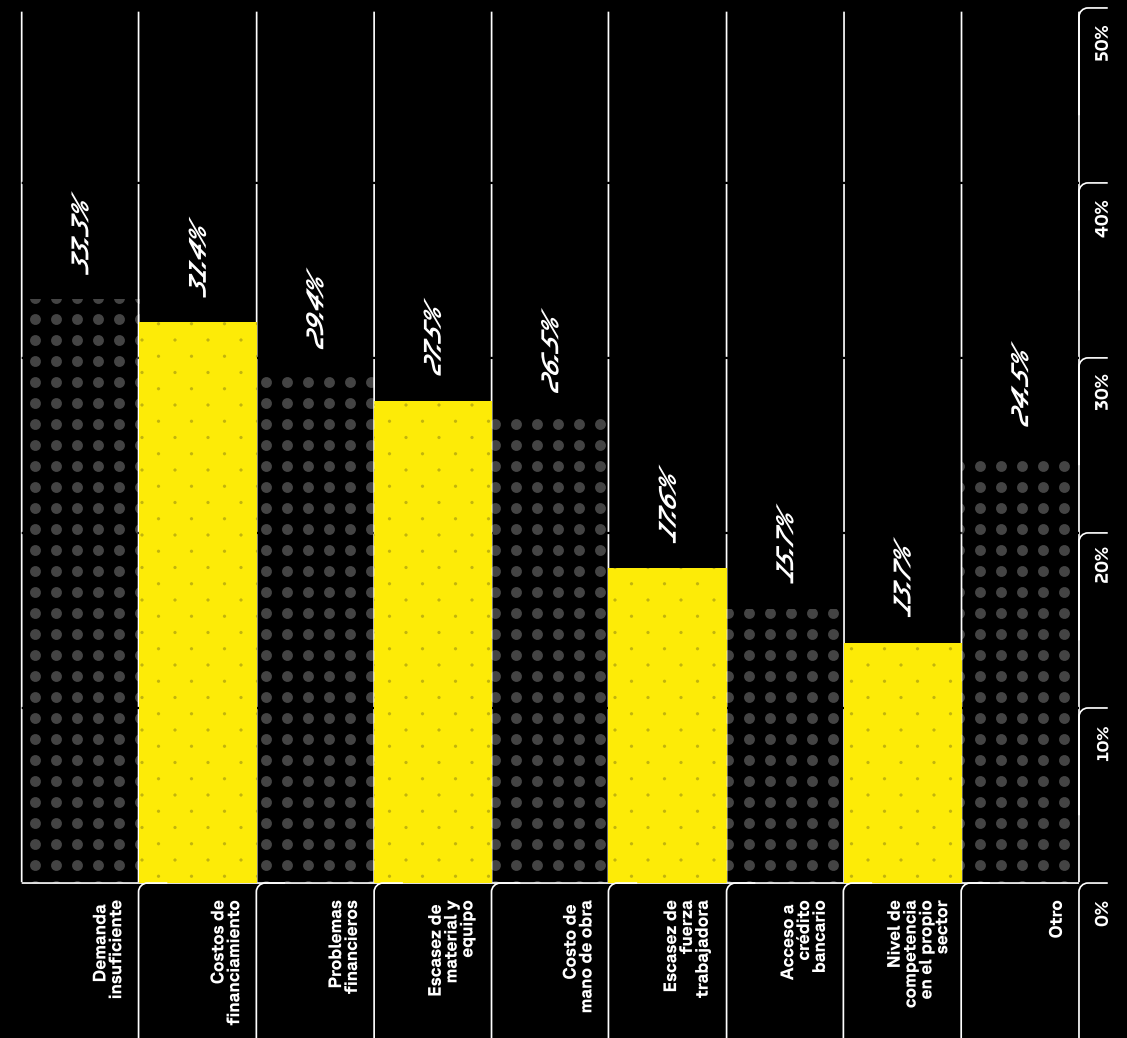
## ¿Cómo usted evalúa el nivel de demanda por los bienes y servicios que ofrece actualmente?



Los principales factores que han afectado las operaciones del proyecto en los pasados 12 meses han sido la demanda insuficiente (33.3%), costos de financiamiento (31.4%), problemas financieros (29.4%) y escasez de materiales y equipo (27.5%). También un 26.5% mencionó el alto costo de la mano de obra.

DIAGRAMA 52

## Indique cuáles son los factores que más han afectado las operaciones de su negocio durante los pasados doce meses, si alguno.



# Recomendaciones

Este proyecto de investigación del Censo de Trabajo Cultural y Creativo representa el estudio más detallado sobre la actividad artística y cultural con datos primarios. El estudio estuvo fundamentado en esfuerzos anteriores como La Encuesta a Agentes Culturales de la Comisión para el Desarrollo Cultural (CODECU) y La Educación Empresarial para el Emprendedor Cultural, que permiten una comparación en algunas variables. Una de las diferencias del Censo Cultural con otros estudios es que por primera vez presenta un enfoque holístico del trabajo cultural, incorporando elementos de bienestar personal, incluyendo la salud física y emocional, así como beneficios sociales que permita el trabajo desde condiciones óptimas.

De igual forma, a diferencia de la encuesta de 2015, la muestra se dividió entre personas y proyectos para poder profundizar entre las diferencias de perfiles. Los resultados muestran mucha consistencia con lo que se observó en otros análisis. Los cambios notables se justifican con los escenarios de emergencia y desastre que experimentó Puerto Rico desde 2017. En muchos contextos, los resultados confirman la tendencia de los informes basados en la Encuesta para la Comunidad y el County Business Pattern. De igual forma, los resultados demuestran algunos cambios importantes entre el perfil de 2014 con la encuesta de CODECU y este año, cambios que parecen muy razonables con los contextos de emergencia que incluyen el huracán María, los terremotos de enero de 2020 y la pandemia del COVID19.

Este estudio seguirá la misma tendencia de todos los proyectos del LabCultural, que contemplan estrategias de divulgación como visualizaciones digitales, foros de discusión y presentaciones en múltiples entidades y conferencias. Con esto esperamos ampliar la discusión sobre la condición del sector cultural, pero sobre todo, discutir las

implicaciones de estos resultados para el sector y tomar acciones estratégicas, ya sean de política pública o a través del tercer sector, para garantizar la libertad de creación, el bienestar económico y personal de los/as creativos/as y la diversidad de la actividad cultural en Puerto Rico.

Como punto de partida para esta discusión, se presentan algunas recomendaciones generales sobre políticas culturales relacionadas a los resultados de este estudio.

- 1 Frecuencia del Censo Cultural** - El Censo Cultural valida que existen múltiples dinámicas de trabajo cultural, incluyendo los niveles de formalidad que en ocasiones dificultan su visibilidad en los análisis que se realizan con fuentes oficiales de entidades locales o federales. Por ejemplo, la recopilación de proyectos reflejó un total de 518 proyectos adicionales a los que se estiman a partir del County Business Patterns. Sin embargo, el censo a personas refleja un total mucho menor, por lo que existe un segmento que no necesariamente se identifica profesionalmente con el sector cultural y creativo. Muchos resultados sobre el perfil laboral, ingresos, distribución geográfica y tamaños, entre otros. Sin embargo, a diferencia de estos perfiles demográficos y socioeconómicos que facilitan fuentes de datos como la Encuesta sobre la Comunidad del Censo de los Estados Unidos, este ejercicio permite conocer otros aspectos de la naturaleza del trabajo cultural y la condición económica, social y laboral de los/as artistas. Por lo tanto, similar a las recomendaciones generales sobre las encuestas de consumo y participación cultural, un censo cultural con la metodología utilizada en este estudio podría repetirse con una frecuencia de cada 5 años.
- 2 Estabilidad laboral** - Los datos son consistentes en visibilizar los retos del trabajo cultural. Nuevamente se confirma que casi un 60% de los trabajadores/as de la cultura no genera la mayoría de sus ingresos del arte. Dentro de este grupo, un 16% no genera ningún ingreso. Más allá de un asunto de industria, o de oferta y demanda, la libertad de creación es un derecho humano que no debe estar condicionado por dinámicas económicas, o más bien, corresponde al gobierno y la filantropía compensar estas ineficiencias del mercado. Los segundos empleos para compensar ingresos seguirán siendo una dinámica importante del empleo cultural y de la forma en que los artistas financian su trabajo. Sin embargo, es importante garantizar disponibilidad de tiempo y enfoque para la actividad creativa que genere innovación artística e impacto social, independientemente de su impacto económico. Los programas de incentivos deben enfocarse en salarios totales o complementarios y acceso a seguridad social como planes médicos y opciones de retiro digno.

- 3 Infraestructura cultural** - La proporción de entidades que tiene algún espacio de taller, estudio o punto de venta se redujo en comparación con 2014. Luego de todos los escenarios de emergencia de los últimos 5 años, el riesgo de mantener el costo fijo que representa una infraestructura fija ha aumentado, sobre todo por los escenarios de intermitencia en la operación. A pesar de esto, han surgido múltiples proyectos alrededor de la Isla que apuestan a facilitar la creación y el consumo a través de espacios culturales. Es importante analizar las necesidades específicas según el sector creativo y explorar iniciativas como talleres colectivos para artesanos, salas para las artes escénicas y música accesibles para la comunidad artística, activación de centros culturales y espacios de exhibición fuera del área metropolitana. A partir de ahí, es necesario crear incentivos para la adquisición de equipo, pago de utilidades y adquisición de propiedades para garantizar justifica creativa y evitar desplazamientos e inestabilidad.
- 4 Propiedad intelectual** - La propiedad intelectual, en sus formas de derechos de autor, registro de marca y patentes, representan una de las formas de comercialización más importantes dentro del sector creativo. La proporción de personas que entiende que tiene trabajo creativo elegible para propiedad intelectual aumentó de 57.9% a 74.5%. De este total, un 71% no la tiene registrada, en ocasiones porque no conoce los procesos o por falta de interés. Es importante crear más estructuras de apoyo para facilitar estos procesos, pero no solo limitado a la etapa de registro sino también al componente de comercialización que ocurre luego. Es importante explorar programas educativos pero posibles estructuras empresariales que faciliten que este proceso no recaiga únicamente en los artistas.
- 5 Bienestar personal** - Un 29% afirma que su estado de salud física es regular, lo mismo en la salud emocional con un 25%. Un 30% afirma tener alguna condición de salud física o mental. Cuando se analiza la totalidad de estos datos, se identifica casi una tercera parte de la comunidad creativa con algún escenario de vulnerabilidad. Las dinámicas laborales, casi siempre basadas en múltiples empleos y proyectos, provoca sobrecargas de trabajo que ponen la salud física y emocional en un segundo plano. Al momento existen muy pocos esfuerzos para promover el bienestar integral en la comunidad artística y creativa. Es importante que los proyectos de incubación, apoyo y promoción de las artes contemplen programas para promover la salud integral, así como incentivos que garanticen el acceso a servicios especializados.
- 6 Descentralización geográfica** - Los datos reflejan una distribución geográfica mucho más equitativa de la tendencia a la centralización de la producción en áreas metropolitanas. Si bien un 27% reside en el área metropolitana, regiones como el sur tiene un 21.4% y el oeste un 11.2%. Esto sugiere que la actividad creativa se genera alrededor de toda la Isla.

Probablemente, el reto está en identificar apoyar para difundir ese trabajo artístico en el mismo territorio donde se generan, considerando que la principal infraestructura cultural, o al menos la de mayor difusión, está en el área metro. Asegurarse de que los artistas tengan taller de trabajo en sus regiones, permite mayor accesibilidad y mejores condiciones de desarrollo que depender únicamente de la sobresaturación de las grandes ciudades. Todo programa de incentivos y promoción cultural debe incluir entre sus objetivos el análisis de datos de producción y consumo cultural para lograr mayor equidad en el impacto de sus iniciativas.

- 7 Equidad e inclusión** - El estudio incluyó por primera vez preguntas relacionadas al rol de las mujeres y personas afrodescendientes en las entidades y en puestos directivos. Cerca de un 80% de las entidades que respondieron la encuesta afirman tener mujeres en puestos directivos, lo que representa un avance importante en temas de equidad de género. Todas las fuentes de información afirman haber diferencias significativas en los ingresos entre hombres y mujeres, a pesar de que estas últimas tienen mayor preparación académica. Todavía es necesario lograr mayor investigación sobre la equidad racial en las artes, pero la experiencia demuestra que existen retos para lograr acceso a recursos y presencia en instituciones y manifestaciones artísticas de mayor visibilidad en Puerto Rico. Este es otro objetivo fundamental de los apoyos gubernamentales y de la filantropía.
- 8 Estructuras de colaboración** - El sector cultural sigue teniendo una estructura de pequeñas entidades. Solamente un 6.7% tiene más de 5 empleados a tiempo completo. Por lo tanto, es fácil deducir que esto representa retos para lograr eficiencias en aspectos administrativos, de promoción y comercialización. Existen muchas formas de colaboración formal como alianzas estratégicas, marcas colectivas, gremios, asociaciones o cooperativas, entre otras. Es necesario explorar y experimentar con estructuras de cooperación que creen clústers en los distintos sectores para maximizar los recursos humanos, equipos e infraestructura. Cada sector debe responder a sus necesidades. Por su parte, las fundaciones y gobierno deben diseñar programas que ayuden a validar ciertas experiencias y proyectos

Estas 8 recomendaciones representan posibles áreas de consenso que solo requieren articular las estrategias e identificar los recursos para su implementación. Corresponde analizar su adaptación para distintos sectores según la prioridad de las entidades de apoyo, los territorios y otras variables importantes. Lo que sí representa un consenso absoluto, es que la actividad artística continúa siendo el principal recurso que tiene el País para imaginar un futuro de bienestar, equidad, inclusión, diversidad y emprendimiento.



Estas recomendaciones generales podrían ser adoptadas por distintos sectores del ecosistema creativo para ser ejecutadas a través de iniciativas de corto plazo. Para adelantar esta conversación, proponemos al menos 9 proyectos de corto plazo que podrían atenderse desde el gobierno, la academia, la filantropía o desde el propio sector cultural.

- 1 Desarrollo de infraestructuras cooperativas** - Es importante reconocer que las estructuras de costos crean grandes dificultades para el crecimiento del sector cultural. En muchos casos, estos altos costos fijos corresponden a infraestructura, maquinaria y equipo. Por esta razón, es importante formalizar un programa de estructuras empresariales u organizacionales para atender este reto. Estas infraestructuras cooperativas podrían incluir talleres de artesanías y/o diseño para uso colectivo, espacios de oficina, puntos de venta, lugares de exhibición y presentación de música y artes escénicas, entre otros. Existen muchos referentes internacionales como las Fábricas de Creación en Barcelona, las Escuelas Taller en Colombia y otros modelos de cooperativas formales, alianzas estratégicas y modelos de membresía, entre otros.
- 2 Servicios gerenciales para artistas y entidades creativas** - El modelo de servicios gerenciales para el sector cultural y creativo se mantiene como una solución importante ante los retos de manejar el trabajo administrativo en los proyectos artísticos y culturales. Es importante continuar identificando formas de sostenibilidad para estas metodologías que permitan diversificar las formas de acceder a los servicios, diferenciando a quienes no tienen las fuentes de pago, los que pueden pagar parcialmente y los que tienen presupuestos para asumir los servicios gerenciales. En un futuro, el modelo podría diversificarse a través de universidades que generen estos servicios con un modelo combinado de estudiantes y facultad.
- 3 Seguridad social desde el Departamento del Trabajo** - Las agencias encargadas de promover y proteger los derechos laborales deben entender que el empleo creativo no está representado en los modelos de trabajo asalariado ni en el trabajo por cuenta propia. Se trata de un híbrido entre ambos modelos donde las entidades relacionadas nunca asumen la totalidad de la responsabilidad patronal. Por lo tanto, es importante identificar mecanismos para garantizar la seguridad social, incluyendo alternativas de retiro digno, seguros médicos y de incapacidad, entre otros. Programas como la Ley 52 podrían utilizarse para compensar por estas aportaciones patronales que no ocurren en el empleo autogestionado de las artes y la cultura.
- 4 Análisis de rendimiento económico y social desde el Departamento de Hacienda** - Los presupuestos públicos para las artes y la cultura siempre estarán subestimados si no se realizan los análisis para determinar el impacto directo e indirecto que genera la actividad

cultural en Puerto Rico. Es importante que el Departamento de Hacienda pueda estimar la aportación de las industrias culturales y creativas a través de contribución sobre ingresos e impuestos de ventas y uso utilizando los modelos de cuenta satélite que permiten categorizar al sector cultural. Este análisis permitiría hacer una inversión mucho más justa de los presupuestos gubernamentales. De igual forma, es necesario identificar el impacto social de la actividad cultural y sobre la industria del turismo. Esto garantiza que la inversión en cultura combine las agencias relacionadas con otros componentes como turismo, educación y bienestar social.

- 5 Creación de gremios por sector** - El sector de las artes y la cultura ha carecido en las últimas décadas de gremios o asociaciones que permitan adelantar agendas para los distintos subsectores. Estos mecanismos deberían surgir del propio sector respondiendo a la realidad y necesidades de cada área. En años recientes se han observado ejemplos en el cine documental, los museos, la artesanía y las artes visuales que representan referentes para otros sectores creativos. Los gremios pueden servir como mecanismo para apalancar recursos, promover política pública, desarrollo profesional y para adelantar alianzas internacionales.
- 6 Programas de desarrollo urbano a partir de la cultura** - Los datos demuestran que el trabajo cultural está distribuido a través de todo el archipiélago de Puerto Rico. Por lo tanto, es importante fortalecer los entornos locales que facilitan la difusión del trabajo creativo. Los municipios representan el territorio principal donde surge el trabajo cultural. En la actualidad, los cascos urbanos representan sectores con potencial de desarrollo de vivienda, talleres de trabajo y puntos de venta que promuevan una revitalización sostenible sin dinámicas de desplazamiento y encarecimiento del costo de vida. Si se desarrollan políticas públicas para la reactivación de espacios en desuso y para el uso del espacio público, podrían desarrollarse clusters culturales que diversifiquen la oferta turística y el acceso de los locales a la vida cultural.
- 7 Revisión de la política pública para las industrias creativas** - La Ley 173 del 2014 para la Promoción de las Industrias Creativas en Puerto Rico representa un marco legal con oportunidad de actualización y mejora. Es importante revisar el alcance de la ley, las agencias responsables, su gobernanza e identificar una fuente de fondos recurrentes para impactar positivamente al sector creativo. La Ley podría convertirse a su vez en modelo de código de impacto creativo que reúna los incentivos a la creación, innovación, producción, comercialización, exportación y al desarrollo de distritos creativos.
- 8 Fortalecimiento de los observatorios de cultura** - Iniciativas como el Censo Cultural son posibles a través de los observatorios de arte, cultura y economía creativa que a través del análisis de las fuentes de datos existentes pueden identificar nuevas investigaciones de apoyo al sector artístico y cultural. Los observatorios deben estar destinados

principalmente al análisis de datos e investigaciones, mientras que la recopilación y actualización de datos puede recaer en entidades como el Instituto de Estadísticas de Puerto Rico, a quien ya la Ley 173 le encomienda las estadísticas para industrias creativas pero no así para el amplio alcance del sector artístico y cultural. Una combinación óptima de un sistema de información cultural combina la generación de estadísticas por parte del gobierno, la promoción de análisis y agendas de investigación por el tercer sector y la implementación de investigaciones por parte de las universidades.

- 9 Creación del Fondo Permanente de Inversión Cultural** - Puerto Rico necesita un mecanismo formal y estable de financiamiento de las artes y la actividad cultural. Siguiendo la recomendación de la Comisión para el Desarrollo Cultural (CODECU) en 2015, es importante identificar una estructura permanente de inversión en el sector cultural y creativa a partir de sus rendimientos anuales. Este fondo podría estar ubicado en alguna fundación existente o mediante una nueva entidad. Este fondo podría crear una estructura de líneas de acción y actualizarse a través de un plan estratégico con periodos de 3 años.

El Rol del Centro  
de Economía Creativa

# Comentarios Finales

Para el Centro de Economía Creativa, Inc., el logro de los objetivos y acciones que necesita el sector cultural debe responder a una mirada integral del ecosistema, combinando recursos de la academia, el gobierno, la empresa privada, la filantropía y el sector cultural. Siguiendo este análisis presentado en este estudio, el CEC reafirma su compromiso con el sector a través de tres ejes principales: los servicios gerenciales, salarios para artistas y el observatorio de cultura.

Estos tres programas, conocidos como el Nido Cultural, Maniobra y el LabCultural representan campos de acción a largo plazo para el sector cultural a través de la sostenibilidad organizacional de las entidades, del bienestar personal y económico de lo/as artistas y de las fuentes de información que apoyen la toma de decisiones. Si bien estas prioridades pueden cambiar a través de los años, la condición actual del sector sugiere que durante los próximos 5 años estas iniciativas pueden generar un impacto directo significativo en el sector. Es importante que otros componentes del sector identifiquen sus campos de acción y establezcan sus compromisos a largo plazo para ir estableciendo el frente común que necesita el ecosistema de arte, cultura y economía creativa en Puerto Rico.

# Censo Cultural (Primera fase)

Personas

P1 Género con el que se identifica		
	Frecuencia	Por ciento
Mujer	1,766	54.6%
Hombre	1,359	42.0%
Transgénero / Queer / No binario	53	1.6%
Otros	13	0.4%
No deseo especificar	42	1.3%
<b>Total general</b>	<b>3,233</b>	<b>100.0%</b>

P2 Regiones		
	Frecuencia	Por ciento
Metro	876	27.0%
Sur	695	21.4%
Norte - Metro	395	12.2%
Oeste	364	11.2%
Noreste	289	8.9%
Este	248	7.6%
Norte	183	5.6%
Central y Norte - Metro	151	4.7%
Estados Unidos	41	1.3%
<b>Total general</b>	<b>3,242</b>	<b>100.0%</b>

P3 ¿Qué sector describe su principal trabajo artístico o cultural? (Sector general)		
	Frecuencia	Por ciento
Artes visuales	657	20.3%
Artesanía	634	19.6%
Música	400	12.3%
Artes escénicas	308	9.5%
Gestión cultural	292	9.0%
Diseño	242	7.5%
Patrimonio cultural	207	6.4%
Artes editoriales	153	4.7%
Cine y audiovisual	112	3.5%
Educación	108	3.3%
Servicios creativos	74	2.3%
Producción de eventos	55	1.7%
<b>Total general</b>	<b>3242</b>	<b>100.0%</b>

P4 Aproximadamente, ¿qué porcentaje de sus ingresos proviene del trabajo cultural?	
Más del 75%	31.8%
Entre el 51% y el 75%	8.8%
Entre el 26 y el 50%	11.6%
Menos del 25%	31.9%
No genera ingresos (0%)	15.9%
<b>Total general</b>	<b>100.0%</b>

P5 ¿Qué sector describe su principal (GENERAL) trabajo artístico o cultural? por Ingreso						
Etiquetas de fila	Más del 75%	Entre el 51% y el 75%	Entre el 26 y el 50%	Menos del 25%	No genera ingresos (0%)	Total general
Artes editoriales	17.7%	4.6%	3.9%	41.8%	32.0%	100.0%
Artes escénicas	29.0%	8.8%	13.4%	31.3%	17.6%	100.0%
Artes visuales	25.0%	8.8%	12.8%	35.3%	18.1%	100.0%
Artesanía	27.6%	10.7%	14.0%	39.9%	7.7%	100.0%
Cine y audiovisual	41.1%	10.7%	11.6%	25.0%	11.6%	100.0%
Diseño	37.3%	12.0%	11.2%	27.4%	12.0%	100.0%
Educación	45.4%	8.3%	12.0%	15.7%	18.5%	100.0%
Gestión cultural	44.9%	7.5%	7.9%	18.5%	21.2%	100.0%
Música	26.3%	6.0%	12.3%	37.3%	18.3%	100.0%
Patrimonio cultural	45.2%	9.7%	9.7%	22.3%	13.1%	100.0%
Producción de eventos	50.9%	7.3%	9.1%	21.8%	10.9%	100.0%
Servicios creativos	44.6%	4.1%	8.1%	25.7%	17.6%	100.0%
<b>Total general</b>	<b>31.8%</b>	<b>8.7%</b>	<b>11.6%</b>	<b>32.0%</b>	<b>15.9%</b>	<b>100.0%</b>

P1 Región		
	Frecuencia	Porcentaje
Metro	613	26.2%
Sur	478	20.5%
Oeste	297	12.7%
Norte - Metro	281	12.0%
Noreste	211	9.0%
Este	171	7.3%
Norte	136	5.8%
Central y Norte - Metro	125	5.4%
Estados Unidos	24	1.0%
<b>Total general</b>	<b>2336</b>	<b>100.0%</b>

P2 Sector principal		
	Frecuencia	Porcentaje
Artesanía	534	22.9%
Artes visuales	400	17.1%
Música	270	11.6%
Diseño	234	10.0%
Gestión cultural	200	8.6%
Patrimonio cultural	151	6.5%
Artes escénicas	146	6.3%
Artes editoriales	107	4.6%
Educación	98	4.2%
Cine y audiovisual	84	3.6%
Servicios creativos	68	2.9%
Producción de eventos	44	1.9%
<b>Total general</b>	<b>2,336</b>	<b>100.0%</b>

Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas en la muestra

Q2 - Si fuera a mencionar una segunda categoría, ¿cuál sería?		
	Frecuencia	Porcentaje
Artesanía	55	22.6%
Artes visuales (pintura, escultura, fotografía, videoarte, etc.)	50	20.6%
Artes escénicas (teatro, danza, etc.)	25	10.3%
Música	19	7.8%
Artes editoriales (literatura, publicaciones, etc.)	18	7.4%
Cine y audiovisual	14	5.8%
Gestión cultural	11	4.5%
Diseño gráfico	11	4.5%
Trabajo en instituciones de arte y cultura	7	2.9%
Diseño de moda	6	2.5%
Educación artística	5	2.1%
Gastronomía	4	1.6%
Comunicaciones	4	1.6%
Investigación y crítica	3	1.2%
Publicidad	2	0.8%
Animación y videojuegos	1	0.4%
Radio o televisión	1	0.4%
Turismo cultural	1	0.4%
Personal técnico (luces, sonido, tramoya, etc.)	1	0.4%
Gobierno estatal o municipal	1	0.4%
Diseño industrial	1	0.4%
Curaduría	1	0.4%
Arquitectura	1	0.4%
Ciencias de la información	1	0.4%
<b>Total general</b>	<b>243</b>	<b>100.0%</b>

Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas en la muestra

Q2 - Si fuera a mencionar una segunda categoría, ¿cuál sería?		
	Frecuencia	Porcentaje
Ninguna (N/A)	38	15.6%
Artes visuales (pintura, escultura, fotografía, videoarte, etc.)	34	14.0%
Gestión cultural	22	9.1%
Educación artística	21	8.6%
Artesanía	14	5.8%
Artes escénicas (teatro, danza, etc.)	13	5.3%
Artes editoriales (literatura, publicaciones, etc.)	11	4.5%
Turismo cultural	8	3.3%
Publicidad	8	3.3%
Trabajo en instituciones de arte y cultura	8	3.3%
Diseño gráfico	8	3.3%
Cine y audiovisual	7	2.9%
Música	7	2.9%
Patrimonio	6	2.5%
Producción de eventos	5	2.1%
Curaduría	5	2.1%
Comunicaciones	5	2.1%
Arquitectura	4	1.6%
Diseño de moda	4	1.6%
Ciencias de la información	4	1.6%
Radio o televisión	3	1.2%
Investigación y crítica	2	0.8%
Personal técnico (luces, sonido, tramoya, etc.)	2	0.8%
Diseño industrial	2	0.8%
Animación y videojuegos	1	0.4%
Gastronomía	1	0.4%
<b>Total general</b>	<b>243</b>	<b>100.0%</b>

Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas en la muestra

Q3 - Tipo de empleo - Describa en forma clara la actividad principal en su empleo o negocio la semana pasada.		
	Frecuencia	Porcentaje
trabajador(a) POR CUENTA PROPIA en su negocio, práctica profesional INCORPORADO o NO INCORPORADO.	141	58.0%
empleado(a) de una empresa o un negocio PRIVADO CON FINES DE LUCRO o de un individuo por paga, por salario o comisiones.	32	13.2%
empleado(a) de una organización PRIVADA SIN FINES DE LUCRO exenta de impuestos, o de una organización de caridad.	29	11.9%
trabajador SIN PAGA en un negocio o finca de la familia.	15	6.2%
empleado(a) del GOBIERNO estatal.	13	5.3%
empleado(a) del GOBIERNO local (ciudad, condado, etc.)	10	4.1%
empleado(a) del GOBIERNO federal.	3	1.2%
<b>Total general</b>	<b>243</b>	<b>100.0%</b>

Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas en la muestra

Q4-Describa su preparación artística o de trabajo cultural (Seleccione todas las que apliquen)		
	Frecuencia	Porcentaje
Preparación universitaria	150	61.7%
Autodidacta	123	50.6%
Certificaciones profesionales	85	35.0%
Educación durante años de escuela	55	22.6%
Aprendiz con maestro	49	20.2%
Otra	18	7.4%

Nota: La base numérica de esta tabla son las 243 personas que participaron en la encuesta. La suma de porcentajes es distinta al 100% ya que esta pregunta es de respuesta múltiple y se realiza un conteo independiente para cada una de las respuestas mencionadas

<b>Q7 - ¿Qué por ciento de ingresos genera del trabajo artístico?</b>		
	<b>Frecuencia</b>	<b>Por ciento</b>
Más del 75%	74	30.5%
Entre el 51% y el 75%	20	8.2%
Entre el 26 y el 50%	33	13.6%
Menos del 25%	84	34.6%
No genera ingresos	32	13.2%
<b>Total general</b>	<b>243</b>	<b>100.0%</b>
Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas en la muestra		

<b>Q8-¿De dónde provienen las otras fuentes de ingreso? Seleccione todas las que correspondan</b>		
	<b>Frecuencia</b>	<b>Por ciento</b>
Trabajo a tiempo completo	60	24.7%
Trabajo a tiempo parcial	53	21.8%
Ingreso de cónyuge o pareja	45	18.5%
Ingresos de retiro	35	14.4%
Donaciones	20	8.2%
Otros	51	21.0%
<b>N/A</b>	<b>20</b>	<b>8.2%</b>
Nota: La base numérica de esta tabla son las 243 personas que participaron en la encuesta. La suma de porcentajes es distinta al 100% ya que esta pregunta es de respuesta múltiple y se realiza un conteo independiente para cada una de las respuestas mencionadas		

<b>Q9-Seleccione hasta un máximo de tres lugares (Estados y/o Municipios) donde mayor impacto tiene su trabajo</b>		
	<b>Frecuencia</b>	<b>Por ciento</b>
San Juan	158	65.0%
Ponce	48	19.8%
Estados Unidos	43	17.7%
Caguas	27	11.1%
Bayamón	23	9.5%
Guaynabo	19	7.8%
Mayagüez	17	7.0%
Carolina	14	5.8%
San Germán	11	4.5%
Dorado	10	4.1%
Juana Díaz	8	3.3%
Adjuntas	7	2.9%
Loíza	7	2.9%
Peñuelas	7	2.9%
Trujillo Alto	7	2.9%
Arecibo	6	2.5%
Yauco	6	2.5%
Aguadilla	5	2.1%
Cayey	5	2.1%
Isabela	5	2.1%
Jayuya	5	2.1%
Aibonito	4	1.6%
Barranquitas	4	1.6%
Rincón	4	1.6%
Utuado	4	1.6%
Cabo Rojo	3	1.2%
Camuy	3	1.2%
Cataño	3	1.2%
Coamo	3	1.2%
Hormigueros	3	1.2%
Juncos	3	1.2%
Lajas	3	1.2%

Lares	3	1.2%
Manatí	3	1.2%
Maricao	3	1.2%
Naranjito	3	1.2%
Orocovis	3	1.2%
Quebradillas	3	1.2%
Salinas	3	1.2%
San Sebastián	3	1.2%
Toa Baja	3	1.2%
Yabucoa	3	1.2%
Aguada	2	0.8%
Canóvanas	2	0.8%
Guayama	2	0.8%
Gurabo	2	0.8%
Hatillo	2	0.8%
Humacao	2	0.8%
Las Piedras	2	0.8%
Río Grande	2	0.8%
Sabana Grande	2	0.8%
Vega Baja	2	0.8%
Vieques	2	0.8%
Ciales	1	0.4%
Cidra	1	0.4%
Corozal	1	0.4%
Florida	1	0.4%
Guayanilla	1	0.4%
Guánica	1	0.4%
Maunabo	1	0.4%
Moca	1	0.4%
Morovis	1	0.4%
San Lorenzo	1	0.4%
Santa Isabel	1	0.4%
Toa Alta	1	0.4%
Vega Alta	1	0.4%

Villalba	1	0.4%
Nota: La base numérica de esta tabla son las 243 personas que participaron en la encuesta. La suma de porcentos es distinta al 100% ya que esta pregunta es de respuesta múltiple y se realiza un conteo independiente para cada una de las respuestas mencionadas		

Q10 - ¿Ha tenido presencia internacional en los últimos 5 años?		
	Frecuencia	Por ciento
No	141	58.0%
Sí	102	42.0%
<b>Total general</b>	<b>243</b>	<b>100.0%</b>
Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas en la muestra		

Q11 - ¿Ha recibido premios, becas o subvenciones de fundaciones o entidades sin fines de lucro?		
	Frecuencia	Por ciento
No	155	63.8%
Sí	88	36.2%
<b>Total general</b>	<b>243</b>	<b>100.0%</b>
Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas en la muestra		

Q11_a - ¿Aproximadamente qué aportación económica total ha recibido en los últimos 3 años?	
Mean	Median
\$11,700	\$550
Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas que han recibido premios, becas o subvenciones de fundaciones o entidades sin fines de lucro	



**Q11\_b - Mencione algunas fundaciones que han apoyado su trabajo**



**Q12 - ¿Dedica horas de trabajo voluntario a alguna organización?**

	Frecuencia	Porcentaje
No	156	64.2%
Sí	87	35.8%
<b>Total general</b>	<b>243</b>	<b>100.0%</b>

Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas en la muestra

**Q12 - ¿Dedica horas de trabajo voluntario a alguna organización?**

	Frecuencia	Porcentaje
No	156	64.2%
Sí	87	35.8%
<b>Total general</b>	<b>243</b>	<b>100.0%</b>

Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas en la muestra

**Q12\_ab - ¿Cuántas horas aproximadamente dedica mensualmente?**

Media	Mediana
45	16

Nota: La base numérica de estas medidas son las 81 personas que contestaron esta pregunta y han dedicado horas de trabajo voluntario

**Q13 - Ha realizado trabajo artístico no remunerado, con descuento o por intercambio?**

	Frecuencia	Porcentaje
No	83	34.2%
Sí	159	65.4%
No responde	1	0.4%
<b>Total general</b>	<b>243</b>	<b>100.0%</b>

Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas en la muestra

**Q13a - Aproximadamente, ¿a cuánto asciende el valor económico de ese trabajo no remunerado en los últimos 12 meses, utilizando sus precios y honorarios regulares?**

Media	Mediana	Mínimo	Máximo
\$7,978	\$3,000	\$50	\$70,000

Nota: La base numérica de estas medidas son las 130 personas que han realizado trabajo artístico no remunerado, con descuento o por intercambio y respondieron esta pregunta.

**Q14a - ¿Tiene trabajos que son elegibles para propiedad intelectual?**

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	147	60.5%
No	36	14.8%
No sabe	60	24.7%
<b>Total general</b>	<b>243</b>	<b>100.0%</b>

Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas en la muestra

**Q14b - ¿Tiene trabajos que son elegibles para propiedad intelectual?**

Sí	están registrados	42	28.6%
	no están registrados	105	71.4%
	Total	147	100.0%
No Sabe	hay interés en buscar información	55	91.7%
	no hay interés	5	8.3%
	Total	60	100.0%
No	no piensa tener en el futuro	13	36.1%
	piensa tener en el futuro	23	63.9%
	Total	36	100.0%

Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas en la muestra

Q15 - ¿Qué medios utiliza para promocionar su trabajo artístico?		
Medios principales	Frecuencia	Por ciento
Redes Sociales	189	77.8%
Instagram	58	23.9%
Facebook	54	22.2%
Boca en boca	24	9.9%
Página Web	21	8.6%
Internet	20	8.2%
Periódico/revistas	17	7.0%
Radio	12	4.9%
Correo electrónico	8	3.3%
Ferias	8	3.3%
Exposición	8	3.3%
TV	6	2.5%
YouTube	6	2.5%
Whatsapp	3	1.2%
Ninguno	14	5.8%

Nota: La base numérica de esta tabla son las 243 personas que participaron en la encuesta. La suma de porcentos es distinta al 100% ya que esta pregunta es de respuesta múltiple y se realiza un conteo independiente para cada una de las respuestas mencionadas.

Q16 - ¿Tiene algún estudio, taller o espacio de trabajo?		
	Frecuencia	Por ciento
No tengo	45	18.5%
Sí (en el hogar)	161	66.3%
Sí (en otro espacio)	37	15.2%
<b>Total general</b>	<b>243</b>	<b>100.0%</b>

Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas en la muestra

Q 17 ¿Es dueño de la propiedad o está alquilado?		
	Frecuencia	Por ciento
Dueño del local	104	52.5%
Alquilado	90	45.5%
No responde	4	2.0%
<b>Total</b>	<b>198</b>	<b>100.0%</b>

Nota: La base numérica de estas medidas son las 198 personas que tienen un taller o espacio de trabajo

Q18-Si tiene un espacio de taller, estudio o trabajo, ¿Cuáles son las principales necesidades? Seleccione todas las que apliquen		
	Frecuencia	Por ciento
Equipos y materiales	139	70.2%
Tamaño del espacio	97	49.0%
Mejoras a la infraestructura	70	35.4%
Costo de alquiler	47	23.7%
Ubicación del local	30	15.2%
Otra	10	5.1%

Nota: La base numérica de esta tabla son las 198 personas que tienen un taller o espacio de trabajo. La suma de porcentos es distinta al 100% ya que esta pregunta es de respuesta múltiple y se realiza un conteo independiente para cada una de las respuestas mencionadas

Q19 - ¿Recibe clientes en su espacio de taller, estudio o trabajo?		
	Frecuencia	Por ciento
No	101	51.0%
Sí	97	49.0%
<b>Total general</b>	<b>198</b>	<b>100.0%</b>

Nota: La base numérica de estas medidas son las 198 personas que tienen un taller o espacio de trabajo

Q20-Describa qué porcentaje corresponde a cada categoría del total de sus ingresos anuales.	
	Por ciento
Empresa Privada	32.1%
Personas (individuos)	27.4%
Gobierno	15.4%
Organizaciones sin fines de lucro	11.9%
Fundaciones	2.6%
Otro	10.7%
<b>Total</b>	<b>100.0%</b>

Nota: La base numérica de esta tabla son 239 personas que respondieron esta pregunta

Q21-Describa aproximadamente qué por ciento corresponde a cada categoría del total de sus gastos anuales.	
	Por ciento
Vivienda	18.6%
Bebidas o alimentos	17.4%
Utilidades (agua, luz, teléfono, internet)	16.3%
Materiales y equipos	11.3%
Transportación	11.0%
Educación	5.0%
Ropa	4.8%
Entretenimiento	4.8%
Servicios profesionales	4.2%
Promoción	1.5%
Otros alquileres	1.1%
Otros	4.3%
<b>Total</b>	<b>100.0%</b>

Nota: La base numérica de esta tabla son 233 personas que respondieron esta pregunta

Q22 - ¿Cuenta con algún plan de retiro?		
	Frecuencia	Por ciento
No	175	72.0%
Sí	68	28.0%
<b>Total general</b>	<b>243</b>	<b>100.0%</b>

Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas en la muestra

Q23 - En general, ¿usted diría que es...?		
	Frecuencia	Por ciento
Bastante feliz	154	63.4%
Muy feliz	63	25.9%
No muy feliz	23	9.5%
Nada feliz	2	0.8%
No responde	1	0.4%
<b>Total general</b>	<b>243</b>	<b>100.0%</b>

Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas en la muestra

Q24 - En general, ¿cómo describiría su estado de salud emocional hoy en día? Diría que es:		
	Frecuencia	Por ciento
Muy bueno	65	26.7%
Bueno	107	44.0%
Regular	61	25.1%
Malo	8	3.3%
Muy malo	2	0.8%
<b>Total general</b>	<b>243</b>	<b>100.0%</b>

Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas en la muestra

Q25 - En general, ¿cómo describiría su estado de salud físico hoy en día? Diría que es:		
	Frecuencia	Por ciento
Muy bueno	37	15.2%
Bueno	118	48.6%
Regular	72	29.6%
Malo	15	6.2%
No responde	1	0.4%
<b>Total general</b>	<b>243</b>	<b>100.0%</b>

Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas en la muestra

Q26 - ¿Usted tiene alguna(s) condición(es) física(s) y/o mental(es)?		
	Frecuencia	Por ciento
Sí	73	30.0%
No	128	52.7%
No responde	42	17.3%
<b>Total general</b>	<b>243</b>	<b>100.0%</b>

Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas en la muestra

<b>Q27 - Describa los tres retos principales que enfrenta para realizar su trabajo artístico (TOP 15)</b>		
Retos	Frecuencia	Porciento
Espacio físico	59	26.6%
Presupuesto	54	24.3%
Tiempo	48	21.6%
Costo materiales	23	10.4%
Bajo pago	18	8.1%
Materiales	15	6.8%
Promoción	15	6.8%
Desvalorización del arte	13	5.9%
Salud	13	5.9%
Falta de oportunidad	12	5.4%
Transportación	12	5.4%
Apoyo	10	4.5%
Equipos	10	4.5%
Buenos recursos	9	4.1%

Nota: La base numérica de esta tabla son 222 personas que respondieron esta pregunta. La suma de porcentos es distinta al 100% ya que esta pregunta es de respuesta múltiple y se realiza un conteo independiente para cada una de las respuestas mencionadas

<b>Q28 - ¿Cómo usted evalúa el nivel de demanda por los bienes y servicios que ofrece actualmente?</b>		
	Frecuencia	Porciento
Más que suficiente (superiores al nivel normal)	24	9.9%
Suficiente (nivel normal para la temporada)	107	44.0%
Insuficiente (por debajo del nivel normal)	112	46.1%
<b>Total general</b>	<b>243</b>	<b>100.0%</b>

Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas en la muestra

<b>Q29 - Durante los pasados doce meses, sus ingresos han...</b>		
	Frecuencia	Porciento
Aumentado	55	22.6%
Permanecido igual	89	36.6%
Disminuido	99	40.7%
<b>Total general</b>	<b>243</b>	<b>100.0%</b>

Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas en la muestra

<b>Q30 - Durante los próximos doce meses, espera que sus ingresos...</b>		
	Frecuencia	Porciento
Aumenten	140	57.6%
Permanezcan igual	85	35.0%
Disminuyan	18	7.4%
<b>Total general</b>	<b>243</b>	<b>100.0%</b>

Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas en la muestra

<b>Q31 - Dentro de los próximos doce meses, la situación económica general de Puerto Rico será...</b>		
	Frecuencia	Porciento
Mejor	18	7.4%
Igual	69	28.4%
Peor	156	64.2%
<b>Total general</b>	<b>243</b>	<b>100.0%</b>

Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas en la muestra

<b>Q32 - ¿Cuál de las siguientes emociones refleja mejor lo que siente por Puerto Rico?</b>		
	Frecuencia	Porciento
Preocupación	103	42.4%
Orgullo	53	21.8%
Esperanza	38	15.6%
Desilusión	35	14.4%
Enojo	12	4.9%
Confianza	2	0.8%

<b>Q10-Seleccione un máximo de tres lugares principales (estados y/o municipios) a los que su entidad ha impactado directamente</b>			
		Frecuencia	Por ciento
Q33 - La cultura aporta al desarrollo económico de Puerto Rico.	De acuerdo o muy de acuerdo	225	92.6%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	6.2%
	En desacuerdo o muy en desacuerdo	3	1.2%
	Total general	243	100.0%
Q33 - El apoyo del gobierno a la cultura es adecuado.	De acuerdo o muy de acuerdo	25	10.3%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	39	16.1%
	En desacuerdo o muy en desacuerdo	179	73.7%
	Total general	243	100.0%
Q33 - Puerto Rico es un país con igualdad de oportunidades.	De acuerdo o muy de acuerdo	19	7.8%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	39	16.1%
	En desacuerdo o muy en desacuerdo	185	76.1%
	Total general	243	100.0%
Q33 - Los/as puertorriqueños/as son solidarios.	De acuerdo o muy de acuerdo	155	63.8%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	60	24.7%
	En desacuerdo o muy en desacuerdo	28	11.5%
	Total general	243	100.0%
Q33 - Los/as puertorriqueños son emprendedores.	De acuerdo o muy de acuerdo	203	83.5%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	35	14.4%
	En desacuerdo o muy en desacuerdo	5	2.1%
	Total general	243	100.0%

Q33 - Los/as puertorriqueños/as son consumistas.	De acuerdo o muy de acuerdo	205	84.4%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	31	12.8%
	En desacuerdo o muy en desacuerdo	7	2.9%
	Total general	243	100.0%
Q33 - Los/as puertorriqueños/as valoran su cultura.	De acuerdo o muy de acuerdo	140	57.6%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	79	32.5%
	En desacuerdo o muy en desacuerdo	24	9.9%
	Total general	243	100.0%
Q33 - Los/as puertorriqueños/as valoran su medioambiente.	De acuerdo o muy de acuerdo	61	25.1%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	85	35.0%
	En desacuerdo o muy en desacuerdo	97	39.9%
	Total general	243	100.0%
Q33 - En Puerto Rico existe equidad de género en las artes y la cultura.	De acuerdo o muy de acuerdo	61	25.1%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	62	25.5%
	En desacuerdo o muy en desacuerdo	120	49.4%
	Total general	243	100.0%
Q33 - En Puerto Rico existe equidad racial en las artes y la cultura.	De acuerdo o muy de acuerdo	65	26.8%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	55	22.6%
	En desacuerdo o muy en desacuerdo	123	50.6%
	Total general	243	100.0%
Q33 - Las artes y la cultura contribuyen a la reactivación luego de un desastre.	De acuerdo o muy de acuerdo	213	87.7%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	19	7.8%
	En desacuerdo o muy en desacuerdo	11	4.5%
	Total general	243	100.0%

Q34 - ¿Cuál es su edad?	
Media	Mediana
46	45
Nota: La base numérica de estas medidas son el total de personas en la muestra	

Q34 - ¿Cuál es su edad?		
	Frecuencia	Porcentaje
Entre 20 y 25 años	11	4.5%
Entre 26 y 35 años	61	25.1%
Entre 36 y 45 años	58	23.9%
Entre 46 y 55 años	54	22.2%
Entre 56 y 65 años	36	14.8%
Más de 65 años	23	9.5%
<b>Total general</b>	<b>243</b>	<b>100%</b>

Q36 - ¿Cuál es el título o nivel escolar más alto que usted ha COMPLETADO? Seleccione UNA opción.		
	Frecuencia	Porcentaje
Grado 12, SIN DIPLOMA	1	0.4%
Diploma de escuela superior	6	2.5%
Algunos créditos universitarios, pero menos de 1 año de créditos universitarios	1	0.4%
1 año o más de créditos universitarios, sin título	35	14.4%
Título asociado universitario (por ejemplo: AA, AS)	21	8.6%
Título de bachillerato universitario (por ejemplo: BA, BS).	79	32.5%
Título de maestría (por ejemplo: MA, MS, MEng, MEd, MSW, MBA).	66	27.2%
Título profesional más allá de un título de bachillerato universitario (por ejemplo: MD, DDS, DVM, LLB, JD)	11	4.5%
Título de doctorado (por ejemplo: PhD, EdD).	23	9.5%
<b>Total general</b>	<b>243</b>	<b>100.0%</b>
Nota: La base numérica de estas medidas son el total de personas en la muestra		

Q35 - Género con el que se identifica		
	Frecuencia	Porcentaje
Hombre	87	35.8%
Mujer	146	60.1%
Transgénero / Queer / No binario	6	2.5%
No deseo especificar	4	1.6%
<b>Total general</b>	<b>243</b>	<b>100.0%</b>
Nota: La base numérica de estas medidas son el total de personas en la muestra		

Q37_a - A. Jornales, sueldos/salarios, comisiones, bonos o propinas de todos los empleos. Informe la cantidad antes de aplicarse las deducciones por impuestos, bonos, cuotas y otras cosas.		
	Frecuencia	Porcentaje
No	127	52.3%
Sí	106	43.6%
No responde	10	4.1%
<b>Total</b>	<b>243</b>	<b>100.0%</b>

Q37_a. A Jornales, sueldos/salarios, comisiones, bonos o propinas de todos los empleos.	
Promedio	Mediana
\$ 22,989	\$ 18,000
Nota: La base numérica de esta tabla son 100 personas que respondieron esta pregunta	

Q37_b - B. Ingreso de empleo por cuenta propia en su negocio no agrícola o finca comercial, ya sea como propietario único o en sociedad.		
	Frecuencia	Porcentaje
Sí	108	44.4%
No	105	43.2%
Pérdida	20	8.2%
No responde	10	4.1%
<b>Total general</b>	<b>243</b>	<b>100.00%</b>
Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas en la muestra		

<b>Q37_b - B. Ingreso de empleo por cuenta propia en su negocio no agrícola o finca comercial, ya sea como propietario único o en sociedad</b>		
	<b>Media</b>	<b>Mediana</b>
Pérdida	\$ -8920	\$ -3500
Sí	\$ 13,507.00	\$ 5,500.00
<b>Total</b>	<b>\$ 10,607.00</b>	<b>\$ 4,100.00</b>
Nota: La base numérica de esta tabla son 116 personas que respondieron esta pregunta		

<b>Q37_c - C. Alguna otra fuente de ingreso recibido regularmente, NO incluya pagos de mayor cantidad recibidos una sola vez, tal como dinero de una herencia o venta de una casa.</b>		
	<b>Frecuencia</b>	<b>Por ciento</b>
No	189	77.8%
Sí	42	17.3%
No responde	12	4.9%
<b>Total general</b>	<b>243</b>	<b>100.0%</b>

<b>Q37_c - C. Alguna otra fuente de ingreso recibido regularmente, NO incluya pagos de mayor cantidad recibidos una sola vez, tal como dinero de una herencia o venta de una casa.</b>	
<b>Media</b>	<b>Mediana</b>
\$9,094	\$3,000
Nota: La base numérica de estas medidas son las 37 personas que respondieron esta pregunta y reciben alguna otra fuente de ingreso de forma regular	

<b>INGRESO TOTAL (SALARIO, CUENTA PROPIA Y OTROS INGRESOS)</b>	
<b>Media</b>	<b>Mediana</b>
\$22,317	\$17,840
Nota: La base numérica de estas medidas son personas que respondieron a la preguntas A y/o B y/o C	

<b>Q38 - ¿Cuál es su estado civil?</b>		
	<b>Frecuencia</b>	<b>Por ciento</b>
Soltero/a	95	39.1%
Casado/a actualmente	68	28.0%
Conviviendo/No casado/a	34	14.0%
Divorciado/a	33	13.6%
Separado/a	8	3.3%
Viudo/a	5	2.1%
<b>Total general</b>	<b>243</b>	<b>100.0%</b>
Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas en la muestra		

<b>Q39 - FIRST - ¿Cuál es su lugar de residencia?</b>		
	<b>Frecuencia</b>	<b>Por ciento</b>
Estados Unidos	7	2.9%
Puerto Rico	236	97.1%
<b>Total general</b>	<b>243</b>	<b>100.0%</b>
Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas en la muestra		

<b>Q40 - En términos de raza, ¿usted se considera?</b>		
	<b>Frecuencia</b>	<b>Por ciento</b>
Blanco	86	44.8%
Moreno claro	37	19.3%
Negro	23	12.0%
Moreno oscuro	13	6.8%
Otro	33	17.2%
<b>Total general</b>	<b>192</b>	<b>100.0%</b>
Nota: La base numérica de esta tabla son las 192 personas que respondieron esta pregunta		

Q1 - ¿Qué sector describe mejor su PRINCIPAL entidad o proyecto artístico, creativo o cultural?		
	Frecuencia	Por ciento
Artesanía	15	14.7%
Artes visuales (pintura, escultura, fotografía, videoarte, etc.)	12	11.8%
Música	11	10.8%
Artes editoriales (literatura, publicaciones, etc.)	8	7.8%
Artes escénicas (teatro, danza, etc.)	8	7.8%
Cine y audiovisual	7	6.9%
Gestión cultural	6	5.9%
Patrimonio	4	3.9%
Diseño gráfico	4	3.9%
Producción de eventos	4	3.9%
Comunicaciones	3	2.9%
Educación artística	3	2.9%
Diseño industrial	2	2.0%
Turismo cultural	2	2.0%
Curaduría	1	1.0%
Investigación y crítica	1	1.0%
Radio o televisión	1	1.0%
Trabajo en instituciones de arte y cultura	1	1.0%
Gobierno estatal o municipal	1	1.0%
Diseño de moda	1	1.0%
Gastronomía	1	1.0%
Otro	6	5.9%
<b>Total general</b>	<b>102</b>	<b>100.0%</b>

Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas en la muestra

Q2 - Podría indicarnos el tipo de empresa u organización que usted opera:		
	Frecuencia	Por ciento
Organización privada, con fines de lucro	42	41.6%
Organización sin fines de lucro	29	28.7%
Colectivo de Artistas	9	8.9%
Otro	21	20.8%
<b>Total general</b>	<b>101</b>	<b>100.0%</b>

Nota: La base numérica de esta tabla corresponde a las 101 personas que respondieron esta pregunta.

Q3 - ¿Cuál es la estructura legal de la entidad?		
	Frecuencia	Por ciento
Corporación	35	34.3%
DBA (Negocio individual)	26	25.5%
Compañía de responsabilidad limitada	12	11.8%
No aplica (N/A)	23	22.5%
Otra	6	5.9%
<b>Total general</b>	<b>102</b>	<b>100.0%</b>

Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas en la muestra

Q7 - ¿En qué fecha se creó su proyecto, empresa u organización?(Agrupación de a 10 años)		
Etiquetas de fila	Frecuencia	Por ciento
1903-1912	1	1.1%
1953-1962	1	1.1%
1963-1972	3	3.3%
1973-1982	3	3.3%
1983-1992	3	3.3%
1993-2002	7	7.6%
2003-2012	23	25.0%
2013-2022	51	55.4%
<b>Total general</b>	<b>92</b>	<b>100.0%</b>

Nota: La base numérica de esta tabla son las 92 personas que respondieron a esta pregunta

Q8 - ¿Está incorporada su empresa u organización?		
	Frecuencia	Por ciento
Sí	56	54.9%
No	41	40.2%
No sabe/ No recuerda	5	4.9%
<b>Total general</b>	<b>102</b>	<b>100.0%</b>

Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas en la muestra



<b>Q10-Seleccione un máximo de tres lugares principales (estados y/o municipios) a los que su entidad ha impactado directamente</b>		
	Frecuencia	Por ciento
San Juan	61	59.8%
Ponce	13	12.7%
Bayamón	12	11.8%
Caguas	10	9.8%
Mayagüez	10	9.8%
Carolina	7	6.9%
Guaynabo	6	5.9%
Sabana Grande	6	5.9%
Dorado	5	4.9%
Orocovis	5	4.9%
San Germán	5	4.9%
Aguadilla	4	3.9%
Guayama	4	3.9%
Loíza	4	3.9%
Vega Baja	4	3.9%
Florida	4	3.9%
Nueva York	4	3.9%
Adjuntas	3	2.9%
Arecibo	3	2.9%
Cayey	3	2.9%
Humacao	3	2.9%
Isabela	3	2.9%
Juana Díaz	3	2.9%
Manatí	3	2.9%
Moca	3	2.9%
Morovis	3	2.9%
Naguabo	3	2.9%
Vega Alta	3	2.9%
California	3	2.9%
Aguada	2	2.0%
Arroyo	2	2.0%
Barceloneta	2	2.0%
Barranquitas	2	2.0%

Cataño	2	2.0%
Comerio	2	2.0%
Fajardo	2	2.0%
Florida	2	2.0%
Guayanilla	2	2.0%
Lajas	2	2.0%
Las Piedras	2	2.0%
Maricao	2	2.0%
Salinas	2	2.0%
Vieques	2	2.0%
Yabucoa	2	2.0%
Yauco	2	2.0%
Miami	2	2.0%
New York	2	2.0%
Aibonito	1	1.0%
Añasco	1	1.0%
Cabo Rojo	1	1.0%
Ceiba	1	1.0%
Ciales	1	1.0%
Corozal	1	1.0%
Culebra	1	1.0%
Gurabo	1	1.0%
Guánica	1	1.0%
Hatillo	1	1.0%
Luquillo	1	1.0%
Maunabo	1	1.0%
Naranjito	1	1.0%
Río Grande	1	1.0%
San Lorenzo	1	1.0%
San Sebastián	1	1.0%
Santa Isabel	1	1.0%
Toa Baja	1	1.0%
Utua	1	1.0%
Villalba	1	1.0%
Illinois	1	1.0%
Los Angeles	1	1.0%

Louisiana	1	1.0%
Massachusetts	1	1.0%
Ohio	1	1.0%
Philadelphia	1	1.0%
Texas	1	1.0%
Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas en la muestra		

Q12 - Los servicios que ofrece su organización son brindados...		
	Frecuencia	Porcentaje
En Puerto Rico y en el extranjero	50	49.0%
Solo en Puerto Rico	52	51.0%
<b>Total general</b>	<b>102</b>	<b>100.0%</b>
Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas en la muestra		

¿Su organización cuenta con un local de venta/servicios o estudio/taller?		
	Frecuencia	Porcentaje
No	52	51.0%
Sí	50	49.0%
<b>Total general</b>	<b>102</b>	<b>100.0%</b>
Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas en la muestra		

El local, ¿es de su propiedad o alquilado?		
	Frecuencia	Porcentaje
Alquilado	23	46.0%
Propio (saldo o con hipoteca)	25	50.0%
No responde	2	4.0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100.0%</b>
Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas que mencionaron tener un local o estudio		

Q13c-En el espacio de taller, estudio o trabajo, ¿cuáles son las principales necesidades?		
	Frecuencia	Porcentaje
Equipos y materiales	41	82.0%
Mejoras a la infraestructura	27	54.0%
Tamaño del espacio	20	40.0%
Costo de alquiler	13	26.0%
Ubicación del local	8	16.0%
Otra	5	10.0%
Nota: La base numérica de esta tabla son las 50 personas mencionaron tener un local o estudio. La suma de porcentos es distinta al 100% ya que esta pregunta es de respuesta múltiple y se realiza un conteo independiente para cada una de las respuestas mencionadas		

Q13d ¿Recibe clientes en su espacio de taller, estudio o trabajo?		
	Frecuencia	Porcentaje
No	14	28.0%
Sí	36	72.0%
<b>Total general</b>	<b>50</b>	<b>100.0%</b>

Q15-a¿Con cuántos empleados(as) cuenta su organización?		
	Frecuencia	Porcentaje
No tiene empleados	50.0%	56.7%
1-4 empleados	32.2%	36.7%
5-9 empleados	12.2%	4.4%
10-50 empleados	5.6%	1.1%
Más de 50 empleados	0.0%	1.1%
<b>Total</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>
Nota: La base numérica de esta tabla son las 90 personas que respondieron esta pregunta		

Q16-De los empleados(as) con los que cuenta su organización, ¿cuántos son exentos y cuántos son no exentos?		
	Frecuencia	Por ciento
Exentos	144	48.3%
No exentos	154	51.7%
<b>Total</b>	<b>298</b>	<b>100.0%</b>
Nota: La base numérica de esta tabla son las 85 personas que respondieron a esta pregunta		

Beneficios marginales de los empleados		
	Total empleados	Por ciento
Vacaciones con paga	119	35.3%
Días de enfermedad	119	35.3%
Plan médico	95	28.2%
Plan de retiro	36	10.7%
Otros	15	4.5%
Nota: La base numérica de esta tabla son los 337 empleados que reportaron tener las organizaciones. La suma de porcentos es distinta al 100% ya que esta pregunta es de respuesta múltiple y se realiza un conteo independiente para cada una de las respuestas mencionadas		

Q19 - ¿Aproximadamente a cuántas personas ha compensado por servicios profesionales?		
Media por proyecto	Suma total	Mediana por proyecto
15	1,191	2.5
Nota: La base numérica de esta tabla son las 80 personas que respondieron a esta pregunta		

Q21 - ¿Cuenta su organización con personas que trabajan como voluntarios?		
	Frecuencia	Por ciento
No	43	42.2%
Sí	59	57.8%
<b>Total general</b>	<b>102</b>	<b>100.0%</b>
Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas en la muestra		

Q21a - ¿Cuántas personas trabajaron como voluntarios(as) en su organización durante el pasado año fiscal?		
Media por proyecto/entidad	Mediana por proyecto/entidad	Suma total de voluntarios en los proyectos
28	4	1,521
Nota: La base numérica de estas medidas son 54 de 59 personas que afirman tener personal voluntario en su organización		

Q21d - En el presente, ¿la cantidad de voluntarios que colabora en su organización es mayor, igual o menor a la cantidad de voluntarios con la que contaba hace cinco años?		
Media por proyecto/entidad	Mediana por proyecto/entidad	Suma total de voluntarios en los proyectos
4	2	200
Nota: La base numérica de estas medidas son 54 de 59 personas que afirman tener personal voluntario en su organización		

Q21c Aproximadamente, ¿qué porcentaje del total de los(as) voluntarios(as) que trabajaron en su organización en el pasado año fiscal lo hicieron por... ?	
	Por ciento
19 horas o menos al año	29.6%
20 a 39 horas al año	16.7%
40 a 74 horas al año	16.5%
75 a 124 horas al año	3.6%
125 horas a 199 horas al año	9.9%
200 a 299 horas al año	3.8%
300 horas al año o más	13.5%
<b>Total</b>	<b>93.6%</b>
Nota: La base numérica de esta tabla son las 50 personas respondieron esta pregunta. La suma de porcentos es distinta al 100% ya que algunas personas no informaron todos los porcentajes por cada categoría	

<b>Q21d - En el presente, ¿la cantidad de voluntarios que colabora en su organización es mayor, igual o menor a la cantidad de voluntarios con la que contaba hace cinco años?</b>		
	<b>Frecuencia</b>	<b>Por ciento</b>
Mayor	18	42.4%
Igual	25	30.5%
Menor	16	27.1%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100.0%</b>
Nota: La base numérica de esta tabla son 59 personas que afirman tener personal voluntario en su organización		

<b>Q22_1 - ¿Alguna mujer es parte del equipo directivo de la organización o proyecto?</b>		
	<b>Frecuencia</b>	<b>Por ciento</b>
Sí	32	76.2%
No	10	23.8%
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>100.0%</b>
Nota: La base numérica de esta tabla son las 42 personas que respondieron a esta pregunta		

		<b>Frecuencia</b>	<b>Por ciento</b>
Q22_1 - ¿Alguna persona de raza negra es parte del equipo directivo de la organización o proyecto?	Si	12	30.0%
	No	28	70.0%
Q22_1 - ¿Alguna mujer es parte del equipo de trabajo (no directivo) de la organización o proyecto?	Si	26	65.00%
	No	14	35.00%
Q22_1 - ¿Alguna persona de raza negra es parte del equipo de trabajo (no directivo) de la organización o proyecto?	Si	12	30.00%

<b>Q23 - Aproximadamente, ¿cuánto fueron las ventas (gross sales) de su establecimiento en el año 2021?</b>		
	<b>Frecuencia</b>	<b>Por ciento</b>
\$49,999 o menos	55	53.9%
\$50,000 a \$99,999	6	5.9%
\$150,000 a \$199,999	2	2.0%
\$200,000 a \$249,999	2	2.0%
\$300,000 a \$399,999	1	1.0%
\$400,000 a \$499,999	1	1.0%
\$500,000 a \$599,999	1	1.0%
\$1,000,000 a \$1,999,999	1	1.0%
\$2,000,000 a \$2,999,999	1	1.0%
\$4,000,000 o más	2	2.0%
No desea indicar	17	16.7%
No sabe	13	12.7%
<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100.0%</b>
Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas que mencionaron tener un local o estudio		

<b>Q24-Del total de ingresos que recibe su organización, qué por ciento corresponde a:</b>	
	<b>Por ciento</b>
Ingresos por servicios prestados	40.8%
Ingreso neto por ventas o servicio	26.3%
Donativos/auspicios privados	12.8%
Asignaciones o donativos de fundaciones sin fines de lucro	8.6%
Asignaciones o donativos del Gobierno Municipal y/o Federal	4.8%
Asignaciones o donativos del Instituto de Cultura de Puerto Rico	0.8%
Otros ingresos	6.3%
<b>Total</b>	<b>100.0%</b>
Nota: La base numérica de esta tabla son las 94 personas que respondieron a esta pregunta	

Q26-Del total de gastos en los que incurre su organización, qué por ciento corresponde a...	
	Por ciento
Servicios profesionales	30.2%
Materiales	19.5%
Nómina y beneficios marginales	14.2%
Utilidades (Agua, luz, gas, etc)	6.2%
Promoción y mercadeo	5.8%
Renta	5.4%
Celulares, Telefonía y Comunicaciones	5.1%
Seguros	1.7%
IVU	0.9%
Impuestos a la propiedad	0.1%
Otros gastos	11.1%
<b>Total</b>	<b>100.0%</b>
Nota: La base numérica de esta tabla son las 92 personas que respondieron a esta pregunta	

		Frecuencia	Por ciento
Q27 - Federal Sección 501 c(3)	Sí	26	25.5%
	No	41	40.2%
	No sabe	28	27.5%
	No responde	7	6.9%
	<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100.0%</b>
Q27 - Estatal (Sección 1101)	Sí	27	26.5%
	No	27	26.5%
	No sabe	30	29.4%
	No responde	18	17.6%
	<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100.0%</b>
Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas en la muestra			

Q28 - ¿Alguno de sus productos pudiese ser protegido por la ley de propiedad intelectual (patente, derechos de autor, registro de marca o "trademark")?		
	Frecuencia	Por ciento
Sí	76	74.5%
No	14	13.7%
No sabe	12	11.8%
<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100.0%</b>
Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas en la muestra		

Q29 - ¿Cuál es el estatus de la propiedad intelectual de este producto?		
	Frecuencia	Por ciento
La patente, copyright o trademark fue aprobada	12	15.8%
La patente, copyright o trademark fue solicitada	8	10.5%
No se ha solicitado patente, copyright o trademark	48	63.2%
No sabe	8	10.5%
<b>Total</b>	<b>76</b>	<b>100.0%</b>
Nota: La base numérica de esta tabla son las 76 personas cuyos productos pudiesen ser protegido por la ley de la propiedad intelectual		

Q30 - ¿Por qué no ha solicitado protección a su propiedad intelectual?		
	Frecuencia	Por ciento
No le interesa	7	14.6%
No sabe cómo hacerlo	26	54.2%
Otro	15	31.3%
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100.0%</b>
Nota: La base numérica de esta tabla son las 48 personas cuyos productos pudiesen ser protegido por la ley de la propiedad intelectual pero no han solicitado la patente		

<b>Q32 ¿Cómo usted describiría el nivel de avance en Puerto Rico con respecto a los siguientes aspectos y el desarrollo de las empresas u organizaciones culturales?</b>			
		<b>Frecuencia</b>	<b>Por ciento</b>
Q32 - Acceso a financiamiento	Excelente o bueno	7	7.3%
	Regular	42	43.8%
	Malo o pésimo	<b>47</b>	<b>49.0%</b>
	<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100.0%</b>
Q32 - Acceso a mercados	Excelente o bueno	14	15.2%
	Regular	45	48.9%
	Malo o pésimo	<b>33</b>	<b>35.9%</b>
	<b>Total</b>	<b>92</b>	<b>100.0%</b>
Q32 - Innovación	Excelente o bueno	29	33.7%
	Regular	33	38.4%
	Malo o pésimo	<b>24</b>	<b>27.9%</b>
	<b>Total</b>	<b>86</b>	<b>100.0%</b>
Q32 - Promoción	Excelente o bueno	29	32.2%
	Regular	36	40.0%
	Malo o pésimo	25	27.8%
	<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>100.0%</b>
Q32 - Permisología	Excelente o bueno	11	12.6%
	Regular	21	24.1%
	Malo o pésimo	55	63.2%
	<b>Total</b>	<b>87</b>	<b>100.0%</b>
Q32 - Exportación	Excelente o bueno	18	22.0%
	Regular	41	50.0%
	Malo o pésimo	23	28.0%
	<b>Total</b>	<b>82</b>	<b>100.0%</b>
Q32 - Participación del Gobierno	Excelente o bueno	6	7.1%
	Regular	22	25.9%
	Malo o pésimo	57	67.1%
	<b>Total</b>	<b>85</b>	<b>100.0%</b>

Q32 - Participación del sector privado	Excelente o bueno	22	26.2%
	Regular	46	54.8%
	Malo o pésimo	16	19.0%
	<b>Total</b>	<b>84</b>	<b>100.0%</b>

<b>Q33 - ¿Ha recibido ayuda económica o financiera en la pandemia por alguna entidad privada?</b>		
	<b>Frecuencia</b>	<b>Por ciento</b>
No	83	81.4%
Sí	19	18.6%
<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100.0%</b>
Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas en la muestra		

<b>Q34 - ¿Ha recibido ayuda económica o financiera en la pandemia por alguna entidad pública?</b>		
	<b>Frecuencia</b>	<b>Por ciento</b>
No	62	60.8%
Sí	40	39.2%
<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100.0%</b>
Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas en la muestra		

<b>Q35 - ¿Cuenta su proyecto, organización o empresa con un plan estratégico o de negocios?</b>		
	<b>Frecuencia</b>	<b>Por ciento</b>
Sí	45	44.1%
No	48	47.1%
No sabe	9	8.8%
<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100.0%</b>
Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas en la muestra		

<b>Q35a - ¿Quién preparó este plan estratégico o de negocios?</b>		
	<b>Frecuencia</b>	<b>Por ciento</b>
La organización	30	66.7%
Consultor o Empresa de consultoría	2	4.4%
Universidad	2	4.4%
Entidad gubernamental	1	2.2%
Otro	9	20.0%
No responde	1	2.2%
<b>Total</b>	<b>45</b>	<b>100.0%</b>
La base numérica de esta tabla son las 45 personas que indican que su proyecto, organización o empresa cuenta con un plan estratégico o de negocios		

<b>Q36c - Su proyecto u organización tiene:</b>		
	<b>Frecuencia</b>	<b>Por ciento</b>
Cuenta en Facebook	91	89.2%
Cuenta en Instagram	64	62.7%
Página web (distinta a redes sociales)	62	60.8%
Whatsapp	43	42.2%
Cuenta en Twitter	25	24.5%
Cuenta en LinkedIn	21	20.6%
Cuenta en TikTok	12	11.8%
Otro	6	5.9%
Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas en la muestra. La suma de porcentos es distinta al 100% ya que algunas personas no informaron todos los porcentajes por cada categoría		

<b>Q36b-¿Qué medios de publicidad utiliza para mercadear su proyecto, organización o empresa?</b>		
	<b>Frecuencia</b>	<b>Por ciento</b>
Facebook	91	89.2%
Promoción de boca a boca	76	74.5%
Instagram	68	66.7%
Internet	67	65.7%
Presencia en exhibiciones ferias y festivales	47	46.1%
Flyers / tarjetas de presentación	38	37.3%
Twitter	22	21.6%
Periódico	17	16.7%
Radio	15	14.7%
TikTok	13	12.7%
TV	9	8.8%
Otro	9	8.8%
Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas en la muestra. La suma de porcentos es distinta al 100% ya que algunas personas no informaron todos los porcentajes por cada categoría		

<b>Q36c - Su proyecto u organización tiene:</b>		
	<b>Frecuencia</b>	<b>Por ciento</b>
Cuenta en Facebook	91	89.2%
Cuenta en Instagram	64	62.7%
Página web (distinta a redes sociales)	62	60.8%
Whatsapp	43	42.2%
Cuenta en Twitter	25	24.5%
Cuenta en LinkedIn	21	20.6%
Cuenta en TikTok	12	11.8%
Otro	6	5.9%
Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas en la muestra. La suma de porcentos es distinta al 100% ya que algunas personas no informaron todos los porcentajes por cada categoría		

<b>Q38 - ¿Usted, su empresa o negocio maneja y usa la información estadística que proviene de su actividad?</b>		
	<b>Frecuencia</b>	<b>Por ciento</b>
Sí	59	59.0%
No	41	41.0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100.0%</b>
Nota: La base numérica de esta tabla son las 100 personas que respondieron a la pregunta		

<b>Q39 - ¿Cómo usted evalúa el nivel de demanda por los bienes y servicios que ofrece su proyecto actualmente?</b>		
	<b>Frecuencia</b>	<b>Por ciento</b>
Más que suficiente (superiores al nivel normal)	9	8.8%
Suficientes (nivel normal para la temporada)	52	51.0%
Insuficientes (por debajo del nivel normal)	41	40.2%
<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100.0%</b>
Nota: La base numérica de esta tabla es el total de personas en la muestra		

		<b>Frecuencia</b>	<b>Por ciento</b>
<b>Q40</b> - Durante los pasados doce meses, los ingresos en su proyecto han...	Aumentado	31	30.4%
	Permanecido igual	30	29.4%
	Disminuido	41	40.2%
	<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100.0%</b>
<b>Q41</b> - Durante los pasados doce meses, el nivel de empleo de su proyecto ha...	Aumentado	17	16.7%
	Permanecido igual	52	51.0%
	Disminuido	33	32.4%
	<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100.0%</b>
<b>Q42</b> - Durante los próximos doce meses, espera que los ingresos en su proyecto...	Aumenten	76	74.5%
	Permanezca igual	21	20.6%
	Disminuyan	5	4.9%
	<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100.0%</b>
<b>Q43</b> - Durante los próximos doce meses, espera que el nivel de empleados en su proyecto...	Aumente	53	52.0%
	Permanezca igual	43	42.2%
	Disminuya	6	5.9%
	<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100.0%</b>
<b>Q44</b> - Dentro de los próximos doce meses, la situación económica general de Puerto Rico será...	Mejor	19	18.6%
	Igual	35	34.3%
	Peor	48	47.1%
	<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100.0%</b>



**Indique cuáles de los siguientes factores son los más que han afectado las operaciones de su negocio durante los pasados doce meses, si alguno.**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Demanda insuficiente	34	33.3%
Costos de financiamiento	32	31.4%
Problemas financieros	30	29.4%
Escasez de material y equipo	28	27.5%
Costo de la mano de obra	27	26.5%
Escasez de fuerza trabajadora	18	17.6%
Acceso a crédito bancario	16	15.7%
Nivel de competencia en el propio sector	14	13.7%
Otro	25	24.5%

