

***ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO ECONOMICO DE LA CULTURA Y
EL DEPORTE - RECREACION EN SANTIAGO DE CALI***

MARIBEL RUIZ SEGURA

***CORPORACION UNIVERSITARIA AUTONOMA DE OCCIDENTE
DIVISION DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES
PROGRAMA ECONOMIA
SANTIAGO DE CALI
2000***

**ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO ECONOMICO DE LA CULTURA Y
EL DEPORTE - RECREACION EN SANTIAGO DE CALI**

**MARIBEL RUIZ SEGURA
CODIGO 955814**

Trabajo de grado para optar al titulo de Economista

Director
ROMMEL SELADA CAÑAVERAL

**CORPORACION UNIVERSITARIA AUTONOMA DE OCCIDENTE
DIVISION DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES
PROGRAMA ECONOMIA
SANTIAGO DE CALI
2.000**

NOTA DE ACEPTACION

*Aprobado por el Comité de Grado en
Cumplimiento de los requisitos
Exigidos por la Corporación
Universitaria Autónoma de
Occidente para optar al título de
Economista.*

HERNAN TANGARIFE_____

Jurado

EDGAR MAYA_____

Jurado

Santiago de Cali, septiembre de 2.000

CONTENIDO

		PAG
	<i>Resumen</i>	20
0.0	<i>INTRODUCCION</i>	22
0.1	<i>OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION</i>	25
0.1.1	<i>General</i>	25
0.1.2	<i>Específicos</i>	25
0.2	<i>JUSTIFICACION</i>	26
0.3	<i>LIMITACIONES U OBSTACULOS</i>	27
1.0	<i>MARCO CONCEPTUAL</i>	29
2.0	<i>DISEÑO METODOLÓGICO</i>	37
2.1	<i>TIPO DE ESTUDIO</i>	37
2.2	<i>UNIDAD DE ANALISIS</i>	37
2.3	<i>TECNICAS DE RECOLECCION Y ANALISIS DE DATOS</i> ...	37
3.0	<i>CARACTERIZACION ECONOMICA Y COMPORTAMIENTO DE LA CULTURA Y EL DEPORTE – RECREACION EN CALI.</i>	39
3.1	<i>DESCRIPCION GENERAL DE LA ECONOMIA CALEÑA. ...</i>	39
3.2	<i>DESCRIPCION SOCIAL DE SANTIAGO DE CALI</i>	45
3.3	<i>CARACTERIZACION CULTURAL EN CALI.</i>	49

	PAG
3.3.1	<i>Década de 1970.</i> 49
3.3.2	<i>Década de 1980.</i> 52
3.3.3	<i>Década de 1990.</i> 54
3.4	CARACTERIZACION DEL DEPORTE - RECREACION EN CALI. 58
3.4.1	<i>Década de 1970.</i> 58
3.4.2	<i>Década de 1980.</i> 61
3.4.3	<i>Década de 1990.</i> 63
3.5	COMPORTAMIENTO DEL DESARROLLO CULTURAL EN CALI. 66
3.5.1	<i>Década de 1970.</i> 66
3.5.2	<i>Década de 1980.</i> 69
3.5.3	<i>Década de 1990.</i> 71
3.6	COMPORTAMIENTO DEL DESARROLLO DEPORTIVO – RECREATIVO EN CALI. 73
3.6.1	<i>Década de 1970.</i> 73
3.6.2	<i>Década de 1980.</i> 76
3.6.3	<i>Década de 1990.</i> 77
4.0	EFECTO DE LA CULTURA Y EL DEPORTE – RECREACION EN EL PROGRESO Y DESARROLLO ECONOMICO DE LA CIUDAD. 79

PAG

4.1	<i>ANALISIS COMPARATIVO ENTRE EL EFECTO ECONOMICO DADO EN CALI A TRAVES DE EVENTOS CULTURALES Y DEPORTIVOS – RECREATIVOS, Y EL IMPACTO DADO EN OTRAS CIUDADES DEL MUNDO...</i>	79
4.1.1	<i>Cultura.</i>	79
4.1.1.1	<i>Cali.</i>	79
4.1.1.2	<i>New York.</i>	83
4.1.1.3	<i>Bogotá.</i>	85
4.1.2	<i>Deporte – Recreación.</i>	86
4.1.2.1	<i>Cali.</i>	86
4.1.2.1.1	<i>VI juegos panamericanos.</i>	86
4.1.2.1.2	<i>Juegos del pacífico.</i>	95
4.1.2.2	<i>Barcelona.</i>	96
4.1.2.3	<i>Orlando.</i>	96
4.1.2.4	<i>Ciudades brasileiras.</i>	96
4.2	<i>PRESUPUESTO DE LAS ENTIDADES ENCARGADAS DE LA CULTURA EN CALI.</i>	98
4.3	<i>GASTO PUBLICO A FAVOR DE LA CULTURA EN CALI.</i>	101
4.4	<i>CONTRIBUCION DE LA CULTURA A LA RIQUEZA DE LA CIUDAD DE CALI.</i>	105

PAG

4.5	<i>PRESUPUESTO DE LAS ENTIDADES ENCARGADAS DEL DEPORTE - RECREACION EN CALI.</i>	112
4.6	<i>GASTO PUBLICO A FAVOR DEL DEPORTE - RECREACION EN CALI.</i>	116
4.7	<i>CONTRIBUCION DEL DEPORTE - RECREACION A LA RIQUEZA DE LA CIUDAD DE CALI.</i>	121
4.8	<i>GASTO DE CONSUMO CULTURAL Y DEPORTIVO – RECREATIVO DE LOS HOGARES CONTRA OTROS GASTOS DE CONSUMO EN CALI.</i>	127
4.9	<i>INVESTIGACION DE MERCADOS PARA DETERMINAR LA INCIDENCIA MICROECONOMICA DE LA CULTURA Y EL DEPORTE – RECREACION EN CALI.</i>	130
4.9.1	<i>Actividades y escenarios registrados en cámara de Comercio de Cali.</i>	131
4.9.1.1	<i>Empleos generados.</i>	136
4.9.1.2	<i>Activos generados.</i>	137
4.9.1.3	<i>Ingresos generados.</i>	139
4.9.1.4	<i>Egresos generados.</i>	140
4.9.2	<i>Encuestas.</i>	142
4.9.2.1	<i>Encuesta dirigida a población universitaria de Cali.</i>	142

PAG

4.9.2.1.1	<i>Definición del problema.</i>	142
4.9.2.1.2	<i>Hipótesis.</i>	143
4.9.2.1.3	<i>Grupo objetivo.</i>	143
4.9.2.1.4	<i>Alcance volumen de la investigación.</i>	143
4.9.2.1.5	<i>Diseño de la investigación.</i>	143
4.9.2.1.6	<i>Sistema de entrevista.</i>	144
4.9.2.1.7	<i>Plan de muestreo.</i>	144
4.9.2.1.8	<i>Objetivos de la investigación.</i>	144
4.9.2.1.9	<i>Análisis.</i>	145
4.9.2.2	<i>Encuesta dirigida a escenarios culturales y Deportivos-Recreativos.</i>	151
4.9.2.2.1	<i>Definición del problema.</i>	151
4.9.2.2.2	<i>Hipótesis.</i>	152
4.9.2.2.3	<i>Grupo objetivo.</i>	152
4.9.2.2.4	<i>Alcance volumen de la investigación.</i>	152
4.9.2.2.5	<i>Diseño de la investigación.</i>	152
4.9.2.2.6	<i>Sistema de entrevista.</i>	156
4.9.2.2.7	<i>Plan de muestreo.</i>	153
4.9.2.2.8	<i>Objetivo.</i>	153
4.9.2.2.9	<i>Análisis.</i>	153

	PAG.	
4.10	<i>IDENTIFICACIÓN DEL USO DEL TIEMPO LIBRE EN LA POBLACION CALEÑA.</i>	162
4.11	<i>MODELO ECONOMETRICO PARA CULTURA Y DEPORTE - RECREACION.</i>	163
4.11.1	<i>Planteamiento de la teoría.</i>	163
4.11.2	<i>Planteamiento del modelo.</i>	166
4.11.3	<i>Estimación del modelo econométrico.</i>	175
5.0	<i>ESTRATEGIAS CULTURALES Y DEPORTIVAS – RECREATIVAS QUE PUEDEN INCIDIR EN LA REACTIVACION ECONOMICA DE SANTIAGO DE CALI..</i>	183
5.1	<i>MATRIZ DOFA DE LA ACTIVIDAD CULTURAL EN CALI...</i>	183
5.2	<i>MATRIZ DOFA DE LA ACTIVIDAD DEPORTIVA – RECREATIVA EN CALI.</i>	183
5.3	<i>ESTRATEGIAS CULTURALES.</i>	185
5.3.1	<i>Construcción y mantenimiento de escenarios.</i>	185
5.3.2	<i>Captación de recursos financieros vía precios, tributos, presupuesto y patrocinio.</i>	187
5.3.3	<i>Capacitación del recurso humano.</i>	190
5.3.4	<i>Marketing.</i>	192
5.3.5	<i>Fomento a la industria.</i>	194
5.4	<i>ESTRATEGIAS DEPORTIVAS – RECREATIVAS.</i>	196
5.4.1	<i>Construcción y mantenimiento de escenarios.</i>	196

	PAG.
5.4.2 <i>Captación de recursos financieros vía precios, tributos, presupuesto y patrocinio.</i>	198
5.4.3 <i>Capacitación del recurso humano.</i>	200
5.4.4 <i>Marketing.</i>	202
5.4.5 <i>Fomento a la industria.</i>	203
5.5 <i>ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.</i>	205
5.6 <i>INDICADORES DE CONTROL.</i>	221
6.0 <i>CONCLUSIONES.</i>	224
7.0 <i>RECOMENDACIONES.</i>	227
<i>BIBLIOGRAFIA.</i>	230

LISTA DE TABLAS

	PAG
TABLA 1. PIB NACIONAL Y LOCAL.	40
TABLA 2. INFLACION EN SANTIAGO DE CALI (%).	42
TABLA 3. SALARIO MINIMO (\$1998 = 100).	43
TABLA 4. TASA DE DESEMPLEO EN CALI.	43
24	
TABLA 5. POBLACION DE CALI 1970 – 1999.	45
TABLA 6. POBLACION CALEÑA ANALFABETA.	46
TABLA 7. ALUMNOS MATRICULADOS EN PRIMARIA, SECUNDARIA Y UNIVERSIDAD EN CALI.	47
TABLA 8. TASA DE HOMICIDIOS EN CALI (1993 - 1997)...	48
TABLA 9. DIAGNOSTICO DE LA SITUACION Y NECESIDADES DE LOS SERVICIOS CULTURALES EN CALI, DECADA DE LOS 70´S...	51
TABLA 10. DIAGNOSTICO DE LA SITUACION Y NECESIDADES DE LOS SERVICIOS CULTURALES EN CALI, DECADA DE LOS 90´S...	55
TABLA 11. EMPLEOS DIRECTOS DE LOS EVENTOS DE LA FERIA DE CALI (1999).	80
TABLA 12. EMPLEOS INDIRECTOS DE LOS EVENTOS DE LA FERIA DE CALI (1999).	81

PAG.

TABLA 13. EMPLEOS INDIRECTOS GENERADOS EN OTROS EVENTOS DE LA FERIA DE CALI (1999).	81
TABLA 14. LISTA DE ESPECTACULOS Y PRECIOS DE BOLETAS EN CALI.	83
TABLA 15. LISTA DE ESPECTACULOS Y PRECIOS DE BOLETAS EN BROADWAY.	84
TABLA 16. INVERSIONES EN CALI DURANTE LOS VI JUEGOS PANAMERICANOS (1968 - 1971).	92
TABLA 17. PRESUPUESTO DE LA DIRECCION DE CULTURA PARA 1997.	99
TABLA 18. PRESUPUESTO DE LA DIRECCION DE CULTURA PARA 1998.	99
TABLA 19. PRESUPUESTO DE LA DIRECCION DE CULTURA PARA 1999.	100
TABLA 20. EJECUCION DE INVERSION DE LA DIRECCION DE CULTURA A DICIEMBRE 31 DE 1997.	102
TABLA 21. EJECUCION DE INVERSION DE LA DIRECCION DE CULTURA A DICIEMBRE 31 DE 1998.	103

PAG.

TABLA 22. EJECUCION DE INVERSION DE LA DIRECCION DE CULTURA A DICIEMBRE 31 DE 1999.	103
TABLA 23. CONSUMO CULTURAL EN CALI (1997 - 1999).	106
TABLA 24. MERCADO CULTURAL BRUTO EN CALI (1997 - 1999)..	107
TABLA 25. GASTO DE CONSUMO CULTURAL PRIVADO O DE LOS HOGARES EN CALI (1997 - 1999).	108
TABLA 26. CONTRIBUCION DE LA CULTURA A LA RIQUEZA DE LA CIUDAD DE CALI (1997 - 1999).	109
TABLA 27. PRESUPUESTO GENERAL (SECRETARIA DEL DEPORTE Y RECREACION) 1998.	115
TABLA 28. PRESUPUESTO GENERAL (SECRETARIA DEL DEPORTE Y RECREACION) 1999.	115
TABLA 29. GASTO EN CONSTRUCCION DE INFRAESTRUCTURA DEPORTIVA – RECREATIVA EN CALI Y SU PARTICIPACION SOBRE EL TOTAL. (1997 – 1999).	117
TABLA 30. GASTO DE FUNCIONAMIENTO DE LAS INSTALACIONES DEPORTIVAS – RECREATIVAS EN CALI Y SU PARTICIPACION SOBRE EL TOTAL. (1997 – 1999).	119
TABLA 31. OTROS GASTOS DEPORTIVOS - RECREATIVOS EN CALI.	120

PAG.

TABLA 32. CONSUMO DEPORTIVO - RECREATIVO EN CALI (1997 - 1999)	123
TABLA 33. GASTO DE CONSUMO DEPORTIVO – RECREATIVO PRIVADO O DE LOS HOGARES EN CALI (1997 - 1999).	124
TABLA 34. CONTRIBUCION DEL DEPORTE - RECREACION A LA RIQUEZA DE LA CIUDAD DE CALI	125
TABLA 35. PARTICIPACION EN EL PIB DE CALI (1998) DE SECTORES ECONOMICOS, INCLUIDO CULTURA Y DEPORTE – RECREACION.	128
TABLA 36. ALGUNAS CATEGORIAS DE GASTOS DE CONSUMO EN CALI (1997 – 1999).	129
TABLA 37. EMPLEOS GENERADOS EN ACTIVIDADES CULTURALES.	132
TABLA 38. EMPLEOS GENERADOS EN ESCENARIOS DEPORTIVOS – RECREATIVOS.	132
TABLA 39. ACTIVOS GENERADOS EN ACTIVIDADES CULTURALES	133
TABLA 40. ACTIVOS GENERADOS EN ESCENARIOS DEPORTIVOS – RECREATIVOS.	133

PAG.

TABLA 41. INGRESOS GENERADOS EN ACTIVIDADES CULTURALES.	134
TABLA 42. INGRESOS GENERADOS EN ESCENARIOS DEPORTIVOS – RECREATIVOS	134
TABLA 43. EGRESOS GENERADOS EN ACTIVIDADES CULTURALES.	135
TABLA 44. EGRESOS GENERADOS EN ESCENARIOS DEPORTIVOS – RECREATIVOS	135
TABLA 45. FRECUENCIA PORCENTUAL DE PARTICIPACION DE LOS JOVENES EN ESCENARIOS CULTURALES, POR SEXO. ...	145
TABLA 46. DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LOS GASTOS LIGADOS AL DEPORTE POR TIPO DE PRACTICANTE DEPORTIVO.	148
TABLA 47. REPARTO DE LA PARTICIPACION A ACTIVIDADES DEPORTIVAS – RECREATIVAS POR SEXO.	149
TABLA 48. NUMERO DE EVENTOS DE ALGUNOS ESCENARIOS CULTURALES 1998 – 1999.	156
TABLA 49. NUMERO DE ASISTENTES A ALGUNOS ESCENARIOS CULTURALES 1998 – 1999.	156
TABLA 50. DATOS DE OTRAS ACTIVIDADES CULTURALES.....	161

PAG.

TABLA 51. BASE DE DATOS PARA FORMULACION DE MODELO ECONOMETRICO DE CULTURA.	174
TABLA 52. BASE DE DATOS PARA FORMULACION DE MODELO ECONOMETRICO DE DEPORTE - RECREACION	175
TABLA 53. REGRESION ECONOMETRICA PARA MODELO LINEAL DE CULTURA.	176
TABLA 54. REGRESION ECONOMETRICA PARA DETERMINAR LA FORMA FUNCIONAL DEL MODELO DE CULTURA.	176
TABLA 55. REGRESION ECONOMETRICA PARA DETERMINAR LA FORMA FUNCIONAL DEL MODELO DE DEPORTE - RECREACION.	177
TABLA 56. DATOS LOGARITMICOS SOBRE CT (Stock de Cultura) Y PIB.	178
TABLA 57. REGRESION ECONOMETRICA PARA MODELO LOGARITMICO DE CULTURA.	178
TABLA 58. REGRESIÓN ECONOMETRICA PARA MODELO LINEAL DE DEPORTE – RECREACIÓN.	180

LISTA DE FIGURAS

	PAG.
FIGURA 1. PARTICIPACION EN EL PIB. SEGÚN ACTIVIDAD ECONOMICA. CALI – 1996.	41
FIGURA 2. DESEMPLEADOS POR SITUACION OCUPACIONAL Y ACTIVIDAD ECONOMICA ANTERIOR. CALI MARZO 1999.	44
FIGURA 3. ORGANIGRAMA DE LA DIRECCION MUNICIPAL DE CULTURA.	206
FIGURA 4. ORGANIGRAMA PROPUESTO PARA LA DIRECCION MUNICIPAL DE CULTURA.	208
FIGURA 5. ORGANIGRAMA DE LA SECRETARIA DEL DEPORTE Y RECREACION.	210
FIGURA 6. ORGANIGRAMA PROPUESTO PARA LA SECRETARIA DEL DEPORTE Y RECREACION.	219

LISTA DE ANEXOS

	PAG.
ANEXO 1. INVENTARIO CULTURAL DE CALI EN LOS 90'S.....	235
ANEXO 2. INVENTARIO DEPORTIVO – RECREATIVO DE CALI EN LOS 90'S.	236
ANEXO 3. ENCUESTA DIRIGIDA A POBLACION UNIVERSITARIA DE CALI.	238
ANEXO 3.1 ENCUESTA SOBRE PRACTICA DEPORTIVA – RECREATIVA.	238
ANEXO 3.2 ENCUESTA SOBRE PRACTICA CULTURAL.	239
ANEXO 4. ENCUESTA DIRIGIDA A ESCENARIOS CULTURALES Y DEPORTIVOS –RECREATIVOS EN CALI.	241
ANEXO 4.1 ENCUESTA ACTIVIDAD CULTURAL.	241
ANEXO 4.2 ENCUESTA ACTIVIDAD DEPORTIVA – RECREATIVA. ..	244
ANEXO 5. MATRIZ DOFA PARA LA ACTIVIDAD CULTURAL EN CALI.	245
ANEXO 6. MATRIZ DOFA PARA LA ACTIVIDAD DEPORTIVA - RECREATIVA EN CALI.	249

AGRADECIMIENTOS

Es muy importante para mí dar las gracias a la fuerza divina y a todas aquellas personas que me han ayudado a culminar este trabajo.

Mi gratitud, ante todo, a Dios por darme bendiciones día a día para llevar a cabo mi tarea. A mis padres y hermana por su paciencia y voces de aliento.

A la Ingeniera Lina Valencia por su gran colaboración durante el tiempo que fue mi jefe, por su calidad humana y por saber como transformar una simple idea en un importante estudio.

Gracias a los Licenciados Horacio Parra, Luis Enrique Suarez, Avelino Martínez y Rommel Selada quienes dedicaron gran parte de su tiempo para colaborarme en la realización de esta tesis.

Finalmente doy gracias a la Universidad Autónoma de Occidente por brindarme las bases académicas y humanas para convertirme en profesional.

Sin ellos, el presente trabajo nunca hubiera visto la luz.

RESUMEN

La Cultura y el Deporte - Recreación, son sectores que a través del tiempo se han constituido como signo de identidad de Cali y sus pobladores, lo cual incide directamente en la constitución de industrias encargadas de generar productos y servicios culturales, y productos y servicios deportivos - recreativos que satisfacen esa continua necesidad de esparcimiento.

Esa producción de bienes y servicios culturales y deportivos - recreativos constituyen sin duda una actividad económica que necesita ser reconocida como parte de las cuentas económicas nacionales y regionales. En este sentido surge la idea de realizar el presente estudio, cuyo objetivo es analizar el comportamiento económico de la Cultura y el Deporte - Recreación y su incidencia en el desarrollo económico y social de Santiago de Cali.

En la Secretaría de Fomento Económico y Competitividad, para cumplir dicho propósito, se evaluaron presupuestos, gasto público, gasto privado, ingresos, activos, egresos, empleos generados por las actividades en mención y su contribución a la riqueza de la ciudad. Información que resultó relevante para formular estrategias culturales y deportivas - recreativas que incidan en la reactivación económica de Santiago de Cali.

Por tal razón se presentan, en la parte final del estudio, unas alternativas de solución a la recesión económica de la ciudad agrupadas en 5 factores estratégicos fundamentales, como son: construcción y mantenimiento de infraestructura, captación de recursos vía precios, tributos, patrocinio y presupuesto; capacitación del recurso humano, marketing a las actividades y, fomento a la industria, todos estos enfocados hacia el sector cultural y deportivo - recreativo de la ciudad de Santiago de Cali.

0.0 INTRODUCCION

A inicios de la década de los 90's, Santiago de Cali era considerada como una de las ciudades con mayor perspectiva de prosperidad en el país. Sus niveles de consumo llegaron a registrar porcentajes superiores a los nacionales alcanzando el 8% con respecto al crecimiento del PIB. Este consumo en 1990 era del 1.4%, en 1994 era del 8.4%, el más alto en la historia vallecaucana, y en 1995 fue del 3.5%.¹

Pero a partir de 1995, la economía caleña comenzó a mostrar "señales" de recesión, los indicadores económicos señalaban que cada vez más se estaba ante una situación recesiva con dinámica cuasi - explosiva que afectaba a todos los sectores de la economía local, haciendo que la riqueza de la ciudad se haya reducido considerablemente en términos reales, y que su recuperación sea más lenta. El desempeño económico general ha sido negativo desde este año, incrementando el desempleo y desmejorando las condiciones sociales de la ciudad, lo cual podrá apreciarse en la descripción general de la economía caleña que se realiza en la primera parte de este trabajo.

¹ ALCALDIA DE SANTIAGO DE CALI. Cali, datos y cifras 1998.

Por lo anterior, Santiago de Cali se ha convertido en base de estudio para muchos analistas económicos que pueden observar, a partir de los índices económicos mostrados durante la década, el gran cambio de una ciudad próspera y prometedora a una ciudad con un caos económico desmotivante y preocupante. De tal forma, resulta conveniente hacer una lectura de la ciudad e incluir en el enfoque económico, otras actividades que no han sido estudiadas desde el punto de vista económico. Un ejemplo de ello es la Cultura Y el Deporte - Recreación como actividades que mueven la economía y el empleo y que pueden ser jalonadores de los mismos.

Dado lo anterior, en la Secretaría de Fomento Económico y Competitividad de la Alcaldía de Santiago de Cali, se conformó un equipo de trabajo con 3 funcionarios de la Secretaría y una estudiante de Economía de la Universidad Autónoma de Occidente para que se realizara una estrategia de desarrollo para Cali, tomando como prioridad el tema de REACTIVACION ECONOMICA Y GENERACION DE EMPLEO.

El estudio planteado se realizó bajo la modalidad de Tesis de grado, con la participación y presencia activa en el equipo de trabajo de la Secretaría durante un periodo de seis meses, periodo en el cual se ejecutaron una serie de investigaciones en los tópicos de : Cultura y Deporte – Recreación para incluir un análisis sobre la caracterización y comportamiento económico de estas actividades, identificando acciones concretas que permitan en el corto

y mediano plazo el diseño e implementación de estrategias que contribuyan, de alguna manera, a la reactivación económica de la ciudad; dado el buen papel que pueden desarrollar el sector cultural y deportivo – recreativo en la sociedad, generando un impacto directo en el desarrollo económico de la ciudad.

La meta del estudio es la de proporcionar una fuente de referencia para trabajos posteriores que deseen incluir dentro de un enfoque económico más profundo actividades como la Cultura y el Deporte – Recreación. Para cumplir esta meta, el contenido está diseñado con un enfoque hacia:

- ***Descripción*** : *Situación estructural que ha presentado y presenta la Cultura y el Deporte – Recreación de la ciudad de Cali.*
- ***Asuntos económicos*** : *Reconocer las variables económicas que giran en torno a estas actividades.*
- ***Profesionales económicos y responsables de la Cultura y el Deporte – Recreación*** : *Para que no limiten el desarrollo de estas actividades solo hacia un enfoque sico – social, sino hacia uno socio – económico.*
- ***Problemas específicos***: *El contenido está organizado alrededor de determinar si la Cultura y el Deporte – Recreación son factores importantes en el desarrollo económico de Cali, para cuyo efecto se han diseñado unas estrategias para mejorar este desarrollo.*

Por consiguiente el trabajo proporciona una investigación amplia para reconocer el comportamiento económico de la Cultura y el Deporte – Recreación, sirviendo como impulso a trabajos posteriores que incluyan una visión más extensa de la ciudad.

0.1 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

0.1.1 GENERAL

Analizar el comportamiento económico de la Cultura, el Deporte y la Recreación y su incidencia en el desarrollo económico y social de Santiago de Cali.

0.1.2 ESPECIFICOS

- 1. Realizar un diagnóstico sobre la estructura cultural Y deportiva - recreativa de la ciudad, en las décadas de los 70's, 80's y 90's.*
- 2. Realizar un análisis comparativo con otras ciudades del mundo con respecto al desarrollo económico generado a través de la realización de eventos culturales y deportivos.*
- 3. Determinar y asociar algunas variables económicas que se generan alrededor de la cultura y el deporte - recreación.*
- 4. Determinar la incidencia microeconómica de la Cultura y el Deporte - Recreación.*
- 5. Identificar el uso del tiempo libre en la población caleña.*

6. *Diseñar estrategias culturales y deportivas - recreativas que incidan en la reactivación económica de la ciudad.*
7. *Elaborar la estructura administrativa que permita la implementación de las estrategias.*
8. *Elaborar indicadores de control de gestión.*

0.2 JUSTIFICACION

La importancia del estudio radica en presentar una nueva visión económica, apartándonos de las variables y actividades que siempre han sido incluidas en los modelos y análisis económicos, donde actividades que sólo han sido consideradas dentro de las relaciones sociales, pueden llegar a generar impactos de tipo económico en la sociedad.

Es necesario reconocer que la Cultura y el Deporte – Recreación son actividades importantes para el desarrollo industrial y que por si solas son y constituyen un sector industrial muy importante en la participación en el PIB de diferentes países del mundo.

Estas actividades son fenómenos sociales que tienen bases materiales, económicas y políticas. Son prácticas que se ejercen en ciertos lugares, que necesitan administradores, reglamentos, dinero, tiempo, publicidad, educación, etc.; y que ameritan el análisis económico para observar su

comportamiento en la sociedad y a partir de ello elaborar acciones de intervención que contribuyan a la generación de empleo como estrategia de reactivación económica.

Cali y su situación económica actual, requieren urgentemente identificar sectores que faciliten soluciones de corto, mediano y largo plazo para superar esta coyuntura.

0.3 LIMITACIONES U OBSTACULOS

En la realización de la investigación se constató que no existe información económica de la Cultura, los deportes y la recreación actualizada.

No existe un sistema de información centralizado, con los datos y cifras de asistencias, cantidad de eventos, ingresos, gastos, empleos, etc., que permitan realizar estudios, indicadores y comparaciones bien sustentadas y confiables sobre la Cultura y el Deporte – Recreación.

Los escenarios culturales y Deportivos – Recreativos, no respondieron a la solicitud de la Secretaría de Fomento Económico y Competitividad de contestar las encuestas formuladas para obtener información económica, generada por esos escenarios y aquellos que si lo hicieron entregaron la encuesta con respuestas incompletas. Esta situación limitó la accesibilidad a

la información y la visión económica real, precisa y sustentable que pudo haberse generado con una respuesta total por parte de los escenarios mencionados.

1.0 MARCO CONCEPTUAL

La historia es importante no sólo porque se puede aprender del pasado, sino también porque el presente y el futuro están conectados al pasado por obra de la continuidad de las instituciones de una sociedad².

Es innegable que las instituciones, entendidas como cada una de las organizaciones y establecimientos fundamentales de una nación que dan forma a la interacción humana, afectan el desempeño de la economía. Tampoco se puede negar que el desempeño diferencial de las economías a lo largo del tiempo está influido fundamentalmente por el modo en que evolucionan las instituciones, ya que dentro de su configuración, llegan a afectar el desempeño de la economía, estructuran incentivos en el intercambio humano, sea político, social o económico.

Podría decirse que las instituciones afectan el desempeño de la economía debido a que generan un efecto sobre la producción de cualquier bien o servicio. Junto con la tecnología empleada, sea blanda o dura, determinan los costos de transacción y transformación (producción) que constituyen los

² DOUGLASS C. NORTH. *instituciones, cambio institucional y desempeño económico*

costos totales.

Es importante anotar que las Instituciones pueden ser: financieras, educativas de salud, sociales, públicas, privadas; instituciones culturales, deportivas y recreativas (objetos de estudio del presente trabajo), etc., y que todas en su conjunto o independientemente tienen como función principal reducir la incertidumbre estableciendo una estructura estable de la interacción humana, partiendo de acuerdos, códigos de conducta y normas de comportamiento; pasando por leyes estatutarias, derecho escrito y contratos entre individuos, proceso en el cual las Instituciones han evolucionado, evolución que no se ve representada, en muchos casos, en la eficiencia deseada.

Las actividades del complejo cultural son las más dinámicas. Hoy en día en el mundo son las que crecen a ritmos más altos. El principal rubro de exportación de EE.UU., la primera economía del mundo, son los productos audiovisuales. Cuando hay crisis también son los que caen más rápidamente que el resto de actividades porque no se inscriben estrictamente en los consumos básicos.

Los estudios recientes sobre la vida cultural de la población en su conjunto ponen cada vez más de manifiesto la importancia de los productos culturales fabricados industrialmente para el acceso de todos a la cultura.

El análisis cultural basado en instrumentos económicos puede tener 2 momentos. El primero, identificado por la simple utilización de herramientas económicas para el análisis de los fenómenos culturales, en los cuales la economía aporta algunas variables como la información sobre consumo, producción e inversión permitiendo conocer mejor la dimensión social de los hechos culturales en términos económicos. Este momento se caracteriza por aportar información relevante y contribuir al análisis de los contenidos temáticos de los productos culturales. El segundo momento del desarrollo de la economía de la cultura como enfoque, lo constituye el intento de construcción de un arsenal de instrumentos teóricos y empíricos específicos propios, que permitan definir un ámbito metodológico de análisis y por consiguiente una perspectiva propia de la realidad.

En esta línea de ideas, entonces es posible definir la economía de la cultura como la existencia de un ámbito de la sociedad con especificidades económicas propias en su proceso de producción, distribución, intercambio y consumo, que requieren para su efectiva comprensión del desarrollo de instrumentos teóricos y metodológicos específicos.

El análisis económico de la cultura ha sido un área poco estudiada que solo en los últimos años ha constituido un ámbito de reflexión en los sectores académicos, gubernamentales o empresariales, en parte por la nueva dimensión económica que está significando. La producción cultural

representa en algunos países como España el 4.5% del PIB y en algunas ciudades o regiones de otros países es aún mayor, superando una amplia cantidad de ramas industriales y/o sectores económicos tradicionalmente abordados.

Surge otro concepto, entonces, el de la industria cultural. Término acuñado en 1947 por Máx Horkheimer y Theodor Adorno – filósofos de la escuela de Francfort, para referirse a la cultura de masa, característica de la sociedad de consumo. Estos filósofos definen a la industria cultural como la producción en serie de bienes y mercancías culturales destinada al imaginario social. Es la industrialización del espíritu desarrollada por grandes empresas de bienes culturales que responden a patrones impuestos de consumo masivo y buscan la estandarización y la homogeneización de las conciencias. Está planificada y dirigida a reproducir la estructura social capitalista³.

Cabe distinguir entre varios tipos de industrias culturales: aquellas en las cuales una creación, es objeto de un número muy grande de reproducciones gracias a procedimientos industriales y al empleo de máquinas. Por ejemplo, el disco, el libro, la reproducción de arte; otro tipo es donde el creador implica desde el primer momento un instrumental pesado, lo cual genera desequilibrios en la formación de costos de producción, así como una

3 **ULLOA, Alejandro.** *La salsa en Cali.*

utilización colectiva de los medios por ejemplo: El cine, La Televisión, la música pop.

En cuanto al deporte – recreación hay que decir que son prácticas que se ejerce en ciertos lugares, que necesitan administradores, reglamentos, dinero, tiempo para poder existir. Ambas constituyen una institución, es decir, una forma social visible, con una organización jurídica y material, un conjunto de conductas a seguir, de normas y de sanciones.

Dentro del marco de una economía capitalista, es decir mercantil, la mercancía representa, en el mercado, la objetivación de la producción: el producto. Dentro del marco de la economía del deporte, el deportista o productor privado debe poder calcular, con el máximo de precisión posible, su producción.

No solamente el deporte moderno ha nacido en toda su amplitud con la sociedad capitalista industrial, sino que su desarrollo está caracterizado por la introducción progresiva de la medición, es decir, la objetividad cuantitativa. En efecto, el primer momento del deporte es el resultado: el hecho bruto de la victoria o del cronómetro. El deporte vale lo que vale su resultado y toda su actividad depende de sus actuaciones posibles. Solo cuenta el resultado: el resultado es el prestigio de lo cuantitativo.

El deporte se ha convertido en una actividad seria que moviliza a todo el individuo.⁴

Existe realmente un mercado de empleo de los deportistas (de los futbolistas, por ejemplo, que son cotizados como mercancías y que son vendidos mediante contrato). El deportista ya no es el agente de sus aptitudes deportivas. Estas desarrollan su propia legalidad externa. Ellas ya no se relacionan solamente con la unidad orgánica de la persona, sino que aparecen como cosas que el hombre posee y exterioriza por completo, como los diversos objetos del mundo exterior.

El deporte, como echo de masas cotidiana, constituye en consecuencia, el espectáculo masivo cotidiano, donde la proliferación de los encuentros deportivos significa esencialmente la proliferación y la organización de espectáculos. La industria ha encontrado en ellos una importante fuente de ganancia. Los deportistas mercancía, ya sean aficionados o profesionales, son tratados y manipulados con todos los métodos del marketing aplicados al mercado deportivo. En efecto, el motor del espectáculo deportivo es el atractivo que ejercen los hombres – espectáculo sobre el público.

⁴ **SZPUNBERG, Alberto.** *Deporte, cultura y represión.*

Los países del tercer mundo se caracterizan cada vez más por no enriquecer la actividad productiva y por la existencia de limitaciones institucionales que liquidan la actividad político- económica. Por lo tanto, es necesario apreciar la importancia de un marco institucional general que sea el responsable de la economía de nuestro país y tener en cuenta el desempeño que pueda darse desde los sectores específicos de la economía. Por ejemplo, si los responsables de la economía de este país crearan dentro de su marco institucional una cuantía más alta de inversión en conocimiento, ciencia y tecnología que aumentara la productividad del capital físico o humano, entonces, el aumento resultante de la productividad redundaría en la mayor dinámica de la economía del país.

La ciudad de Cali cuenta con instituciones culturales, deportivas y recreativas que corresponden al criterio de cobertura de la ciudad con escenarios de convocatoria Metropolitana y regional, donde los más de dos millones de habitantes se benefician en desarrollo, goce y disfrute. Pero las actividades que allí se realizan no han sido estudiadas desde el punto de vista de su aporte en la conformación económica de la ciudad, ya que las variables que se mueven a su alrededor han sido relegadas del estudio económico.

Es aquí donde se nota la importancia de contar con instituciones, ya sean públicas o privadas, que estén encaminadas, como lo mencionaba antes, al

desarrollo de aptitudes donde se haga uso social del cuerpo; dentro de las cuales forman parte las instituciones culturales, deportivas y recreativas. La inversión en capital humano y capital físico tienden a ser complementarias, pero es notable y no existe garantía de que el crecimiento de la estructura del capital físico se dé al mismo paso que el crecimiento de la estructura del capital humano. Por tal razón, es determinante que el monto de capital tanto físico como humano merezcan toda la atención del Estado para ejercer más influencia en el rendimiento económico de la nación. Esta atención debe estar encaminada a fortalecer las instituciones encargadas de formar capital humano, ya que este se convierte en un determinante subyacente del desempeño de las economías. En nuestro país, tal vez la fuente del bajo desempeño de la economía, sea el mal rendimiento de este tipo de instituciones específicamente las públicas, ya que se limita la actividad productiva que en ellas se pueda generar por la falta de autoconciencia de las consecuencias que pueden darse a raíz de este pésimo rendimiento dado continuamente. Tal vez este grave problema sea el motivo por el cual cada gobierno en nuestro país trata de adoptar formas para reestructurar administrativa y políticamente estas instituciones a lo largo de vías que aumenten la productividad. La Cultura y el Deporte - Recreación no hacen sino trasladar al plano de la actividad, la competición económica y social, generando a su alrededor impactos de la misma índole.

2.0 DISEÑO METODOLOGICO

2.1 TIPO DE ESTUDIO

El presente trabajo es un estudio descriptivo, dado que a partir del análisis y descripción del comportamiento de las actividades culturales y deportivas – recreativas se generaron estrategias de desarrollo económico para Cali, con la combinación de variables cualitativas y cuantitativas.

2.2 UNIDAD DE ANALISIS

El estudio está dirigido específicamente para la ciudad de Santiago de Cali, en el periodo comprendido entre Febrero – Agosto del 2.000. El sujeto – objeto de investigación lo conforma las actividades culturales y deportivas – recreativas y la infraestructura desarrollada para ello.

2.3 TECNICAS DE RECOLECCION Y ANALISIS DE DATOS

Para el logro de los objetivos propuestos se usó la recolección de datos primarios y secundarios.

La técnica básica de recolección de datos, implicó la realización de encuestas y entrevistas personales con funcionarios encargados de los

escenarios culturales y deportivos – recreativos, con jóvenes universitarios y con expertos económicos con el propósito de obtener información y puntos de vista sobre el entorno cultural y deportivo – recreativo de la ciudad.

Se contó con información dada en prensa, libros y documentos que ayudaron a sintetizar y profundizar en el tema. La obtención de datos cuantitativos (ingresos, activos, egresos, empleos, presupuestos, etc.) fue de vital importancia para la formulación de estrategias culturales y deportivas – recreativas para el desarrollo económico de la ciudad.

Los datos una vez recolectados, por los procedimientos anteriormente descritos, se clasificaron tomando las siguientes variables: activos, ingresos, presupuestos, gastos, consumo público, consumo privado, asistencia de público, ventas). Y se hizo uso de indicadores económicos como: empleo, desempleo, PIB, población, inflación, salario, homicidios).

3.0 CARACTERIZACION ECONOMICA Y COMPORTAMIENTO DE LA CULTURA Y EL DEPORTE – RECREACION EN SANTIAGO DE CALI

3.1 DESCRIPCION GENERAL DE LA ECONOMIA CALEÑA

El crecimiento extraordinario a que se vio sometida la ciudad en las décadas de los 70's e inicios de los 90's, fue el resultado de una ambición de progreso y de decisión de triunfo, y de una manifestación de un déficit acumulado de soluciones y servicios y de un superávit creciente de esperanzas. Tal crecimiento le ha permitido a la ciudad, ocupar una posición destacada en la economía nacional. La dinámica económica de la ciudad mostró que de 1990 a 1994 hubo un crecimiento alto y continuo, y que a partir de 1995 a la fecha se ha dado un decrecimiento en la creación de riqueza, con tendencia recesiva.

En efecto, a partir de la segunda mitad de la década pasada el Producto Interno Bruto de Santiago de Cali ha registrado las siguientes caídas en su crecimiento: -4.69% en 1996, -2.0% en 1997 y del -3.50% para 1998 (Tabla 1). En esta misma tabla se ha realizado una comparación del PIB nacional con el PIB local, para observar como la caída del PIB local ha sido muy

grande y muy representativa; su decrecimiento ha sido bastante notable en comparación con la caída del PIB nacional.

TABLA 1

PIB NACIONAL Y LOCAL

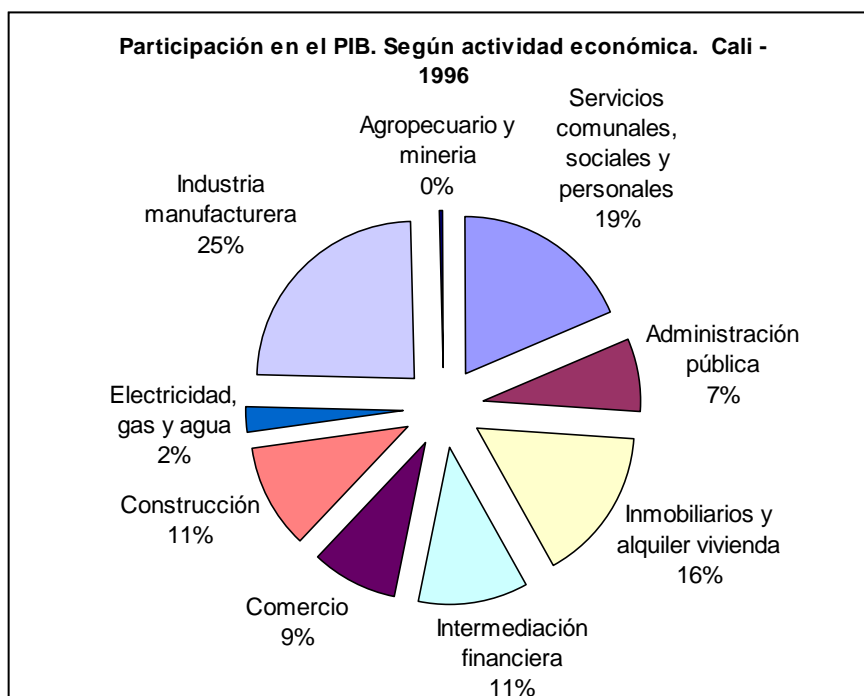
AÑO	Crecimiento PIB NACIONAL (%)	PIB NACIONAL (Miles de Mill.\$ CONST. 75)	Crecimiento PIB DE CALI (%)	PIB DE CALI (Mill.\$CONST. 90)
1991	1.63	749.976	5.95	1.479.829
1992	3.94	780.312	6.45	1.575.288
1993	5.83	822.335	7.68	1.696.211
1994	6.37	870.151	9.21	1.852.465
1995	5.96	920.902	-1.79	1.819.393
1996	2.07	939.775	-4.69	1.733.993
1997	3.05	967.955	-2.00	1.699.313
1998	0.39	807.661	-3.50	1.639.837

FUENTE : OBSERVATORIO ECONOMICO. *La economía del Valle del Cauca en los 90's*

Puede notarse que en el periodo comprendido entre 1991 y 1994, Cali y Colombia mostraron un balance positivo en cuanto a PIB se refiere. La ciudad creció a niveles sorprendentemente superiores a los resultados nacionales mostrados hasta 1995. El promedio de crecimiento del PIB nacional durante el mismo periodo fue de 4,4%, mientras que el promedio de crecimiento del PIB de Cali fue de 7,32%, lo cual indica que Cali contaba con una actividad productiva altamente reconocida y generadora de riqueza. Pero a partir de 1995, se nota que el rendimiento productivo a nivel nacional y local decreció a niveles mínimos.

Santiago de Cali, presentaba una estructura productiva ampliamente diversificada y un alto grado de integración interna entre las diferentes actividades económicas. Pero a partir de 1995 la economía local se resintió y comenzó a mostrar valores negativos en sus indicadores económicos. Un análisis interno macro de la economía de la ciudad muestra que el sector primario contribuye con el 0.4% del PIB municipal, el sector secundario, participa con el 35.3% y el sector terciario contribuye con el 64.3%.

FIGURA 1



FUENTE: OBSERVATORIO ECONOMICO. *La economía del Valle del Cauca en los 90's.*

Las condiciones particulares de la economía municipal permiten afirmar que la actividad productiva de Santiago de Cali es de servicios e industrial.

Cuando se analiza la contribución al PIB por actividad económica, se encuentra que la industria manufacturera es el sector que más contribuye al PIB municipal, 25% promedio anual, por encima de los servicios inmobiliarios y alquiler de vivienda que aporta un 16% y del sector comercial que aporta un 9% promedio anual. (Figura 1).

A inicios de la década de los 90's se dio una creciente demanda por parte de los agentes económicos, por una percepción de un mayor ingreso inducido por la reforma laboral, lo cual precipitó la demanda por bienes y servicios e incentivó a un alza en los precios, llevando a que la inflación mostrara índices crecientes hasta el año de 1995.

TABLA 2

INFLACION DE SANTIAGO DE CALI (%)

AÑO	INFLACION
1983	18.05
1985	20.96
1987	22.14
1989	29.16
1990	30.65
1992	25.42
1994	21.87
1996	18.61
1997	12.76
1998	14.42

FUENTE: DANE

A partir de 1970 y hasta 1995, las altas tasas de inflación han incidido en aumentos muy significativos en el salario mínimo con consecuencias en el desempleo.

TABLA 3**SALARIO MINIMO (\$1998 = 100)**

AÑO	SALARIO MINIMO (\$ 1998 = 100)
1989	12,683
1990	19,349
1992	37,040
1993	42,015
1995	90,778
1996	110,174
1997	195,443
1998	203,826

FUENTE: DANE.

De manera equitativa con la baja dinámica económica de la ciudad, el comportamiento de la fuerza laboral de los últimos años también ha reflejado la crisis económica de la ciudad, llevando a que Cali se convierta en la ciudad con más alta tasa de desempleo del país.

TABLA 4**TASA DE DESEMPLEO EN CALI**

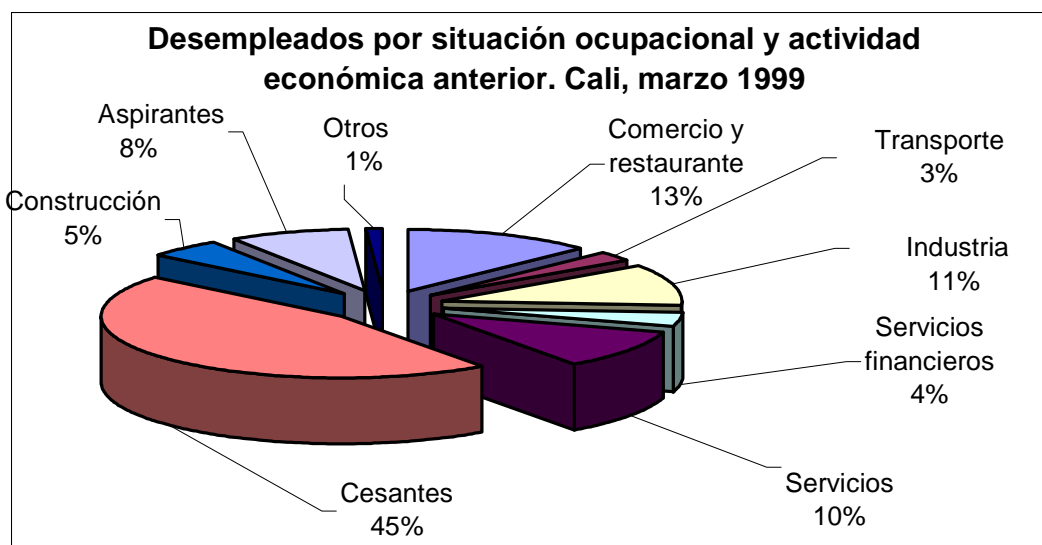
AÑO	TASA DE DESEMPLEO
1974	12.1%
1978	9.8%
1980	9.7%
1986	12.4%
1991	8.90%
1994	6.90%
1996	14.0%
1997	18.40%
1998	20.60%

FUENTE: DANE

En el aumento del desempleo inciden varios factores, uno de ellos es el bajo nivel cultural de la población. Como consecuencia del comportamiento del

desempleo, se observa en la ciudad una tendencia a la caída de los ingresos. Según un estudio realizado por la Secretaría de Fomento Económico y Competitividad, la población que recibe menos de dos salarios mínimos aumentó entre marzo de 1997 y 1998 de 59.6% a 70%, mientras que los que recibieron más de cinco salarios mínimos pasaron de 5% a 4%. Esta reducción también se dio en cifras absolutas. Los grupos de ingresos medios también disminuyeron sus ingresos.

FIGURA 2



FUENTE: OBSERVATORIO ECONOMICO. La economía del Valle del Cauca en los 90's.

Como puede observarse, Santiago de Cali ha logrado constituirse a través del tiempo en una de las ciudades más prometedoras del país, con un desempeño económico, industrial y agrícola de vital importancia para el progreso económico tanto de la ciudad como de la nación. Pero, a raíz de la

recesión de 1995, Cali es ahora conocida como una de las ciudades con mayores problemas económicos y sociales del país, que necesita de tiempo para mostrar nuevamente una ciudad próspera y dinámica.

3.2 DESCRIPCION SOCIAL DE SANTIAGO DE CALI

El aumento de la población de Cali ha sido acelerado, habiendo alcanzado una de las tasas de crecimiento anual más altas del país de tal forma que hoy día se constituye en la segunda ciudad de Colombia en número de habitantes después de Bogotá. Este crecimiento ha roto el equilibrio entre la oferta de servicios urbanos frente a las demandas de la población, al mismo tiempo que ha transformado la estructura interna de la población.

TABLA 5

POBLACION DE CALI . 1970 – 1999

AÑOS	POBLACION
1970	876,790
1975	1,009,000
1980	1,145,000
1985	1,471,810
1990	1,673,500
1995	1,930,210
1996	1,960,949
1997	2,010,537
1998	2,060,363
1999	2,110,571

FUENTE: DANE

La ruptura entre oferta y demanda de servicios urbanos se manifiesta en desorganización social de la ciudad y en los campos de la economía, seguridad, salud, educación y otros servicios.

Antes de 1970 existía un alto índice de analfabetismo y la gran proporción de población solo alcanzaba a realizar educación primaria. En los últimos periodos la proporción disminuyó debido a las diferentes campañas de instrucción nacional y a los diferentes programas de educación para adultos en los departamentos.

TABLA 6.

POBLACION CALEÑA ANALFABETA

POBLACION DE 15 AÑOS Y MAS. ANALFABETA			
AÑO	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
1964	13.458	22.931	36.389
1973	10.803	23.784	34.587
1983	10.690	24.050	34.740
1993	10.253	22.602	32.895

FUENTE: DANE, Censo 1964, 1973 y estudio de población CALI 1983.

El desarrollo de las actividades escolares en Cali, ha sido el resultado de una serie de acciones intermitentes, sin mayor coordinación, y que van siempre atrasadas respecto de las necesidades.

TABLA 7**ALUMNOS MATRICULADOS EN PRIMARIA, SECUNDARIA Y UNIVERSIDAD EN CALI.**

AÑOS	TOTAL PRIMARIA	TOTAL SECUNDARIA	ALUMNOS MATRICULADOS EN UNIVERSIDAD
1970	139.174	46.774	19.307
1975	230.786	73.728	34.823
1980	303.447	96.410	51.866
1985	393.688	127.156	71.561
1993	181.093	156.588	160.300

FUENTE: CODE " anuarios estadísticos del valle 1970 – 1984.

La tabla 7, señala una realidad educativa que ha vivido la ciudad durante décadas, y es que del total de personas matriculadas en primaria, solo un 10% llega a la universidad. Afortunadamente la proporción de alumnos matriculados en educación superior en los últimos años ha logrado incrementarse en casi un 75% con respecto a los 70's, en lo cual influyen factores como: aumento de población, exigencias laborales y otros.

El desarrollo importante que ha tenido la ciudad en la última década en términos del aumento de su población, su expansión urbanística, el auge y las implicaciones del narcotráfico en la vida social, política y económica de Cali, al igual que la crisis económica por la que atraviesan la mayoría de hogares caleños, ha incidido en la transformación de los comportamientos de la población, no solo en su consumos sino en su formas de interacción y convivencia, llevando a que los indicadores de violencia muestren el siguiente comportamiento:

TABLA 8**TASA DE HOMICIDIOS EN CALI (1993 - 1997)**

AÑO	HOMICIDIOS	TASA	ARMAS DE FUEGO	VICTIMAS DE ALCOH.
1993	1,833	104 por 100mil hab.	79%de casos	20%
1994	2,239	124 por 100mil hab.	79%de casos	23%
1995	2,061	112 por 100mil hab.	82%de casos	22%
1996	1,989	102 por 100mil hab.	83%de casos	17%
1997	1,630	86 por 100mil hab.	83%de casos	16%

FUENTE: ALCALDÍA DE CALI. *Violencia en Cali, 1993- 1997.*

Los diferentes planes y programas de reinserción y rehabilitación de jóvenes pandilleros lanzados por la Alcaldía de Cali en los últimos años ha logrado disminuir discretamente el número de homicidios de la ciudad.

La ciudad de Cali, además de caracterizarse a nivel nacional como una ciudad económicamente importante, también, ha logrado destacarse como una ciudad cultural y deportiva, exportadora de talento humano, tanto así que es conocida como la ciudad deportiva de Colombia, con deportistas y artistas de renombre nacional e internacional. En este orden de ideas observemos entonces su desempeño cultural, deportivo y recreativo a través de los años.

3.3 CARACTERIZACION CULTURAL EN CALI

3.3.1 Década de 1970⁵

La formación cultural de la población de la ciudad se encontraba relegada, debido a que la gran mayoría de las personas tenía problemas de sobrevivencia más urgentes de solucionar; la cultura no se consideraba pues como medio de superación sino como pasatiempo.

El sistema cultural de la ciudad estaba dividido en 3 grandes elementos:

1- El gobierno departamental por medio de la Secretaría de Educación tenía a su cargo:

- Museo Departamental de Historia Natural*
- Biblioteca Departamental*
- Instituto de Bellas Artes.*

Estos institutos estaban bajo la dirección de la Sección de Extensión Cultural del Departamento.

2 - La Secretaría de Educación Municipal tenía a su cargo:

- Instituto Popular de Cultura*
- Teatro Municipal*
- Teatro al Aire Libre los Cristales*

5 PLANEACION MUNICIPAL DE CALI. Plan general de desarrollo de Cali y su area metropolitana 1970 - 1985 - 2000.

- *Instituto de Cultura Hogareña*
- *Biblioteca municipal*
- *Archivo Histórico*

3- *Entidades independientes de los gobiernos departamental y municipal y otras entidades públicas y privadas, a saber:*

- *Centro Regional de Investigación Arqueológica*
- *Teatro Experimental de Cali*
- *La tertulia*
- *Museo de San Francisco*
- *Zoológico municipal*
- *Biblioteca de la universidad del Valle.*

La ciudad poseía 4 ramas importantes de servicios culturales: Salas de espectáculos (teatro y auditorios), bibliotecas, museos, Institutos de Enseñanza de artes.

⇒ **BIBLIOTECAS:** *En ese entonces eran 2 bibliotecas similares y en iguales condiciones de estancamiento (biblioteca departamental y biblioteca municipal) que no atraían la atención debida sobre ellas. El número de volúmenes era insuficiente para la ciudad y a pesar de esto se empeñaba en hacerlos extensivos al departamento. Esta fuente era inadecuada para la ciudad. No hacían extensión bibliotecaria a los barrios de la ciudad.*

- ⇒ **MUSEOS:** Tres de los existentes (museo departamental, San Francisco, Arqueología) eran representativos por sus labores y alcances, pero el museo de San Francisco, requería trabajos de organización de orden administrativo.
- ⇒ **TEATRO:** En ese entonces eran insuficientes para la ciudad en algunos campos. Los teatros formales de categoría eran suficientes para el volumen de usuarios y el volumen de representaciones formales e informales. En cambio los teatros existentes para representación informal tipo sala múltiple eran insuficientes.
- ⇒ **LOS INSTITUTOS DE ENSEÑANZA :** En ese entonces eran insuficientes para la demanda. Tendían a duplicarse por el tipo de enseñanza otorgada, que es similar pero a diferentes niveles.

TABLA 9
DIAGNOSTICO DE LA SITUACION Y NECESIDADES DE LOS SERVICIOS
CULTURALES EN CALI. DECADA DE LOS 70'S

NOMBRE	PROPIEDAD	N° USUARIOS	NECESIDADES
Teatro municipal	Público	1.200	Financiación
Teatro aire libre	Público	5.000	Local, equipo
T.E.C	Privado	150	Local
Museo historia natural	Público	100 diarios	Local, financiación, Recurso humano
Museo arqueológico	Público	4 diarios	Local, financiación
Museo san Francisco	Privado	4 diarios	Financiación
Museo tertulia	Privado	70 diarios	Ampliación, financiación
Biblioteca deptal	Público	2000 diarios	Recurso humano
Biblioteca Centenario	Público	50 diarios	Local
Biblioteca del Valle	Público	50 diarios	Ampliación
Conservatorio	Público	1.000 alumnos	Ampliación
Sala Beethoven	Público	800 personas	Remodelación
Sala Julio Valencia	Público	125 personas	Acondicionamiento
I.P.C	Público	376 personas	Local, recurso humano

FUENTE: PLANEACIÓN MUNICIPAL. Plan de desarrollo de Cali y su área metropolitana 1970,1980

Según tabla anterior, puede observarse que era el Estado quien tenía a su cargo la administración y mantenimiento de los escenarios culturales de la ciudad, donde las necesidades primordiales de cada uno de ellos estaban basadas en falta de un local propio, de financiación por parte del mismo gobierno y la dotación de recurso humano. Era vital entonces tomar medidas sobre dichos problemas para mejorar la calidad en los servicios y para conservar el patrimonio histórico que ellas representaban.

3.3.2 Década de 1980

El equipamiento cultural de la ciudad era escaso para las necesidades culturales de la población, pero se había incrementado discretamente con respecto a 1970 y se concentraba en el centro de la ciudad y la cuenca del río Cali. Este equipamiento correspondía a ⁶:

- *Museo de Arte Moderno la Tertulia*
- *Museo San Francisco*
- *Museo de Historia Natural*
- *Biblioteca del Centenario*
- *Biblioteca de la Universidad del Valle*
- *El teatro Municipal*
- *El teatro Jorge Isaac*
- *Teatro al aire libre los cristales*

⁶ **DANE.** Cali estadístico 450 años.

- *Teatro experimental de Cali*
- *Biblioteca Departamental*
- *Conservatorio Antonio María Valencia*
- *Sala Beethoven*
- *Zoológico municipal*

Cali contaba con una infraestructura adecuada, tal como el cómodo Auditorio del CAM, salón del Concejo, Museos, Cinematecas, salas de Teatro, iglesias, Centros Recreativos en diversos barrios de la periferia urbana; lo que indica un crecimiento en los servicios culturales de la ciudad. Además, se debe anotar que estos servicios crecieron independientemente del desarrollo de la ciudad y de la población, ya que algunas entidades establecidas durante la década de los 70's, no fueron modificadas en los primeros años de los 80's. A pesar de que la dotación en infraestructura cultural era aceptable durante la década, se continuaba con un alto déficit de estos servicios que no alcanzaba a abastecer a toda la población de la ciudad en esta materia.

Un evento importante que se desarrolló en esta década fue la celebración de los 450 años de Santiago de Cali, el cual sacudió la rutina cotidiana de los habitantes de la ciudad. Esto incluyó una intensa agenda cultural, puso en marcha un conjunto de proyectos destinados a mejorar la imagen física de la ciudad, con servicios y equipos que coincidieron con el empuje vital de su desarrollo.

Ese plan cultural asignó los recursos y fondos necesarios para que los ciudadanos de otras regiones disfrutaran de este gran festival cultural. De igual modo, sirvió como “plan piloto” para otras ciudades que querían estimular su actividad cultural.

3.3.3 Década de 1990

Para esta década, el patrimonio urbano arquitectónico de Cali estaba constituido por⁷:

- *Teatro Jorge Isaac*
- *Teatro Municipal*
- *Iglesia convento la Merced*
- *Iglesia la Ermita*
- *Iglesia de San Francisco*
- *Plaza de Caicedo*
- *Plaza de toros*
- *Barrio San Antonio, San Cayetano, Santa Rosa, La Merced.*
- *Catedral de San Pedro*
- *Puente Juanchito*
- *Puente Chipichape*
- *Puente paso del comercio*
- *Puente Ortíz*

⁷ **SECRETARIA DE FOMENTO ECONOMICO Y COMPETITIVIDAD.** *Estudio de reactivación económica de los ingresos y el empleo para Cali, primera fase.*

- *Palacio Nacional*
- *Base Aérea Marco Fidel Suarez*
- *Edificio Otero*
- *Además de escenarios culturales como : salas de cine, teatros, museos, bibliotecas, salas de exposición, tiendas de antigüedades.*

Un inventario aún más detallado registrado hasta esta década, es presentado en el anexo 3 donde además y para efectos de apreciación se presenta su ubicación en el mapa de Cali, donde puede observarse como la mayoría de escenarios culturales se encuentran localizados en la parte occidental y central de la ciudad. Algunos de estos escenarios, como los pequeños teatros, sobreviven gracias a una tarea ardua de sus dueños quienes además de una remuneración económica buscan compartir obras y exposiciones.

TABLA 10
DIAGNOSTICO DE LA SITUACION Y NECESIDADES DE LOS
SERVICIOS CULTURALES EN CALI. DECADA DE LOS 90´S

NOMBRE	PROPIEDAD	N° USUARIOS	NECESIDADES
<i>Teatro municipal</i>	<i>Público</i>	<i>1.800</i>	<i>Resueltas</i>
<i>Teatro Jorge Isaac</i>	<i>Público</i>	<i>1.130</i>	<i>Financiación</i>
<i>T.E.C</i>	<i>Privado</i>	<i>150</i>	<i>Local</i>
<i>Museo la Merced</i>	<i>Privado</i>	<i>200</i>	<i>Ampliación, financiación</i>
<i>Museo historia natural</i>	<i>Público</i>	<i>100 diarios</i>	<i>Local, financiación, Recurso humano</i>
<i>Museo arqueológico</i>	<i>Público</i>	<i>4 diarios</i>	<i>Local, financiación</i>
<i>Museo tertulia</i>	<i>Privado</i>	<i>100 diarios</i>	<i>financiación</i>
<i>Biblioteca dptal</i>	<i>Público</i>	<i>600 diarios</i>	<i>Recurso humano</i>
<i>Biblioteca Centenario</i>	<i>Público</i>	<i>77 diarios</i>	<i>Local, tecnología</i>
<i>Conservatorio</i>	<i>Público</i>	<i>1.000 alumnos</i>	<i>Ampliación</i>
<i>I.P.C</i>	<i>Público</i>	<i>380 personas</i>	<i>Local, recurso humano</i>

FUENTE: Encuesta.

Se nota la continuidad en el manejo y administración de los escenarios culturales por parte del Estado, es decir que la situación con respecto a la década de los 70's no cambia en este aspecto. El sector privado todavía no toma parte en el manejo cultural de la ciudad, situación que tal vez haya influido a que las necesidades anotadas por estos escenarios para la década de los 90's prevalezcan en el tiempo con respecto a los 70's. Como se observa, los problemas más importantes de estos escenarios siguen siendo la falta de un local propio, la falta de financiación y la falta de personal. Sin embargo ha sido notable el aumento del interés cultural por parte de las autoridades públicas. Una muestra de ello fue la creación en 1996 de la Dirección de Cultura.

El mayor número de eventos culturales en la década se registró en las comunas 2 y 3, ya que es aquí donde se encontraba el 90% de la actividad cultural, escenarios y patrimonio arquitectónico.

La mayoría de asistentes a los eventos culturales en la ciudad fueron estudiantes, ya que los colegios y establecimientos educativos incluyeron dentro de su pensum salidas de campo a escenarios culturales, motivados por la importancia dada a la cultura en los últimos años dentro de la formación integral de los estudiantes.

Algo que cabe anotar es que según datos del Fondo Mixto de Promoción del Valle del Cauca, Cali fue la segunda ciudad del país en movimientos de visitantes extranjeros en esta década, en 1993 registró 94.250 turistas.

En cuanto a visitantes nacionales, de acuerdo con la misma fuente, Cali fue la tercera después de Bogotá y Medellín (770.939 en 1993). En 1993 y 1994, el gasto de los visitantes nacionales y extranjeros en Cali fue de \$73.540.165.000.

El 64% de los visitantes nacionales y extranjeros llegaron a Cali exclusivamente para atender asuntos de negocios, contactando compradores de productos, concertando la adquisición de mercancías y montando grupos de ventas, distribución y promoción de servicios. El 29% vino a la ciudad a participar de convenciones, congresos, foros y seminarios, organizados por entidades públicas y privadas, tanto del orden nacional como del internacional. El 7% restante buscó utilizar su tiempo libre en descanso, visita de lugares típicos, participar de eventos culturales y contacto con el ambiente nocturno de Cali.

Como consecuencia de la actividad que se puede observar en las estadísticas citadas, los hoteles mantuvieron ocupación total de lunes a viernes, pero quedaron vacíos los fines de semana.

3.4 CARACTERIZACION DEL DEPORTE – RECREACION EN CALI.

3.4.1 Década de 1970

Uno de los problemas más importantes para el 24% de la población, en esta década, era la dotación de zonas verdes y sitios de recreación, según una encuesta realizada por un equipo de planeación municipal, en el año de 1970⁸.

No se conocía un sistema de recreación, no se consideraba que existiera. Los pocos sitios de recreación que habían en la ciudad eran los teatros (cines pero en condiciones deficientes). La situación para los barrios marginados era aún más precaria.

El 69.7% de la población consideraba que Cali tenía un gran potencial turístico, pero estaban de acuerdo en que para mejorar el aspecto urbanístico de la ciudad se debían desarrollar grandes centros comerciales con todos los servicios dentro del área metropolitana. Además, era necesario construirse hoteles, restaurantes, lugares interesantes, centros de recreación, atracciones, servicios de transporte y campañas de promoción. El 30% opinaba que la ciudad no tenía nada que favoreciera el turismo⁹.

⁸ **PLANEACION MUNICIPAL DE CALI.** Plan general de desarrollo de Cali y su area metropolitana 1970 - 1985 - 2000.

⁹ **IBID.**

El uso recreacional que se presentaba en las áreas verdes públicas tenía una extensión de 261 hectáreas, ubicadas en los circuitos 5 y 6 que absorbían el 55% del total recreacional urbano.

La ciudad contaba con los siguientes tipos de servicios recreativos de uso público:

A- ZONAS VERDES ————— zonas verdes habitadas, zonas verdes sin habitar, parques infantiles, parques o plazas.

B- CAMPOS DEPORTIVOS ————— comprendían las unidades deportivas de San Fernando (piscina, estadio y gimnasio), unidades deportivas panamericana y unidad deportiva “ Alberto Galindo H.”, con sus respectivas instalaciones para práctica de los diferentes deportes estipulados para los VI juegos panamericanos, y canchas de fútbol de dimensiones reglamentarias.

Estos servicios en metros cuadrados se discriminan de la siguiente manera:

a - ZONAS VERDES

<i>Parques o plazas</i>	<i>27.102 m²</i>
<i>Zonas verdes habitadas</i>	<i>1,087.269 m²</i>
<i>Zonas verdes sin habitar</i>	<i>1,180.302 m²</i>
<i>Parques infantiles</i>	<i>11.038 m²</i>
<i>Gran total</i>	<i>2,305.711 m² = 230.5 Hectáreas.</i>

C- CAMPOS DEPORTIVOS

Unidades deportivas	555.300 m ²
Canchas de fútbol (de 100 * 65 mts)	<u>78.000 m²</u>
Gran total	633.300 m ² = 63.3 Hectáreas.

En esta década la relación m² / habitante para áreas de uso recreativo en la ciudad era:

ZONAS VERDES	2.89 M ² / Habitante
CAMPOS DEPORTIVOS	0.79 M ² / Habitante
TOTAL	<u>3.68 M² / Habitante</u>

Esto indica una insuficiencia en los servicios requeridos para la comunidad en comparación con las normas requeridas para otras ciudades. Es por esto, que en esta década se propuso un mínimo de 22 M² /habitante, la cual estaba por encima de la norma mínima recomendada por la UNESCO que es de 14.5 M² /habitante ¹⁰.

Esa norma propuesta estaba discriminada de la siguiente manera:

1. CAMPOS DEPORTIVOS	4 M ² / Hab.
A - Lotes para juegos infantiles	1 M ² / Hab.
B- Campos de juegos infantiles (5 – 15 años)	2 M ² / Hab.
C- Campos atléticos (15 – 30 años)	2 M ² / Hab.

¹⁰ PLANEACION MUNICIPAL DE CALI. Plan general de desarrollo de Cali y su área metropolitana 1970 - 1985 - 2000.

2 . ZONAS VERDES

A - PARQUES ZONA VERDE HABITADA	5 M ² / Hab.
B- PARQUES REGIONALES Y NATURALES	<u>8 M² / Hab.</u>
	22 M ² / Hab.

3.4.2 Década de 1980

Para esta década el total de servicios recreativos de la ciudad era de 597.5 hectáreas, siendo una relación de 4.06M²/hab.; lo cual indica un aumento de 303.6 hectáreas con respecto a 1970 y un aumento de 0.38 M²/hab. con respecto al mismo año. Esto resultaba muy positivo para la comunidad, ya que cada persona podía aprovechar de un espacio un poco más amplio para su goce y disfrute deportivo y recreacional. Este aumento pudo haber sido consecuencia de la propuesta lanzada en la década de los 70's de aumentar el M² por habitante.

Con relación a la movilidad que generaban las zonas verdes y recreativas municipales, su localización en la estructura urbana determinaba tres tipos de desplazamiento:

1 – Los centros deportivos, zonas verdes y recreativas de escala de barrio y sectores, no generaban grandes demandas de transporte.

2 - El equipo recreativo y deportivo de escala urbana, el cual estaba en parte estructurado en el sur de la ciudad era de fácil acceso, pero carecía de facilidades peatonales.

3- Las zonas masivas recreacionales de escala urbana, como son los sitios de riberas de ríos, específicamente Pance, Melendez y Río Cali tenían una articulación deficiente, de difícil lectura tanto para el movimiento vehicular, como peatonal o ciclistico. En este sentido era necesario planificar una red vial, peatonal y de ciclovía que garantizara la accesibilidad a estas importantes zonas del sistema natural paisajistico de la ciudad. La ciudad contaba con equipamiento recreativo de zonas verdes concentrados en las comunas 2, 17, 19.

Algunos de los elementos más representativos de la ciudad eran: parque de menga, el parque de los cristales, el parque del CAM, el parque panamericano, el parque de la caña, el parque Unión de vivienda popular y el zoológico municipal.

Una de las principales realizaciones de la Administración Municipal de Cali en esta década lo constituye el llamado Parque de la Caña de Azúcar construido en la carrera 8 con calle 44 en terrenos que fueron de la Base Aérea Marco Fidel Suárez. En este centro se construyeron diversas atracciones como piscinas, toboganes, juegos mecánicos y zonas deportivas que permitían a la comunidad una permanente distracción a bajos costos. Aquí la gran novedad la constituyó la piscina con oleaje que es uno de los más modernos medios de recreación. La obra del parque de la caña fue impulsada por el entonces alcalde de Cali, Doctor Rodrigo Escobar Navia. Representó un costo de algo mas de 300 millones de pesos que fueron

financiados por el sector azucarero del Valle y el gobierno municipal, por lo que constituye un ejemplo de concertación entre el sector privado y el sector público. La obra fue terminada durante la administración del alcalde Doctor Julio Riascos Alvarez y su inauguración en junio de 1983.

Entre 1970 y 1980 es clara la preponderancia del sur como área recreativo-deportiva, los complejos deportivos del Estadio Pascual Guerrero, la Unidad Deportiva J. J Clark, la Unidad Deportiva Alberto Galindo, así como de clubes privados, San Fernando y campestre en los 50's y el Shalom, Cañas Gordas, etc., posteriormente, si bien el crecimiento físico hacia el sur y oriente era la constante mas destacada, la ciudad en esos años se expandió también en otras direcciones, con limitaciones político-administrativas y de compatibilidad al norte; topográficas y de acueducto al occidente. Y con problemas de servicios públicos y de inundaciones hacia el oriente.

3.4.3 Década de 1990

En esta década, la ciudad cuenta con unas zonas destinadas para la recreación popular llamadas unidades recreativas, administradas por la Corporación para la Recreación Popular de Cali. En el perímetro urbano se construyeron más de 29 unidades recreativas, cuya función recreativa ha sido reconocida a nivel internacional y su infraestructura ha sido considerada como modelo en América Latina.

En 1997, el gasto deportivo total de la administración pública fue de \$944,510.000, en 1998 fue de \$2,748.378.720 y en 1999 fue de \$3,529.987.346. La inversión en construcción de infraestructura deportiva ha representado en promedio el 48% del gasto total en 1997, en 1998 esta proporción descendió al 34% y en 1999 al 32%.

Los escenarios deportivos tenían un área de 8.458.681 M², los parques 760.913 M². Para un gran total de 9.219.594 M². Según esto cada habitante de Cali contaba en promedio con 4.92 M² donde 4.53 M² son para deporte y 0.41 M² para recreación ¹¹.

Como es posible observar, según las cifras, el área de uso recreativo en la ciudad ha aumentado, ya que para 1970 era de 3.68 M² / Hab. Mientras, que para la década de los 90 estaba en 4.92 M². El incremento ha sido de 1.24 M² / Hab. Este aumento todavía es inadecuado para alcanzar el óptimo por habitante. Como se anotaba en el punto correspondiente a 1970, el área mínima recomendada por la UNESCO es de 14.5 M² / Hab. Y todo parece indicar que el incremento del área recreativa por habitante seguirá siendo insuficiente para cubrir la población en los años venideros, esto por problemas demográficos, económicos y de ordenamiento urbanístico.

11 SECRETARIA DE FOMENTO ECONOMICO Y COMPETITIVIDAD. Estudio de reactivación económica de los ingresos y el empleo para Cali, primera fase.

La infraestructura deportiva se encontraba agrupada en las siguientes unidades deportivas:

- Unidad Deportiva San Fernando*
- Unidad Deportiva J.J Clark.*
- Unidad Deportiva Panamericana.*

Estas unidades están localizadas en la comuna 19 y benefician directamente a 150.000 personas en cada uno de los escenarios deportivos de la ciudad.

En total Cali contaba con 29 unidades recreativas. Los elementos deportivos metropolitanos se aúnan al sistema arterial urbano, localizado en el sentido norte – sur.

El ordenamiento del equipamiento recreativo local parte de los ríos Cali, Melendez, Lili y Pance en el sector occidental de la ciudad, el cual se afianza en los parques de escala urbana ubicados en el sentido norte – sur.

El equipamiento deportivo - recreativo de la ciudad ha sido graficado (anexo 4) para efectos de visualización y apreciación en cuanto a ubicación, ya que a través de dicho mapa puede notarse que estos escenarios deportivos se lograron localizar en su mayoría en la parte norte de la ciudad, cambiando un poco el sentido de ubicación generado en los 70's que se inclinaba hacia el sur.

En esta década tienen su auge las cicloviadas, las cuales nacieron en 1984 como un intento que duró solo 2 meses por falta de difusión y por la monotonía del recorrido. Pero, es realmente en agosto de 1994 cuando se da vida a estas cicloviadas, bajo la tutela de la Secretaría del Deporte y Recreación, las cuales se llevan a cabo los domingos de cada semana y en promedio tienen una asistencia al año de 7.385.000 personas. Debido a lo largo de la cicloviada (cien cuadras), son cientos, casi miles, las personas que allí se rebuscan la vida cada fin de semana. Para muchos, la cicloviada es un negocio bastante rentable. Un mecánico de bicicletas puede ganar alrededor de 25 mil pesos un domingo, despinchando llantas y arreglando daños. Además de mecánicos, se suman los vendedores de limonada, agua de panela, jugo de naranja, gaseosas y agua. Estos vendedores de líquido pueden llegar a ganar \$30.000. Por esto la cicloviada no es solo sitio de recreación y esparcimiento, también es un lugar de trabajo para muchas personas que hacen parte de los muchos trabajos informales e indirectos que se generan en la ciudad.

3.5 COMPORTAMIENTO DEL DESARROLLO CULTURAL EN CALI

3.5.1 Década de 1970

El objetivo principal de los planes culturales en 1970 fue la creación de un sistema cultural que abasteciera a la ciudad y que posea las siguientes características:

1 - Unificado: o sea, que los servicios culturales actúen todos dentro de un sistema y bajo una misma coordinación.

2 - Diversificado: que los servicios sean especializados con funciones definidas a fin de no duplicar servicios.

3 - Descentralizado: compuesto por centros culturales vecinales, los cuales serán el medio de acercamiento de la cultura a toda la población de la ciudad.

El sistema de servicios culturales que se proponía debía estar dividido en los siguientes grupos:

1- Museos

2- Teatros

3 -Bibliotecas

4- Enseñanza de artes.

O sea, que los servicios estarían divididos por temas afines y no por dependencias.

El grupo de Museos comprendería 4 elementos: Museo de Antropología, Museo de Historia Natural, Museo de Arte Moderno, Museo de Historia Nacional, Museo de arte colonial.

El grupo de Teatros, comprendería 5 elementos: Teatro Municipal, Teatro al Aire Libre Los Cristales, Teatro Experimental de Cali, Salas Múltiples, Auditorios para conferencias y representaciones menores.

El grupo de bibliotecas estaría compuesto por: Unificación de bibliotecas existentes (centenario y departamental), creación de bibliotecas vecinales infantiles y para adultos en los barrios de la ciudad.

El grupo de enseñanza de artes estaría compuesto por: Instituto Popular de Cultura y el Instituto de Bellas Artes.

El plan de esta década buscaba conservar la ubicación de los siguientes servicios culturales:

- ◆ *Zoológico Municipal*
- ◆ *Teatro al aire libre los cristales*
- ◆ *La tertulia*
- ◆ *Bellas Artes*
- ◆ *Teatro Municipal*

Se relocalizarían:

- ◆ *Biblioteca Municipal*
- ◆ *Instituto Popular de Cultura*
- ◆ *Museo de Antropología*

- ◆ *Museo de Historia Natural*
- ◆ *Teatro Experimental de Cali*
- ◆ *Museo de Historia Nacional y Local.*

Los centros vecinales abastecerían a 50.000 habitantes con 22 centros.

La relocalización del plan de servicios culturales obedecería a las siguientes prioridades:

- ✎ *Reorganización e incremento de servicios culturales (1970 – 1974)*
- ✎ *Creación de servicios complementarios (1972 – 1974)*
- ✎ *Creación de bibliotecas infantiles por circuitos (1973 – 1974)*
- ✎ *Creación de salas múltiples por circuitos (1973 – 1974)*
- ✎ *Creación de bibliotecas para adultos por circuito (1974 – 1975)*
- ✎ *Espacios múltiples por sectores (1975 – 1980)*
- ✎ *Bibliotecas infantiles por sectores (1975 – 1980)*
- ✎ *Bibliotecas para adultos por sectores (1975 – 1980)*

COSTO: *El costo de estas inversiones sería de \$71,272.597¹². (1990=100).*

3.5.2 Década de 1980

En esta década los objetivos planteados fueron los siguientes:

- *Recuperar el centro ciudadano del Río Cali y sus centros aledaños.*
- *Construir un centro de convenciones.*

¹² **PLANEACION MUNICIPAL DE CALI.** *Plan general de desarrollo de cali y su área metropolitana 1970 - 1985 - 2000.*

- *Ubicar centros vecinales en áreas recreacionales situadas en diferentes sectores de la ciudad, en especial en los de bajos ingresos; la primera atracción hacia esos centros se haría por 2 formas más fáciles de acercamiento, el oído y la visión, a cuyo efecto se crearían en primera instancia las salas múltiples para conferencias, exposiciones, danzas, música.*
- *Era conveniente que esta clase de extensión cultural se basara en valores autóctonos para lograr un mayor interés de parte del participante.*
- *Una vez desarrollado el sentido cultural y logrado el complemento educativo en los individuos, se plantea un sistema de culturización por medio de lecturas continuadas en la serie de bibliotecas tanto infantiles como para adultos.*
- *Cambiar el criterio de cultura como pasatiempo al de cultura como medio de superación.*
- *Crear 17 centros vecinales.*
- *Remodelación del Museo de Arte Colonial.*
- *Creación del Museo de Historia Nacional – local con colecciones representativas de la historia nacional y local.*
- *Terminación de los espacios múltiples por sectores.*
- *Terminación de bibliotecas infantiles por sectores.*
- *Terminación de bibliotecas para adultos por sectores.*

Gran parte de los objetivos planteados en los planes de desarrollo cultural de esta década estaban dirigidos a continuar con planteamientos realizados en los 70's, donde el fin primordial de las dos décadas, era lograr generar un mayor interés cultural, mayor inversión en infraestructura y mantenimiento del patrimonio existente hasta el momento.

3.5.3 Década de 1990

En esta década se adoptaron las siguientes líneas de acción:

- *Integrar la cultura con la educación, la formación democrática y el desarrollo de la ciencia y la tecnología.*
- *Diseñar campañas de divulgación de la cultura, derechos y deberes ciudadanos, símbolos patrios por medios masivos existentes en la ciudad.*
- *Construir bibliotecas escolares y comunitarias y ampliar la cobertura de las que ya existían, mejorando su dotación con el fin de facilitar el acceso a la cultura de los estratos populares.*
- *Defender y proteger el patrimonio cultural, histórico y arquitectura del municipio.*
- *Apoyar las labores del Instituto Popular de Cultura de Cali, así como la casa del artesano, la gestión de grupos artísticos y los eventos culturales.*
- *Consolidar la industria y comercio de materiales para el arte y la cultura como apoyo logístico para la gestión cultural.*

- *Construcción del Centro de Información y Documentación en Ciencia, Arte, Centro de convenciones y Biblioteca Jorge Garcés Borrero.*
- *Cobertura del 50% de la población educativa con la divulgación de los derechos ciudadanos.*

Dichas líneas de acción serían evaluados a través de los siguientes indicadores:

- *Tasa de crecimiento anual de eventos culturales.*
- *Número de servicios culturales por comuna.*
- *Frecuencia de uso de los servicios culturales por comuna y número de usuarios.*
- *Número de eventos culturales por año.*
- *Número de bibliotecas.*
- *Análisis de los cambios en el comportamiento de los caleños.*
- *Difusión cultural en medios masivos.*
- *Inventario de grupos culturales y artísticos del municipio.*
- *Medición de la población matriculada en los Institutos de Arte de la Cultura.*
- *Medición de la participación del sector público y privado en el ofrecimiento de servicios culturales en el municipio.*

Al igual que en las décadas de los 70´s y 80´s se pretendían líneas de acción con mayor cobertura de la población, con defensa y protección del patrimonio

y divulgación de la cultura. Sin embargo, un punto que resulta interesante y sobresaliente es el apoyo que el gobierno local le empieza a brindar a la industria cultural de la ciudad y tal y como se señalaba en dicho punto, se consideró que con esto se apoyaba logísticamente la gestión cultural.

3.6 COMPORTAMIENTO DEL DESARROLLO DEPORTIVO – RECREATIVO EN CALI.

3.6.1 Década de 1970

Las áreas recreativas debían situarse no solamente en función de la población concentrada en la ciudad, sino también, para la población distribuida en la periferia y que gravita hacia el centro.

La distribución debía hacerse con distinto criterio, ya sea que se tratara de un área residencial o de un área industrial o de trabajo. Atendiendo a estas consideraciones, el plan de Recreación para esta década, esencialmente, proponía la creación de un eje o cinturón verde en la periferia de la ciudad hacia el oriente, del cual de desprendían ramales o brazos que se dirigieran hacia la cordillera occidental siguiendo los ríos Cali, Melendez, Lili, Cañaveralejo y otros. Dichas áreas abarcarían:

A - RECREACIÓN PASIVA: *Creando grandes áreas arborizadas, de paseo y de picnic, teatros al aire libre, jardines, parques naturales, diseñados para servir a grupos de todas las edades.*

B - RECREACIÓN ACTIVA: *Siguiendo una clasificación de edades: infantil, juvenil y adulta. Es una fase primordialmente educativa; competitiva a la que corresponde la edad juvenil, competitiva y de mantenimiento a la que se refiere a la edad adulta.*

OBJETIVOS:

- ✎ Llevar a cabo un programa balanceado de recreación en la ciudad y su área metropolitana, que ofreciera amplia variedad de servicios y actividades para grupos de todas las edades.*
- ✎ Conservar área de paisaje para uso y deleite de la población y conservación de la flora.*
- ✎ Asegurar un sistema de recreación pública administrados por una entidad con suficientes recursos para proveer y mantener diversos tipos de servicios que se proponen.*

SISTEMAS DE RECREACIÓN:

Establecer 2 sistemas de recreación para la ciudad:

- Sistema urbano de recreación, que absorba la demanda cotidiana.*

- *Sistema suburbano de recreación, que atienda la necesidad semanal o turística.*

Recreación urbana:

a- Recreación activa ————— *Constituida por campos deportivos en proporción de 5M² /Hab., lotes para juegos infantiles con una proporción asignada de 1M² /Hab., campos de juegos infantiles con una proporción asignada de 2M² /Hab., campos atléticos con una proporción asignada de 1M² /Hab.*

b- Recreación pasiva —————▶ *Crear grandes áreas de paisaje para el habitante de la ciudad.*

Recreación suburbana:

a- Recreación activa —————▶ *Campos deportivos para diferentes grupos de edades.*

b- Recreación pasiva ————— *Grandes áreas de zonas verdes, bosques, lagos, áreas de picnic y camping.*

GASTOS: *Los costos de ejecución de la totalidad de los planes en la década de los 70 se programaron en promedio en \$1,294.588.225¹³. (1990=100), con 11.783.200 M²*

¹³ **PLANEACION MUNICIPAL DE CALI.** *Plan general de desarrollo para Cali y su área metropolitana 1970 - 1985- 2000.*

3.6.2 Década de 1980

Se pretendía construir instalaciones deportivas al aire libre y recintos cubiertos. El área para espectáculos culturales y recreativos, áreas de arborización y de paseo, jardines sería asignada en $7M^2$ / Hab.

Se desarrollarían las siguientes áreas de zonas verdes y campos deportivos por circuito:

CIRCUITO 1:	111.000 M^2
CIRCUITO 2:	2.334.000 M^2
CIRCUITO 3:	1.433.000 M^2
CIRCUITO 4:	1.215.000 M^2
CIRCUITO 5:	792.000 M^2
CIRCUITO 6:	1.388.000 M^2
CIRCUITO 7:	720.200 M^2

COSTOS: El costo promedio de la ejecución de los planes de desarrollo deportivo - recreativo en esta década sería de: $\$505.740.000^{14}$ (1990= 100) y de $16.322.000m^2$, se presentó una variación de -0.61%, es decir, los costos disminuyeron con respecto a la década de los 70's. En cambio los M^2 planeados aumentaron en $4,538.800 M^2$; ya que en la década de los 70's, los planes estaban encaminados a creación de nuevos M^2 deportivos de una

¹⁴ PLANEACION MUNICIPAL DE CALI. Plan general de desarrollo de Cali y su área metropolitana 1970 - 1985 - 2000







manera más amplia, mientras que en la década de los 80's, se quería generar más M² por circuito, lo cual generaba más demanda de terreno.

3.6.3 Década de 1990

En esta década los planes de desarrollo de deporte se encaminaban a:

- *Promover la conservación, mantenimiento, construcción, dotación y utilización de áreas verdes para la recreación y el deporte, gestionando las condiciones y espacios para incrementar su práctica, recuperar las áreas recreativas y deportivas deterioradas y/o invadidas, a fin de trabajar por la masificación del deporte, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre.*
- *Apoyar la gestión de la Corporación para la Recreación Popular y otras entidades similares.*

Se adoptan las siguiente líneas de acción:

-  *Construir una ciclovia*
-  *Creación de polos recreativos en los ríos Melendez y Cañaveralejo y miradores turísticos en los cerros de Cristo Rey y las 3 cruces.*
-  *Desarrollo del Parque de la Salud en Pance.*
-  *Construir el Centro Internacional de Exposiciones y Ferias.*
-  *Construir el complejo recreativo, cultural y ecológico de Cañaveralejo.*
-  *Programar de manera permanente eventos deportivos y recreativos con miras al desarrollo y promoción de estos sectores y el incremento del bienestar comunitario.*

✎ Construir unidades recreativas o polideportivos en las 8 comunas que carecen de este servicio.

Sus indicadores serían: Tasa de zona verde por comuna, Tasa de afiliación a la Recreación pública y el deporte.

Al igual que en las dos décadas anteriormente analizadas, en los 90's se pretendía masificar el deporte a través de la creación de nuevos escenarios y espacios deportivos - recreativos , de la conservación de los existentes y apoyo a las entidades encargadas de dichas actividades.

4.0 EFECTO DE LA CULTURA Y EL DEPORTE – RECREACION EN EL PROGRESO Y DESARROLLO ECONOMICO DE LA CIUDAD

4.1 ANALISIS COMPARATIVO ENTRE EL EFECTO ECONOMICO DADO EN CALI A TRAVES DE EVENTOS CULTURALES Y DEPORTIVOS – RECREATIVOS, Y EL IMPACTO DADO EN OTRAS CIUDADES DEL MUNDO.

4.1.1 Cultura

4.1.1.1 Cali

En esta ciudad existe una entidad pública encargada de organizar y coordinar uno de los eventos culturales mas importantes tanto a nivel local como nacional como lo es la FERIA DE CALI. Esta entidad es la CORPORACIÓN DE EVENTOS, FERIAS Y ESPECTÁCULOS DE CALI, quien se caracteriza por rescatar a través de esta feria, las tradiciones y valores de la ciudad por medio de la programación de una diversidad de eventos que brindan diversión, esparcimiento y generación de empleo.

Es importante resaltar la participación del sector privado en la realización de esta feria, ya que gracias a él se logra financiar hasta el 80% de la programación ferial. Según datos ofrecidos por esta corporación fueron 19

los eventos oficiales realizados en la 42ª feria de Cali, a los cuales asistieron un total de 1,940.750 personas. Gracias a la realización de este evento, en 1999 se generaron 4,405 empleos directos, dentro de los cuales el 44%, es decir 1950 personas pertenecieron a Cruz Roja - Scouts. Otra cifra importante fueron las 706 personas (16%) de las orquestas, los 120 patrocinadores (3%), 130 bailarines de salsa (3%), y 152 personas de sonido y luces (3%).

TABLA 11

EMPLEOS DIRECTOS DE LOS EVENTOS DE LA FERIA DE CALI (1999)

EVENTO	EMPLEOS DIRECTOS	EVENTO	EMPLEOS DIRECTOS
Vip	400	Orquestas	706
Rusos	60	Bailarines de salsa	130
Publicidad	20	Feria de la alegría	40
Sonido y luces	152	Acomodadores	60
Presentadores	38	Noticiero de la feria	17
Sucesos y eventos	7	Patrocinadores	120
Telepacífico	60	Zapata nieto	40
Hotel intercontinental	15	Impresores	40
Peluqueros	5	Unispa	40
Maquilladores	5	Boletería	10
Ayudantes	3	Maceteros	15
Vigilancia comunitaria	23	Estivas	15
Arquitecto	15	Personal corfecali	17
Servilimpieza	32	Conductores	8
Vigilancia privada	13	Prensa	7
Baños móviles	10	Carnaval	25
Club de leones	180	Fundación fauna	30
Gallardetes	10	Cle - cruz roja-scouts	1950
Salsotecas	32	Emcali	40
Torneros	15		

TOTAL EMPLEOS DIRECTOS : 4,405

FUENTE: CORFECALI.

Los empleos indirectos que se lograron fueron 7289, es decir un 67% más que los empleos directos.

La feria comunera fue el evento que más empleos indirectos generó, su participación dentro del total fue de 33% (2,420 personas) y la cabalgata participó con 27% dentro del total de empleos indirectos generados. La distribución de este tipo de empleos es como lo muestra la tabla 12.

TABLA 12

EMPLEOS INDIRECTOS DE LOS EVENTOS DE LA FERIA DE CALI (1999)

EVENTOS	EMPLEOS INDIRECTOS	EVENTOS	EMPLEOS INDIRECTOS
<i>Feria del Río</i>	106	<i>Festival teatrino</i>	150
<i>Cabalgata</i>	1946	<i>Feria comunera</i>	2420
<i>Inauguración</i>	12	<i>Festival hip hop</i>	150
<i>Feria de la alegría</i>	200	<i>Superconcierto</i>	521
<i>Vreinado comunero</i>	100	<i>La feria se viste de carnaval</i>	584
<i>Reinado panamericano</i>	170	<i>Festival de orquestas</i>	260
<i>Salsotecas</i>	482	<i>Feria del milenio</i>	80

TOTAL EMPLEOS INDIRECTOS : 7289.

FUENTE: CORFECALI.

TABLA 13

EMPLEOS INDIRECTOS GENERADOS EN OTROS EVENTOS DE LA FERIA DE CALI (1999)

EVENTOS	EMPLEOS INDIRECTOS	EVENTOS	EMPLEOS INDIRECTOS
<i>Acuarama</i>	500	<i>Rumbasana</i>	30
<i>Carrera atlética</i>	300	<i>Voleyplaya</i>	40
<i>Muestra artesanal</i>	60	<i>Días del pacífico</i>	130
<i>Temporada taurina</i>	100	<i>emsirva</i>	150
<i>Viejoteca</i>	15	<i>Video concierto Boston</i>	60

TOTAL : 1385

FUENTE: CORFECALI.

El movimiento de teatro se inicio hace más de 40 años, cuando Enrique Buenaventura fundó la Escuela de Teatro, que luego se convirtió en el TEC. En 1973, un grupo de estudiantes de la Universidad del Valle creó el grupo “Esquina Latina” y a través de los años fueron apareciendo teatros tales como: “imaginario”, “el globo”, “la mama”, “Cali teatro”, “la mascara” y “barco ebrio”. Dentro de los eventos más importantes de teatro realizados en la década de los 90’s, sobresale el Festival Nacional de Teatro llevado a cabo en 1996 donde participaron 15 grupos. Este festival tuvo un costo de \$450 millones, dinero recaudado por Colcultura, Gobernación del Valle, Alcaldía, Bellas Artes y el Consejo Vallecaucano de teatro. Sus objetivos eran concretar las nuevas tendencias de las artes escénicas y cambiar la imagen del teatro colombiano.

La ciudad cuenta con 2 teatros públicos de gran importancia para la presentación de obras teatrales, conciertos, audiciones, desfiles y otros, que acogen las mejores presentaciones y grupos nacionales e internacionales. En Colombia se han destacado obras de teatro tales como: Peter Pan, Broadway, Taxi, La Celestina, y las montadas por el grupo Aguila descalza.

A continuación, se presenta una lista parcial de teatro, con su precio de boletería, realizado durante los últimos 2 años en los teatros Municipal y Jorge Isaac. (TABLA 14).

TABLA 14**LISTA DE ESPECTACULOS Y PRECIOS DE BOLETAS EN CALI**

OBRA DE TEATRO	PRECIOS DE ENTRADA
<i>Colcha de retazos</i>	\$ 12.000 - \$ 25.000
<i>País paisa</i>	\$ 12.000 - \$ 25.000
<i>La Celestina</i>	\$ 5.000 - \$ 25.000
<i>La patria boba</i>	\$ 12.000 - \$ 25.000
<i>Trapitos al sol</i>	\$ 12.000 - \$ 25.000
<i>Bodas de figaro</i>	\$ 2.000 - \$ 10.000
<i>El sueño del pibe</i>	\$ 12.000 - \$ 25.000
<i>Cosas de la vida</i>	\$ 12.000 - \$ 25.000
<i>Taxi</i>	\$ 5.000 - \$ 30.000
<i>Matando el tiempo</i>	\$ 12.000 - \$ 25.000

FUENTE: Teatro Municipal, Teatro Jorge Isaac.

Como puede apreciarse, los costos de la boletería resultan razonables y cómodos para cualquier persona que desee asistir a tales obras. El recaudo generado por este concepto no es exorbitante ni genera un gran movimiento económico en la ciudad, comparado con el movimiento que se genera en New York con Broadway.

Aunque falta apoyo estatal y de la empresa privada, el trabajo de museos, teatros, artistas y músicos ha logrado dejar huella en la ciudad.

4.1.1.2 New york

El extenso y afamado teatro de la ciudad de N.Y. , es un peldaño hacia el arte dramático. No se puede prescindir en esta ciudad del espectáculo de Broadway. El teatro off – off Broadway es un cruce entre el arte escénico, el

teatro experimental y el drama corriente. La persona que va a teatro a N.Y., quizá no vaya en busca de atractivos comerciales, pero el teatro que atrae al turista existe con un propósito: la venta de entradas.

Los musicales de Broadway son puros espectáculos de luz, música y danza, que satisfacen los deseos del norteamericano común y del extranjero que maneja una cámara de vídeo.

La siguiente es una lista parcial del teatro. Ofrece tanto el muy comercial (Beauty and Best) y el bien excéntrico (Blue man group : tubes) y le permite decidir a la persona en que distraerse, ser desafiado mentalmente o morir de aburrimiento. Broadway y algunos espectáculos off – Broadway se venden con un año o más de anticipación.

TABLA 15

LISTA DE ESPECTACULOS Y PRECIOS DE BOLETAS EN BROADWAY

ESPECTACULOS	PRECIOS DE ENTRADA
<i>Beauty and the best</i>	<i>US 22.50 - US 67.50</i>
<i>Crazy for you</i>	<i>US 15 - US 67.50</i>
<i>Grease</i>	<i>US 30 - US 67.50</i>
<i>Cats</i>	<i>US 37.50 - US 65</i>
<i>The heiress</i>	<i>US 20 - US 55</i>
<i>Los miserables</i>	<i>US 15 - US 65</i>
<i>The phantom of the opera</i>	<i>US 15 - US 56</i>

FUENTE: PODER Y DINERO.Nº 29

Lo primero que hay que hacer cuando se llega a N.Y., es mirar el New York Times para ver que obras musicales y conciertos, ballet, teatro, exposiciones, cines, operas y demás están presentando.

Como puede apreciarse, el Teatro de Broadway genera un movimiento económico importante para la ciudad generado por unos precios en boletería bastante altos y nada "populares", fijados exclusivamente para un público seleccionado. Cuando se entra a comparar precios de espectáculos de Cali con los de New York se nota claramente la enorme diferencia en cuanto a recaudo y capacidad económica para adquirir dichas boletas.

4.1.1.3 Bogotá

Se ha incluido a Bogotá dentro de las ciudades con mayor influencia de cultura en su progreso económico, por las estadísticas que reflejan el Festival Iberoamericano de Teatro. Este festival se realiza en marzo y se ha logrado convertir en el acto teatral más importante de Colombia y uno de los más destacados del mundo.

El festival es un producto diseñado, financiado, ejecutado y vendido como cualquier otro. Es conocido en el mundo por el énfasis en el teatro y la amplitud de la muestra. Combina el teatro de sala y el callejero, lo que lo constituye en uno de los más completos del mundo.

En promedio trae 77 compañías de los 5 continentes, presenta 266 funciones y ocupa 23.300 sillas. El costo del festival se encuentra alrededor de los \$6.000 millones. Lo cual se cubre con ingresos de taquilla, aportes del ministerio de cultura y aportes de la empresa privada.

A grandes rasgos y citando apenas 3 ciudades del mundo que realizan diversos eventos culturales que fortalecen la identidad cultural de sus pobladores, repercutiendo en lo social y elevando la calidad de vida de las personas, se logra poner de manifiesto que una actividad en la que intervienen tantos factores y tiene tantas facetas, genera un movimiento económico importante basado en una integración funcional en la que, manteniendo el objetivo fundamental de la Cultura como lo es la educación y el esparcimiento, se desarrolla una industria con particularidades económicas con impacto directo en el desarrollo socioeconómico de cualquier ciudad desarrollada o en vía de desarrollo.

4.1.2 Deporte y recreación

4.1.2.1 Cali

4.1.2.1.1 VI juegos panamericanos

El 22 de julio de 1967, en Winnipeg la delegación colombiana obtuvo para Santiago de Cali la sede de los VI juegos panamericanos de 1971, ocupaba la gobernación del Valle del Cauca el Dr. Libardo Lozano Guerrero.

Entonces, se inició en firme la organización del evento, la búsqueda de los mecanismos legales de financiación.

En 1969 Rodrigo Lloreda Caicedo, como gobernador, tomó posesión como presidente del comité organizador de los VI juegos. De inmediato se empezaron a adelantar planes de transformación en Cali, ya que los juegos están íntimamente relacionados con la necesidad de hacer cuantiosas inversiones de orden social.

La financiación de estos juegos fue de la siguiente manera:

\$33.000.000 fue la inversión del comité.

1% fueron los aportes de los gobiernos nacional, departamental y municipal.

1/3 fueron créditos a largo plazo para ser pagados por el producto de los impuestos durante los 4 años de actividad del comité organizador y la comercialización e ingresos de taquillas.

Los impuestos que gravaron a los contribuyentes del Valle del Cauca fueron:

- a- 10% de recargo en toda boleta de entrada a espectáculos públicos.*
- b- 0.10 centavos de recargo en toda cajetilla de cigarrillos nacionales.*
- c- 0.20 centavos de recargo en toda cajetilla de cigarrillos extranjeros.*
- d- \$1 de recargo en toda botella de licor extranjero.*

El 10% de recargo para toda boleta de espectáculos públicos, se generalizó a todo el país en beneficio del deporte nacional.

Los \$0.10 de recargo para toda cajetilla de cigarrillos nacionales, rigió para el Valle del Cauca hasta que la totalidad de las deudas de los juegos fueron pagadas.

Las inversiones públicas departamentales en el Valle y municipales en Cali, en el periodo 1968 – 1971, ascendieron a \$447.435.015 y \$406.378.898, respectivamente, para un gran total de \$883.813.913, según un completo informe elaborado por la oficina de Planeación y desarrollo del Departamento. Este trienio se caracterizó por: obras de infraestructura urbanas y rurales, mejor y más técnica de educación, mejorar los servicios de salud, modernas instalaciones docentes y de servicio al público.

La celebración en Santiago de Cali de un evento de trascendencia incuestionable como los VI juegos panamericanos, sirvió en buena parte para apurar un progreso en la planta física de la ciudad. Había que prepararse en todos los aspectos. No había escenarios para acoger a los deportistas, las vías, los hoteles, los sitios de concentración y entrenamiento, eran insuficientes y se atravesaba por una "parálisis económica".

Gracias a los juegos, en Cali se construyeron 3 Unidades Deportivas, diseñadas de acuerdo con la proyección de una ciudad en vía de crecimiento. Ellas eran: la Unidad Deportiva Alberto Galindo Herrera, la Unidad Deportiva José de J. Clark y la Unidad Deportiva San Fernando. En

esta última Unidad se hizo la remodelación del Estadio Pascual Guerrero; la principal remodelación fue el levantamiento de una nueva tribuna occidental. Igualmente se edificó la Casa del Deporte.

En la Unidad Deportiva José de J. Clark, se construyeron las piscinas de natación y clavados, el estadio de béisbol y canchas. En la Unidad Deportiva Alberto Galindo quedó el Gimnasio el Pueblo, el velódromo y se remodeló la plaza de toros.

INVERSIONES DEPARTAMENTALES:

Entre septiembre de 1968 y junio de 1971, se terminaron obras en el territorio vallecaucano por \$177.359.506, se ejecutaron otras con inversión de \$34.226.821 y las proyectadas tenían un valor calculado de \$265.848.688 .

VALORIZACION

La oficina de valorización departamental ejecutó en el citado periodo 5 importantes obras por valor total de \$102.600.000. Son ellas:

- *La autopista Cali – Yumbo*
- *La autopista Tuluá – Río Frío*
- *La autopista Unión – La Victoria*
- *El paso elevado*
- *Iluminación de la autopista Cali – Yumbo*

Estas y otras más con una inversión de \$13.300.000 ¹⁵. La ciudad fue dotada urbanísticamente con señales de tránsito, se hizo una nueva señalización de vías, la nomenclatura se cambió totalmente.

SEGURIDAD

Los avances fueron notorios. Se construyeron las estaciones de policía del norte y la permanente del sur, se adquirieron 35 radiopatrullas para la vigilancia.

PAVIMENTACIONES URBANAS

Entre septiembre de 1968 y marzo de 1971, se pavimentan 215.311 M² de vías urbanas en 23 municipios vallecaucanos, con un costo de \$16.539.167.

ESCUELAS

En el periodo 1969 – 1970 y por contrato con el comité de cafeteros del Valle, fueron construidas 72 nuevas escuelas en regiones urbanas y rurales de 24 municipios por valor de \$4.590.383.

INFRAESTRUCTURA SANITARIA

El gobierno departamental cumplió un amplio programa de construcción de obras de infraestructura sanitaria en todos los municipios vallecaucanos.

¹⁵ **COBO VELAZCO, Alfonso.** *Calendario biográfico y genealógico de Santiago de Cali.*

Se construyeron nuevas instalaciones asistenciales y fueron terminados nuevos acueductos rurales de Cali y otros municipios, con un valor total de \$237.198.000.

HOSPITALES Y CENTROS DE SALUD

En desarrollo del plan de construcciones hospitalarias se adelantó la obra del hospital de los Chorros.

Además de estas obras de inversión, se construyó el aeropuerto de Palmaseca - hoy Bonilla Aragón - que quedó como uno de los más modernos y funcionales de América Latina.

RESUMEN DE INVERSIONES EN SANTIAGO DE CALI (1968 – MAYO 1971)

TABLA 16

**INVERSIONES EN CALI DURANTE LOS VI JUEGOS PANAMERICANOS
(1968 - 1971)**

<i>Pavimentaciones por valorización</i>	\$ 169.110.000
<i>Compra de predios por obras de valorización</i>	\$ 60.000.000
<i>Pavimentaciones por el municipio</i>	\$ 10.513.000
<i>Acción comunal</i>	\$ 2.500.000
<i>Construcción de talleres</i>	\$ 18.000.000
<i>Centros y salas de salud</i>	\$ 600.000
<i>Construcciones escolares</i>	\$ 8.160.000
<i>Parques y zonas verdes</i>	\$ 16.060.000
<i>Urbanizaciones populares</i>	\$ 7.335.898
<i>Alcantarillado</i>	\$ 76.100.000
<i>Compra de equipo de construcción para el municipio</i>	\$ 35.000.000
<i>Estudio y ejecución nueva nomenclatura</i>	\$ 3.000.000
TOTAL	\$ 406.378.898

FUENTE: COBO VELAZCO, Alfonso. *Calendario biográfico y genealógico de Santiago de Cali.*

\$15.111.475 fue el saldo que arrojó la venta de boletas durante los VI juegos panamericanos.

Con los juegos panamericanos del 71, la ciudad de Cali creció en todos los sentidos. Urbanísticamente obtuvo su desarrollo más importante y los servicios públicos se pusieron a tono con la ciudad. Definitivamente y hasta el momento estos juegos representan y son símbolo de avance socio - económico de Cali. Por tal razón eventos tan importantes como este son necesarios en ciudades que aspiran avanzar y crecer a un ritmo aliciente para encarar nuevos retos.

Santiago de Cali, logró condensando en las dos felices semanas que duraron los juegos, el fruto correspondiente a 4 años de elaboración. Todo se unió para que el nombre de la ciudad ante el continente quedara en alto.

Santiago de Cali dio un ejemplo en preparar dignamente los VI juegos panamericanos.

4.1.2.1.2 Juegos del pacífico

Carlos Hoguín Sardi se propuso ubicar al Valle, en el periodo 1991 - 1995, en la cuenca del océano Pacífico, idea que fue impulsada gracias a la experiencia que se tenía de los juegos panamericanos. En este sentido el primer paso fue la remodelación de los escenarios deportivos de Cali. La millonaria inversión en la remodelación de los escenarios deportivos totalizó los 15 mil millones de pesos, que incluyeron:

- ◆ **Pascual Guerrero:** \$424,424.000. Nuevo alumbrado y, por consiguiente, reconstrucción del sistema eléctrico.
- ◆ **Piscinas Panamericanas:** \$206,505.324. Construcción de ocho cabinas para radio con todas sus salidas eléctricas y telefónicas. Se instaló un equipo de bombeo de la planta de tratamiento de agua.
- ◆ **Gimnasio El Pueblo:** \$422,395.192. Se remodeló totalmente.
- ◆ **Diamante de béisbol J. Clark:** \$483,601.054. Se remodeló y se dotó de iluminación.

- ◆ **Piscinas Alberto Galindo:** \$149,373.577. Se remodelaron.
- ◆ **Gimnasio Evangelista Mora:** \$124,282.785. Se reconstruyó la cancha auxiliar para baloncesto, se hicieron camerinos y graderías para la cancha de patinaje.
- ◆ **Velódromo Alcides Nieto:** \$1,401.580.000. Se remodeló completamente. Se instala pista de madera y se construye la cubierta.
- ◆ **Gimnasio de voleibol:** \$201,408.537. Se remodeló.

Cabe anotar que este presupuesto resultó limitado para realizar remodelaciones, especialmente en lo referente a sonido e iluminación. Los dineros provinieron exclusivamente de aportes gubernamentales. El precio de las boletas osciló entre los \$2.000 y \$5.000 para Cali y para las 5 subsedes de los juegos. Estos juegos permitieron un acercamiento comercial, cultural y deportivo con los países de la cuenca del Océano Pacífico, en especial con los asiáticos y su gran poderío económico.

Los empleos generados indirectamente por los juegos, también tuvieron organización. Los taxistas y vendedores ambulantes recibieron orientación de como atender a los visitantes. En esta capacitación trabajaron unidos entidades como Emsirva, Secretaría de Tránsito y la Sociedad de mejoras públicas.

4.1.2.2 Barcelona

La ciudad aprovecha los juegos olímpicos de 1992 para sorprender a todos con la más importante renovación urbanística del siglo; para hacer en menos de 10 años lo que, de otro modo, hubiera adquirido décadas.

Barcelona se ha transformado, ha experimentado una política de esparcimiento y rehabilitación; el ejemplo ha puesto de relieve la policromía modernista con los efectos de restauración; se han creado cinturones de ronda y vías rápidas que mejoraron el tráfico del centro de la ciudad; se ha dotado de obras de infraestructura tan importantes como la torre de comunicaciones de Collserola, o el nuevo aeropuerto. Se ha logrado un enriquecimiento cultural, unas nuevas áreas de negocios, de vivienda, y de equipamientos.

De las 4 áreas olímpicas, las de mayor envergadura e impacto urbanístico fue la construcción de la villa olímpica. El nuevo barrio integrado por 200 viviendas, con locales comerciales, oficinas y servicios que sirvieron de alojamiento a los atletas, se completa con 2 colosales torres de más de 150 mts de altura y el puerto olímpico. El impacto directo de Barcelona 92 sobre la economía española fue extraordinario y no se limitó exclusivamente a la capital catalana; también alcanzó, aunque en menor medida, a las 15 subsedes olímpicas.

4.1.2.3 Orlando

Es una ciudad que tiene el parque de atracciones más famoso del mundo, lo que hizo que Orlando pasara del anonimato a ser reconocido como uno de los lugares más visitados. Son 200 hectáreas de junglas, bosques, sabanas y desiertos que se asemejan a los paisajes de Asia y Africa, los que componen el mundo de Disney. Tiene parques tradicionales como el magic kingdom, Universal Studios, estudios del MGM. Y cuenta con restaurantes que ofrecen espectáculos. El costo de las atracciones puede oscilar entre US129.95 y US189 para adulto y entre US 151 y US 107.95 para niño.

4.1.2.4 Ciudades brasileras

El fútbol brasileño se caracteriza por ser el mejor del mundo y por llevar multitudes a sus modernos estadios deportivos, tres de los cuales están entre los 5 mejores del mundo. Estadios como el Maracanã, en la ciudad de Río de Janeiro, el más grande del mundo, tiene una capacidad para 200 mil personas. Es posible realizar campeonatos nacionales de fútbol con más de 40 clubes porque en cualquier ciudad brasileña existe un buen estadio deportivo. Los juegos del campeonato brasileño han sido asistidos por más de 7.3 millones de personas, en más de 322 juegos. Con la recaudación de los estadios, el fútbol brasileño maneja recursos por más de US9 millones. Pero, este deporte también maneja otros valores, con la transferencia de jugadores, la utilización de los estadios para otras finalidades, la lotería

deportiva promovida por el gobierno y la publicidad en los uniformes de los atletas.

Todos estos grandes estadios, certifican la permanencia del fútbol como deporte preferido por la mayoría del pueblo brasileño. Lo que conlleva a la generación de ingresos para que la nación continúe creciendo, mejorando cada vez más el desarrollo económico del país.

Con la anterior descripción deportiva que se presenta de Cali y algunas ciudades del mundo, puede destacarse, de manera muy amplia, la importancia del sector del deporte para las economías de las ciudades mencionadas, como factor que contribuye a la renta nacional y al empleo. Entonces, los eventos deportivos se convierten en el origen del desarrollo urbanístico, industrial, económico y hasta tecnológico dado en diversas ciudades del mundo y queda claro que pueden llegar a constituirse en una industria fundamental tanto para los países desarrollados como para los que están en vía de desarrollo. Por lo tanto no puede seguir siendo ignorado el impacto global del deporte en la economía de los distintos países.

4.2 PRESUPUESTO DE LAS ENTIDADES ENCARGADAS DE LA CULTURA EN CALI

Hace cuatro años bajo la filosofía de que el desarrollo cultural es un eje a través del cual se pueden generar grandes e interesantes cambios que son trascendentales en la vida de la ciudad, el Estado creó la Dirección Municipal de Cultura para que fuera una entidad estatal que canalizara los recursos necesarios para hacer crecer el nivel cultural de la ciudad de Cali. Estos recursos provienen del gobierno central, específicamente del Ministerio de Cultura quien dirige sus recursos al municipio a través de la Dirección de Cultura, para invertirlos o ejecutarlos en proyectos de formación cívica, cultura y civismo, defensa y conservación del patrimonio de la ciudad, y en el diseño de programas para la recuperación de la historia cultural. Lamentablemente la crisis económica que afecta al país desde hace dos años, ha llevado a que el Ministerio de Cultura disminuya el volumen de recursos destinados para la ciudad. Y como podrá verse a continuación en los presupuestos, si se compara el presupuesto definitivo de 1997 con el de 1999, se podrá observar que su variación fue de - 41%.

TABLA 17. PRESUPUESTO DE LA DIRECCION DE CULTURA PARA 1997

CONCEPTO	PRESUPUESTO INICIAL	PRESUPUESTO FINAL (\$)
<i>Bibliotecas</i>	546,850.000	371,850.000
<i>construcción Centro de información y Cultura</i>	2.500.000	2,881.000.000
<i>Mejoramiento infraestructura</i>	291,000.000	140,000.000
<i>Centros participativos</i>	18.000.000	18,000.000
<i>Encuentros culturales</i>	9,000.000	209,000.000
<i>Promoción espacio cultural</i>	59,000.000	59,000.000
<i>Recuperación espacio público</i>	165,000.000	145,000.000
<i>Divulgación de cultura</i>	20.000.000	15,000.000
<i>Búsqueda de talento</i>	55.000.000	55,000.000
<i>Apoyo a festivales, grupos</i>	63.896.000	63,896.000
<i>Mantenimiento a teatros</i>	607,598.000	657,598.000
<i>Ayuda a salas concertadas y a Orquesta Sinfónica</i>	600.000.000	600,000.000
GRAN TOTAL	2,437.844.000	5,215.344.000

FUENTE: Dirección Municipal de Cultura.

TABLA 18. PRESUPUESTO DE LA DIRECCION DE CULTURA PARA 1998

CONCEPTO	PRESUPUESTO INICIAL	PRESUPUESTO FINAL (\$)
<i>Bibliotecas</i>	69,000.000	89,000.000
<i>Instrucción cívica</i>	50.000.000	50,000.000
<i>Formación grupos culturales</i>	74.000.000	97,120.704
<i>talleres, festivales, programas en comunas</i>	52.500.000	52,500.000
<i>Políticas a corregimientos</i>	6.000.000	7.000.000
<i>Promoción espacio cultural</i>	90.000.000	90,000.000
<i>Recuperación espacio público</i>	280,000.000	154,000.000
<i>Divulgación de Cultura</i>	25.000.000	47,662.200
<i>Apoyo a grupos y artes</i>	29.000.000	69,000.000
<i>Talleres y ferias</i>	25.000.000	25,000.000
<i>Ballet de Cali</i>	25.000.000	25,000.000
<i>Programas, presentaciones en corregimientos</i>	22.000.000	22,000.000
<i>Mantenimiento de teatros</i>	0	295,000.000
<i>Ayuda a Orquesta Sinfónica</i>	0	500,000.000
GRAN TOTAL	747,500.000	1,523.282.904

FUENTE: Dirección Municipal de Cultura.

TABLA 19

PRESUPUESTO DE LA DIRECCION DE CULTURA PARA 1999

CONCEPTO	PRESUPUESTO INICIAL	PRESUPUESTO FINAL (\$)
<i>Bibliotecas</i>	216,200.000	693,776.315
<i>Apoyo a artes plásticas y escénicas</i>	221,000.000	221,000.000
<i>Recuperación del espacio público y patrimonio histórico</i>	274,000.000	473,314.776
<i>Búsqueda de talento</i>	30,000.000	30,000.000
<i>Difusión de eventos</i>	103,190.000	137,175.280
<i>Dotación cultural</i>	465,000.000	468,543.167
<i>Realización de eventos en las comunas</i>	20,600.000	20,600.000
<i>Realización de eventos en los corregimientos</i>	34,700.000	34,640.000
<i>Mantenimiento de teatros</i>	100,000.000	229,775.400
<i>Asistencia a orquesta sinfónica</i>	200,000.000	193,000.000
<i>Asistencia a Incolballet</i>	50,000.000	50,000.000
<i>Fundación del Artista colombiano</i>	30,000.000	30,000.000
<i>Estampilla procultura</i>	0	22,000.000
<i>Festivales</i>	480,000.000	474,979.196
GRAN TOTAL	2,224.690.000	3,078.804.134

FUENTE: Dirección Municipal de Cultura.

La cifra presupuestada en bibliotecas para los 3 años ha mostrado un comportamiento ascendente; su participación dentro del presupuesto total definitivo ha pasado del 7% en 1997 al 22% en 1999; lo que supone una mayor atención por parte del Estado al mejoramiento, dotación y creación de Bibliotecas en el área urbana y rural del municipio.

Siendo uno de los objetivos de la Dirección de Cultura, la conservación del patrimonio de la ciudad, se destaca la gestión de esta institución en la recuperación cultural del espacio público y patrimonio histórico de la ciudad. Razón por la cual, este concepto se ha convertido en parte fundamental de su presupuesto final al pasar del 3% de participación en 1997, al 15% en 1999; lo cual ha permitido la realización de unas programaciones más amplias y ofertar mejores servicios a la comunidad caleña. Ello supone la mayor ejecución de presupuesto en 1999 para la realización de festivales de gran importancia, entre los que se encuentran el Festival Internacional de Arte de Cali, el cual se lleva un gran volumen de recursos y permite la participación de miles de usuarios del arte en las actividades programadas. Cabe anotar que todas las programaciones hechas por la Dirección Municipal de Cultura son ofrecidas gratuitamente a la comunidad. Dentro del presupuesto final de 1999 se nota la reciente creación de la estampilla procultura, mediante el acuerdo 29 de diciembre de 1998, la cual se ha convertido en un instrumento de recaudación equivalente al 1% del valor de la matrícula de todas aquellas personas que ingresen a instituciones educativas.

4.3 GASTO PUBLICO A FAVOR DE LA CULTURA EN CALI

Como en las demás zonas de una sociedad en crisis, en la de la actividad cultural, ha existido desorganización, falta de políticas culturales coherentes,

dado el desconocimiento de la importancia de lo cultural por parte del Estado.

Afortunadamente esta situación ha ido cambiando en la ciudad desde la creación de la Dirección Municipal de Cultura en 1996, la cual ha creado las condiciones que facilitan la producción de Cultura a nivel local. Factores como la creación de bibliotecas, de talleres, escuelas y políticas culturales; recuperación del espacio público y patrimonio histórico, realización de programas, eventos en comunas y corregimientos, y muchos otros puntos que pueden identificarse en los presupuestos anotados anteriormente y en la ejecución que se muestra a continuación.

TABLA 20

**EJECUCION DE INVERSION DE LA DIRECCION DE CULTURA A
DICIEMBRE 31 DE 1997**

CONCEPTO	EJECUCION (\$)
<i>Bibliotecas</i>	398,076.658
<i>construcción Centro de información y Cultura</i>	2,881.000.000
<i>Mejoramiento infraestructura</i>	118.615.670
<i>Centros participativos</i>	14.052.240
<i>Encuentros culturales</i>	209,000.000
<i>Promoción espacio cultural</i>	58.992.263
<i>Recuperación espacio público</i>	111,145.000
<i>Divulgación de cultura</i>	15.000.000
<i>Búsqueda de talento</i>	25.504.475
<i>Apoyo a festivales, grupos</i>	63.896.000
<i>Mantenimiento a teatros</i>	286.457.911
<i>Ayuda a salas concertadas y a Orquesta Sinfónica</i>	511.826.386
GRAN TOTAL	4,693.566.603

FUENTE: Dirección Municipal de Cultura.

TABLA 21
EJECUCION DE INVERSION DE LA DIRECCION DE CULTURA A
DICIEMBRE 31 DE 1998

CONCEPTO	EJECUCION (\$)
<i>Bibliotecas</i>	65.395.593
<i>Instrucción cívica</i>	50.000.000
<i>Formación grupos culturales</i>	96.678.781
<i>Talleres, festivales, programas en comunas</i>	46.500.786
<i>Políticas a corregimientos</i>	6.821.780
<i>Promoción espacio cultural</i>	88.240.932
<i>Recuperación espacio público</i>	153,947.875
<i>Divulgación de Cultura</i>	47.284.906
<i>Apoyo a grupos y artes</i>	68.975.600
<i>Talleres y ferias</i>	25.000.000
<i>Ballet de Cali</i>	25.000.000
<i>Programas, presentaciones en corregimientos</i>	20.429.080
<i>Mantenimiento de teatros</i>	165,000.000
<i>Ayuda a Orquesta Sinfónica</i>	500,000.000
GRAN TOTAL	1,359.275.333

FUENTE: Dirección Municipal de Cultura.

TABLA 22
EJECUCION DE INVERSION DE LA DIRECCION DE CULTURA A
DICIEMBRE 31 DE 1999

CONCEPTO	EJECUCION (\$)
<i>Bibliotecas</i>	686,913.444
<i>Apoyo a artes plásticas y escénicas</i>	221.000.000
<i>Recuperación del espacio público y patrimonio histórico</i>	473,314.776
<i>Búsqueda de talento</i>	30.000.000
<i>Difusión de eventos</i>	137,175.280
<i>Dotación cultural</i>	468,543.167
<i>Realización de eventos en las comunas</i>	20.600.000
<i>Realización de eventos en los corregimientos</i>	34.640.000
<i>Mantenimiento de teatros</i>	229,775.400
<i>Asistencia a orquesta sinfónica</i>	193,000.000
<i>Asistencia a Incolballet</i>	50.000.000
<i>Fundación del Artista colombiano</i>	30.000.000
<i>Estampilla procultura</i>	22.000.000
<i>Festivales</i>	474,979.196
GRAN TOTAL	3,071.941.263

FUENTE: Dirección Municipal de Cultura.

El total ejecutado para los tres años nunca ha alcanzado el 100%. En 1997 se ejecutó el 90% del presupuesto, en 1998 se ejecutó el 89% y en 1999 se ejecutó el 99% del presupuesto para ese año. Es apreciable el aumento en el porcentaje de ejecución de presupuesto, cuando se compara 1997 con 1999.

Así puede observarse como la ejecución de presupuesto para los 3 años analizados pasó de \$5,309.464.483 en 1997 a \$4,799.284.189 en 1999 en precios constantes de 1998, lo cual indica una variación de -10%, a pesar de que en 1998 la ejecución fue de \$1,359.275.333. Donde la mayor cuantía de gasto en 1997 la tuvo la construcción del Centro de Información y Cultura. En 1998, se gastó más en la asistencia a la Orquesta Sinfónica del Valle, y en 1999 el mayor volumen de presupuesto lo tuvo el mejoramiento de bibliotecas a nivel urbano y rural.

La Orquesta Sinfónica del Valle mostró una buena participación dentro de la ejecución del presupuesto en los años 1997 y 1998 con 11% y 37% respectivamente. Pero en 1999 esa participación disminuyó considerablemente al 6%, ya que se decidió trasladar gran parte de esos recursos al mejoramiento de bibliotecas y a la fundación del Artista colombiano.

El apoyo a las artes plásticas y escénicas ha sido un objeto de gasto que ha aumentado discretamente su participación en el total de presupuesto, al comparar 1997 con 1999. Este tipo de apoyo reúne contratos y convenios, gastos operativos relacionados con festivales, grupos artísticos y , artes plásticas y escénicas. En 1997 su participación dentro de la ejecución de presupuesto fue de 1%, en 1998 fue de 5% y en 1999 fue de 7%.

El mantenimiento a los teatros de la ciudad se encamina directamente a la realización de contratos y convenios, a la compra de equipo, a materiales y suministros, recurso humano y otros gastos relacionados con gastos operativos que puedan darse en el teatro Jorge Isaac, Los Cristales, Municipal, y a salas concertadas dentro de las que se encuentran: Teatro Salamandra, Imaginario, La Máscara, Teatro Experimental de Cali, Cali Teatro y Esquina Latina. En 1998 la ejecución de gasto, por este concepto, tuvo una variación de -42% con respecto a 1997. La variación de 1999 con respecto a 1998 fue de 39%.

4.4 CONTRIBUCION DE LA CULTURA A LA RIQUEZA DE LA CIUDAD DE CALI

El complejo de la economía muestra que en esta ciencia funcionan un conjunto de agentes que están interrelacionados y en función de esas relaciones se mueve la realidad económica. Por esta razón, se pretende que este campo de acción mida el volumen del mercado cultural en términos

brutos, el cual pueda estar compuesto por los gastos efectuados por los consumidores para acceder a bienes y servicios culturales, venta de papelería en librerías, de los gastos realizados en actividades culturales por el Estado. Se incluyen en este valor bruto del mercado cultural las inversiones realizadas por las familias en el equipamiento necesario para el consumo cultural. Por ejemplo, en materia de equipos de audio, videograbadoras, televisores, etc., y para la formación en disciplinas culturales (comunicación, bellas artes, música, etc.).

TABLA 23

CONSUMO CULTURAL EN CALI (1997 - 1999)

AÑOS	PIB (Mill. \$ 1990)*	CONSUMO ADM. PUBLICA **	CONSUMO PRIVADO ***
1997	1,699.313	\$4,693.566.603	\$5,954.956.000
1998	1,639.837	\$1,359.275.333	\$6,813.660.655
1999	1,590.642	\$3,071.941.263	\$7,442.561.531

* Observatorio económico del Valle del Cauca.

** Dirección Municipal de Cultura.

*** DANE. Extrapolaciones.

El volumen de mercado cultural en términos brutos podría sintetizarse, entonces, en la suma del consumo cultural de la administración pública y el consumo cultural privado, el cual estaría indicado de la siguiente manera para los 3 años analizados.

TABLA 24**MERCADO CULTURAL BRUTO EN CALI (1997 - 1999)**

AÑOS	VOLUMEN DE MERCADO CULTURAL BRUTO
1997	\$ 10,648.522.603
1998	\$ 8,172.935.988
1999	\$ 10,514.502.794

FUENTE: Cálculos.

Es necesario precisar que debido a la inexistencia de datos oficiales estadísticos sobre el gasto de consumo cultural privado o de los hogares para los 3 años en análisis, se recurrió a la encuesta nacional de ingresos y gastos de 1995 para la ciudad de Cali, y generar extrapolaciones para lograr determinar relaciones cuantitativas de consumo sobre ciertos bienes y servicios. Razón por la cual el análisis puede tomarse disperso e irreal, pero que logra cierta apertura a la información a nivel de organismos públicos y privados.

En la siguiente tabla (tabla 25) se discrimina más concretamente el consumo cultural privado de los hogares caleños.

TABLA 25

**GASTO DE CONSUMO CULTURAL PRIVADO O DE LOS HOGARES EN
LA CIUDAD DE CALI. (1997 - 1999)**

CONCEPTO	1997 (\$) *	1998 (\$) *	1999 (\$) *
<i>Medios de información cultural</i>	2,653.159.000	3,035.744.528	3,315.943.748
<i>Aparatos fotográficos</i>	20.854.000	23.861.147	26.063.531
<i>Discos</i>	340,049.000	389.084.066	424.996.525
<i>Instrumentos musicales</i>	893.000	1.021.771	1.116.080
<i>Artículos de arte</i>	45.462.000	52.017.620	56.818.846
<i>Computadores</i>	231.651.000	265.055.074	289.519.657
<i>Cine</i>	362.625.000	414.915.525	453.212.228
<i>Teatro y conciertos</i>	93.759.000	107.279.048	117.180.904
<i>Circos y espectáculos afines</i>	30.193.000	34.546.830	37.735.502
<i>Visitas a museos y zoológico</i>	94.821.000	108.494.188	118.508.201
<i>Discotecas, tabernas.</i>	783.914.000	896.954.399	979.743.290
<i>Textos</i>	1,297.576.000	1,484.686.459	1,621.723.019
GRAN TOTAL	5,954.956.000	6,813.660.655	7,442.561.531

FUENTE: DANE, Extrapolaciones(*)

El gasto de consumo cultural privado se ha clasificado en 12 grupos para tratar de reunir los diferentes bienes y servicios culturales en grupos más concisos y amplios. Tal es el caso del grupo "Medios de información cultural", el cual reúne los siguientes elementos: alquiler de películas, televisores, equipos de sonido, libros, revistas, periódicos y enciclopedias. Siendo el grupo que muestra mayor volumen de consumo por la población

caleña en cada uno de los años analizados. El grupo que muestra menor cuantía de gasto de consumo es el de "Instrumentos musicales". Esto se da debido a que la amplitud de los 2 grupos es muy notable. La participación de "Medios de información cultural", dentro del total consumido en cultura, fue de 45% en los tres años analizados (1997, 1998 y 1999) y seguidamente se encuentran los textos con 22%.

TABLA 26
CONTRIBUCION DE LA CULTURA A LA RIQUEZA DE LA CIUDAD

AÑOS	% PIB	% CONSUMO TOTAL FINAL ADM. PUBLICA	% CONSUMO TOTAL FINAL PRIVADO.
1997	0.6	3.9	18
1998	0.5	1.1	20
1999	0.7	2.7	22

FUENTE: Cálculos.

Se estima que el consumo total final de la administración pública en Cali para 1997 fue de \$118,951.910.000, en 1998 fue de \$114,788.590.000 y en 1999 fue de \$111,344.940.000 ¹⁶, lo cual indica que la participación del consumo cultural de la administración pública local, dentro de los totales señalados anteriormente, para 1997 es de 3.9%, para 1998 fue de 1.1% y para 1999 fue

16 Estos valores corresponden a estimaciones realizadas a partir del 7% de participación del consumo final de la Administración pública en el PIB local para 1998, lo cual se implementó para 1997 y 1999.

de 2.7%. Esta última cifra muestra una variación de 1.6 puntos porcentuales con respecto a 1998, lo cual puede explicarse por el aumento del consumo cultural del gobierno local y la disminución de su consumo final total, haciendo que esta variación sea positiva y significativa. Esta disminución en el porcentaje de participación del consumo cultural de la administración pública dentro de su consumo total, es el reflejo de la crisis económica del gobierno quien ha disminuido el volumen de recursos destinados a este tipo de actividades para lograr reducir su gasto total como objetivo de gobierno de los últimos años.

El consumo total final de los hogares en Cali se valora para 1997 en \$32,702.410.000, en 1998 de \$33,782.440.000 y en 1999 en \$33,673.270.000 en millones de pesos de 1975 ¹⁷ . Se desprende, entonces, que la participación del consumo cultural de los hogares en Cali, para los 3 años en análisis, dentro de estos totales es de 18%, 20% y 22%. Estas cifras excluyen algunos gastos ligados indirectamente a la cultura, como los de desplazamiento de artistas y de público a eventos culturales.

¹⁷ Estas cifras corresponden a una estimación realizada a partir de datos obtenidos del consumo total final de los hogares a nivel nacional por el total de hogares, entonces se dividió ese consumo por el número total de hogares para conocer el consumo por hogar en Colombia para los 3 años, y luego se multiplicó ese consumo / hogar por el número de hogares registrado en Cali para los 3 años para obtener el consumo total final de los hogares en la ciudad de Cali.

Estas cifras reflejan el aumento en el deseo de la gente por consumir año tras año más actividades culturales y disponer un poco más de su ingreso para disfrutar de cines, discotecas, teatros y museos atendiendo a la gran diversidad de escenarios que se ha generado en los años analizados.

La cifra relativa a la contribución de la cultura al PIB local para 1997, 1998 y 1999, las cuales corresponden a los siguientes valores: 0.6%, 0.5% y 0.7%, indicados en la tabla 26, se pudo calcular gracias a la participación del volumen de mercado cultural bruto en la riqueza de la ciudad.

En términos absolutos la contribución que la cultura hace a la riqueza de la ciudad es importante, incluso en proporción a los gastos totales de consumo. Tanto así, que podría llegar a compararse con la contribución de la actividad agropecuaria y minera al PIB local, la cual fue de 0.36% en 1996, según datos de la unidad de planeación.

Gracias a que la ejecución de presupuesto destinado a la cultura a venido aumentando progresivamente, debido a que el Estado ha asumido con mayor responsabilidad y en un sentido más amplio el tema cultural; y a que los caleños disponen más cuantía de su ingreso para gastarlo en bienes y servicios culturales, es que el volumen de mercado cultural ha mostrado un comportamiento ascendente y una participación cada vez mas notable dentro del Producto Interno Bruto de la ciudad. Esto constata el interés que día a

día genera la cultura tanto a nivel público como privado. Razón por la cual se deben aunar esfuerzos en que esa participación tome más importancia dentro de las cuentas económicas locales.

4.5 PRESUPUESTO DE LAS ENTIDADES ENCARGADAS DEL DEPORTE Y LA RECREACION EN CALI

Los recursos empleados en la actividad deportiva y recreativa en la ciudad de Cali, son manejados principalmente por dos entidades: SECRETARIA DEL DEPORTE Y RECREACION de la Alcaldía de Santiago de Cali, y por INDERVALLE. Pero, esencialmente por la primera entidad, ya que Indervalle maneja recursos más concretamente para todos los municipios del departamento del Valle del Cauca.

Los recursos de la Secretaría del Deporte y Recreación proceden de distintas fuentes: Ley 60 de educación física, Sector de educación física, otros sectores, tasa prodeportes, impuesto de eventos deportivos.

Según datos proporcionados por la Alcaldía de Cali, el presupuesto definitivo para 1998, para el deporte y la recreación local, fue el siguiente:

<i>Fondo del deporte</i>	<i>\$ 4,800.000.000</i>
<i>Impuesto a los cigarrillos</i>	<i>\$ 3,200.000.000</i>
<i>I.V.A deportes</i>	<i>\$ 1.000.000</i>
<i>Jundeportes licores</i>	<i>\$ 1,598.000.000</i>

Otros ingresos	\$	1.000.000
----------------	----	-----------

INGRESOS ACUMULADOS

Fondo del deporte	\$	4,958.851.008
-------------------	----	---------------

Impuesto a los cigarrillos	\$	3,813.982.664
----------------------------	----	---------------

I.V.A deportes	\$	0
----------------	----	---

Jundeportes licores	\$	1,144.868.344
---------------------	----	---------------

Otros ingresos	\$	0
----------------	----	---

La responsabilidad de la Secretaría es la de conseguir la mayor gestión con los medios a su alcance, y es innegable que la posibilidad de obtener una mayor financiación abre puertas a mejores condiciones deportivas y recreativas limitadas estas por un siempre escaso presupuesto.

Los recursos de Indervalle provienen de 3 rentas: Cigarrillos nacionales y extranjeros, licores departamentales y fondo inextinguible. El Fondo inextinguible consiste en la rentabilidad de unas acciones de la Sociedad Portuaria, donde el Valle del Cauca percibe para el año 2,000 aproximadamente \$600 millones. Las regalías de la licorera llegan a \$1,500 millones para el mismo año y los dineros de los cigarrillos ascienden a un total de \$6,500 millones.

El deporte venía siendo dirigido directamente desde la nación y había unos impuestos que le ingresaban directamente. Pero, la ciudad ha visto reducido

su financiamiento durante los primeros años de la década de los noventa. Primero, los dineros del cine, luego la explotación comercial e industrial de los escenarios deportivos la cual la tenía el deporte aficionado, pero en 1991, a través de la ley 16, se le entregó directamente a los equipos profesionales, y el deporte aficionado perdió estos dineros. Seguidamente se perdieron los recursos provenientes de los espectáculos públicos (ley 47 /68) y últimamente los dineros correspondientes al I.V.A turístico (ley 181 /95), la columna vertebral de la descentralización del deporte. Si no se hubieran caído los anteriores impuestos, se tendrían más o menos \$ 2,000 millones, pero desafortunadamente se han perdido en los últimos 10 años más o menos \$ 6,000 millones. Y es que definitivamente la caída del IVA turístico afectó todo el sistema del deporte.

Actualmente cursa en el Congreso de la República un proyecto de ley, donde vuelve al deporte un gasto social, eso significa que podría figurar el presupuesto nacional a nivel de educación y salud y no como un componente de la educación solamente. Si eso se hace posible, volverían los recursos del IVA turístico, es decir, que retornarían los \$6,000 millones que se perdieron en el último año y medio para el deporte vallecaucano.

TABLA 27

PRESUPUESTO GENERAL (SECRETARIA DEL DEPORTE Y RECREACION). 1998		
FUENTE	VALOR	PORCENTAJE SOBRE EL TOTAL
<i>Situado fiscal territorial</i>	\$1,859.906.000	30.4 %
<i>Juntas Administradoras locales</i>	\$ 532.117.460	8.69 %
<i>Dependencia</i>	\$3,730.363.877	61 %
INVERSION	\$6,122.387.337	100.0%
<i>Servicios personales</i>	\$2,545.729.134	
<i>Gastos generales</i>	\$ 199.884.559	
TOTAL PRESUPUESTO DEPORTE Y RECREACION \$8,868.001.030		

Fuente: Secretaría del deporte y recreación.

TABLA 28

PRESUPUESTO GENERAL (SECRETARIA DEL DEPORTE Y RECREACION). 1999		
FUENTE	VALOR	PORCENTAJE SOBRE EL TOTAL
<i>Situado fiscal territorial</i>	\$2,198.862.900	32 %
<i>Convenio social</i>	\$ 912.000.000	13 %
<i>Dependencia</i>	\$3,830.742.808	55 %
INVERSION	\$6,941.605.708	100.0%
<i>Servicios personales</i>	<i>No hay dato</i>	
<i>Gastos generales</i>	<i>No hay dato</i>	
TOTAL PRESUPUESTO DEPORTE Y RECREACION \$ 6,941.605.708		

Fuente: Secretaría del deporte y recreación.

Este presupuesto general para 1998 y 1999 presenta el total gestionado para la zona urbana y rural de la ciudad de Cali.

Puede observarse como el monto de inversión aumentó en un 13% en 1999 con respecto a 1998. Lo cual hace esperar que se mantenga esta tendencia de crecimiento en inversión que afiance la prestación de servicios deportivos y recreativos.

4.6 GASTO PUBLICO A FAVOR DEL DEPORTE Y LA RECREACION EN CALI

La Secretaría del deporte y Recreación, como única entidad encargada de manejar, administrar y suministrar los recursos necesarios para el deporte y la recreación en el municipio de Cali, ha financiado su gasto con cargo al presupuesto que anualmente se destina para su funcionamiento y gestión. La partida más relevante en gasto público, desarrollado por la secretaría del deporte, la constituye la construcción de infraestructura deportiva y/o recreativa.

TABLA 29

**GASTO EN CONSTRUCCION DE INFRAESTRUCTURA DEPORTIVA -
RECREATIVA EN CALI, Y SU PARTICIPACION SOBRE EL TOTAL**

COMUNA	GASTO 1997 \$	PARTICIP. %	GASTO 1998 \$	PARTICIP. %	GASTO 1999 \$	PARTICIP. %
1	0	0	6.000.000	9.2	75.000.000	72
2	18.000.000	67	9.000.000	5.2	42.000.000	21
3	9.000.000	53	0	0	6.000.000	15
4	24.000.000	48	15.500.000	22	15.000.000	14
5	52.000.000	100	92.000.000	86	10.000.000	6
6	78.000.000	41	101.160.000	52	56.000.000	20
7	15.000.000	20	69.460.000	36	6.000.000	7
8	0	0	50.000.000	31	25.000.000	8.2
9	0	0	0	0	0	0
10	40.000.000	68	147.890.000	39.3	28.000.000	18
11	39.000.000	51	15.000.000	8.3	43.000.000	34
12	6.280.000	13	23.280.000	66	0	0
13	0	0	0	0	186.000.000	59
14	0	0	176.470.000	50	155.000.000	40
15	19.000.000	33	30.000.000	23	117.800.000	56
16	32.000.000	89	39.000.000	38	246.874.446	60
17	88.500.000	66	50.500.000	32	73.000.000	31
18	0	0	19.000.000	19	20.000.000	59
19	31.636.000	61	32.000.000	29	30.000.000	20

Fuente: Secretaría del Deporte y Recreación.

Los gastos públicos a favor de construcciones de infraestructura deportiva-recreativa en la zona urbana de Cali han pasado de \$514.109.090 en 1997 a \$1772.928.822 en 1999, en precios constantes de 1998. Debido a la crisis presupuestaria en el sector público, ha habido una transformación importante de la estructura de gasto durante este periodo. En 1997 la inversión en construcción de instalaciones representaban en promedio el 48% de los gastos totales (\$946,509.963). En 1998, esta proporción descendió al 32%, y en 1999 a 32%.

La comuna 17 tuvo la mayor cuantía en gasto a favor de construcciones deportivas en 1997, en 1998 fue la comuna 14 y en 1999 fue la comuna 16, contrario a la disminución de inversión en construcción de instalaciones, la parte de los gastos de funcionamiento pasó de un promedio de participación de 43% en 1997, a 54% en 1999. (Tabla 30).

Estos resultados ilustran la situación existente en la ciudad. Durante 1997 se construyó un gran número de instalaciones. Por lo tanto, se alcanzó un equipamiento óptimo y la proporción de gastos de funcionamiento tuvo que ir aumentando con el tiempo para lograr mantener esa infraestructura construida.

TABLA 30
GASTO DE FUNCIONAMIENTO DE LAS INSTALACIONES DEPORTIVAS -
RECREATIVAS EN CALI, Y SU PARTICIPACION SOBRE EL TOTAL

COMUNA	GASTO 1997 \$	PARTICIP. %	GASTO 1998 \$	PARTICIP. %	GASTO 1999 \$	PARTICIP. %
1	0	0	43.083.000	66	19.684.000	19
2	9.000.000	33.3	158.000.000	91	104.000.000	53
3	9.000.000	53	0	0	15.000.000	37
4	14.700.000	30	43.700.000	62	68.459.900	63
5	0	0	5.000.000	4.6	145.049.000	83
6	94.154.000	50	68.154.000	35	211.000.000	75
7	60.000.000	80	118.000.000	60	82.700.000	93
8	0	0	124.500.000	76	272.000.000	90
9	0	0	37.000.000	40	4.000.000	6.1
10	19.000.000	32	216.250.000	57	127.200.000	82
11	38.000.000	49	116.618.720	65	52.610.000	41
12	42.000.000	87	6.000.000	17	83.160.000	81
13	40.000.000	100	59.525.000	84	91.500.000	29
14	5.000.000	25	156.500.000	45	236.000.000	60
15	9.000.000	16	48.448.000	38	43.600.000	21
16	4.000.000	11	44.000.000	43	128.000.000	31
17	39.000.000	29	41.000.000	26	104.000.000	45
18	0	0	36.000.000	36	7.000.000	21
19	20.000.000	39	70.900.000	64	102.000.000	67
20	0	0	20.000.000	32	8.700.000	17

Fuente: Secretaría del Deporte y Recreación.

Si las cifras de los gastos de funcionamiento no hacen más que traducir la distribución en el tiempo de la creación de instalaciones, no hay problema. Pero si son el reflejo de las condiciones políticas que afectan a los gastos de funcionamiento de los poderes públicos, esto creará dificultades en el futuro. En los próximos años, tal y como lo muestran las cifras los gastos de funcionamiento (dotación, mantenimiento, remodelaciones, adecuaciones,

reparación) de las instalaciones construidas ocuparán una parte cada vez mayor del presupuesto de la administración local.

TABLA 31

OTROS GASTOS DEPORTIVOS - RECREATIVOS EN CALI

COMUNA	GASTO 1997	PARTICIP.	GASTO 1998	PARTICIP.	GASTO 1999	PARTICIP.
	\$	%	\$	%	\$	%
1	0	0	6.000.000	25	10.000.000	10
2	0	0	6.000.000	3.4	52.000.000	26
3	0	0	0	0	20.000.000	49
4	11.000.000	22	11.000.000	16	25.000.000	23
5	0	0	10.000.000	9.3	20.000.000	11.4
6	18.000.000	10	24.000.000	12	14.650.000	5.2
7	0	0	8.000.000	4	0	0
8	0	0	11.000.000	7	5.000.000	2
9	14.000.000	100	52.000.000	56	61.000.000	94
10	0	0	12.000.000	3.1	0	0
11	0	0	47.000.000	26.3	17.000.000	13
12	0	0	6.000.000	17	20.000.000	19
13	0	0	11.200.000	16	39.200.000	12
14	15.000.000	75	17.000.000	5	0	0
15	25.240.000	44	50.240.000	39	37.200.000	18
16	0	0	14.000.000	14	34.000.000	8.3
17	6.000.000	4	64.000.000	41	77.500.000	33
18	0	0	46.000.000	46	7.000.000	21
19	0	0	21.000.000	19	8.000.000	5
20	0	0	43.000.000	68	42.100.000	83

Fuente: Secretaría del Deporte y Recreación.

La anterior tabla (Tabla 31) está relacionado con "otros gastos" y hace referencia a realización de encuentros deportivos - recreativos, capacitación, fomento, programas deportivos- recreativos, formación deportiva, campañas y seminarios.

El CONPES (Consejo Nacional de Política Económica y Social), en un diagnóstico realizado para el deporte en 1999, reveló la baja cobertura de las prácticas deportivas en la población en general, una orientación de la inversión hacia programas que privilegian a la elite de alta competición y un marco institucional que no ha favorecido la integración efectiva de la población en actividades deportivas y recreativas. La construcción de espacios deportivos comunitarios en los municipios del Valle y en los planteles escolares no ha tenido un apoyo decidido. La inversión en infraestructura se ha orientado recientemente a la construcción de canchas multifuncionales. La orientación de la acción estatal hacia una elite de alta competición, alejada de la práctica deportiva de la población en general, se refleja en la inversión del Estado en grandes escenarios. Aunque no existen indicadores que permitan conocer con exactitud su grado de utilización, este es bajo. Ocasionalmente son cedidos para programaciones de aficionados y en la mayoría de los municipios permanecen desocupados la mayor parte del tiempo.

4.7 CONTRIBUCION DEL DEPORTE - RECREACION A LA RIQUEZA DE LA CIUDAD DE CALI

El PIB es un indicador importante en si mismo y las modificaciones de su valor real constituyen habitualmente la mejor medida posible de la evolución de la producción de un país. De ello se desprende que el PIB deje de lado

elementos, al excluir prácticamente todo trabajo productivo que no tenga contrapartida monetaria. Por consiguiente el método de la contabilidad nacional descuida las actividades hogareñas, y las del responsable deportivo que añaden millones de horas a la producción de bienes y servicios de un país.

En general, la mayoría de estudios no se han planteado las consecuencias de la aplicación del deporte y la recreación en las cuentas nacionales, el cual implica muchos más gastos que beneficios. A raíz de esto se ha decidido incluir en esta parte del trabajo, la contribución del deporte y la recreación al PIB de la ciudad de Cali, teniendo en cuenta el gasto o consumo de bienes y servicios generados por estas dos actividades tales como, equipamiento, vestuario, espectáculos, boletería, prensa deportiva y gasto de transporte para desplazarse hacia lugares de esparcimiento, los cuales se han tomado como elementos del consumo deportivo privado. Dentro del gasto deportivo de las administraciones públicas se ha tomado el total ejecutado del presupuesto municipal de cada año.

TABLA 32**CONSUMO DEPORTIVO - RECREATIVO EN CALI**

AÑOS	PIB (Mill.\$ 90)*	CONSUMO DE ADMINISTRACION PUBLICA (\$) **	CONSUMO PRIVADO (\$) ***
1997	1,699.313	944,510.000	5,381.826.000
1998	1,639.837	2,748.378.720	6,157.882.000
1999	1,590.642	3,529.987.346	6,726.256.000

* La economía del Valle del Cauca en los 90's.

** Secretaría del deporte y recreación.

*** DANE. Extrapolaciones.

El siguiente cuadro (Tabla 33) muestra más específicamente los elementos que componen el gasto de consumo deportivo y recreativo que han realizado los caleños en los años 1997, 1998 y 1999. Se ha clasificado el conjunto de elementos en 8 grupos. Así, los gastos de prendas deportivas incluyen camisetas, pantalonetas, tenis. Los gastos de medios de información deportivo incluyen televisión, periódico, revistas, libros y suscripciones. Los otros 6 grupos corresponden a equipamiento deportivo, transporte o desplazamiento, boletería y cuotas, espectáculos y visitas; y otros gastos.

TABLA 33
GASTO DE CONSUMO DEPORTIVO - RECREATIVO PRIVADO O DE LOS
HOGARES EN CALI

GASTO	1997*	1998*	1999*
<i>Prendas deportivas</i>	1,784.656.000	2,042.000.000	2,230.480.000
<i>Medios de información deportivo</i>	1,575.032.000	1,802.152.000	1,968.490.000
<i>Equipamiento deportivo</i>	69.391.000	79.397.000	86.725.000
<i>Transporte o desplazamiento a lugares de esparcimiento</i>	1,658.054.000	1,897.145.000	2,072.251.000
<i>Boletería a espectáculos y cuotas a clubes deportivos</i>	95.133.000	108.851.000	118.898.000
<i>Espectáculos y visitas a lugares recreativos</i>	176.243.000	201.657.000	220.270.000
<i>Juegos</i>	5.732.000	6.559.000	7.164.000
<i>Otros gastos</i>	17.585.000	20.121.000	21.978.000
TOTAL	5,381.826.000	6,157.882.000	6,726.256.000

FUENTE: DANE.

* *Proyecciones.*

Es necesario precisar que la calidad de los datos es muy variable. Las cifras correspondientes a cada uno de los años son extrapolaciones realizadas gracias a la extracción de datos de 1995 de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos para la ciudad de Cali. Por lo tanto, se nota que no ha sido fácil reunir y clasificar esta información desde una perspectiva coordinada. Sin embargo, se alcanza a notar que los consumidores caleños, cuando se deciden a realizar gastos ligados al deporte o a la recreación, se

inclinan por gastar más en prendas deportivas. Como puede verse, en los 3 años analizados es la categoría que alcanza el mayor monto en comparación con el resto.

La siguiente tabla (Tabla 34) indica la participación del deporte y la recreación en el consumo final total de los hogares y en el consumo final total del gobierno local. Además de indicar su participación en el PIB local.

TABLA 34

CONTRIBUCION DEL DEPORTE - RECREACION A LA RIQUEZA DE LA CIUDAD

AÑOS	% PIB	%CONSUMO FINAL ADM. PUBLICA	% CONSUMO FINAL PRIVADO
1997	0.3	0.79	16.4
1998	0.5	2.4	18.2
1999	0.6	3.1	20

FUENTE: Estimaciones.

El porcentaje del consumo final privado ligado al deporte - recreación, se evaluó de la siguiente forma: el consumo final total de los hogares en la ciudad de Cali para 1997 se estima en \$32,702.410.000, para 1998 fue de \$33,782.440.000 y, para 1999 fue de \$33,673.270.000 en millones de pesos de 1975¹⁸. Lo que indica que la contribución del deporte y la recreación

18 Estas cifras corresponden a una estimación realizada a partir de datos obtenidos del consumo total final de los hogares a nivel nacional por el total de hogares, entonces se dividió ese consumo por el número total de hogares para conocer el consumo por hogar en Colombia para los 3 años, y luego se multiplicó ese consumo / hogar por el número de hogares registrado en Cali para los 3 años para obtener el consumo total final de los hogares en la ciudad de Cali.

al consumo final total de los hogares en Cali fue de 16.4%, 18.2% y 20% para los 3 años analizados respectivamente. Siendo estos resultados el reflejo de la tendencia de los caleños a gastar más en actividades y artículos deportivos - recreativos año tras año.

El consumo final total del gobierno local para 1997 se estima en \$118,951.910.000, para 1998 fue de \$114,788.590.000, y para 1999 fue de \$111,344.940.000 ¹⁹. Es decir, que el consumo deportivo de la Administración pública representó el 0.79%, 2.4% y 3.1% del consumo final total de la Administración pública para 1997, 1998 y 1999. Participación que ha ido aumentando debido a que la Secretaría del Deporte y Recreación de Cali, ha empleado más recursos del gobierno local y nacional para la construcción de infraestructura, mantenimiento y otros relacionados con estas actividades.

A partir de los datos ofrecidos en la tabla 34 , se estimó que la contribución del deporte y la recreación a la renta local ha sido de 0.3% para 1997, de 0.5% para 1998 y de 0.6% para 1999. Lo cual se desprende de los siguientes porcentajes: 0.31% (1997), 0.37% (1998), y 0.42 (1999), correspondientes a la participación del consumo privado del deporte - recreación en el PIB local, sumados a los siguientes porcentajes: 0,05%

¹⁹ Al igual que con la información de Cultura, estos valores corresponden a estimaciones realizadas a partir del 7% de participación del consumo final de la administración pública en el PIB local para 1998, lo cual se implementó para 1997 y 1999.

(1997), 0,16% (1998) y 0,22% (1999); correspondientes a la participación del consumo público de deporte - recreación en el PIB local.

Como es posible observar, la participación del deporte y la recreación en el PIB de Cali ha ido aumentando discretamente debido a una mayor ejecución de gasto deportivo - recreativo de la Secretaría del deporte y la recreación y, a que los caleños han dispuesto una mayor proporción de su ingreso al gasto de consumo deportivo y recreativo. Las cifras obtenidas son de gran relevancia porque pueden llegar a mostrar el cambio de carácter del deporte y la recreación, ya que se han transformado en una importante rama de actividad económica que engloba al sector público y privado.

4.8 GASTO DE CONSUMO CULTURAL Y DEPORTIVO – RECREATIVO DE LOS HOGARES CONTRA OTROS GASTOS DE CONSUMO EN CALI

Gracias a que en los puntos anteriores pudo estimarse que la contribución de la Cultura en el PIB local es en promedio 0.6% y , que la contribución del Deporte – Recreación es de 0.5% en promedio para los 3 años analizados, se puede decir que estas cifras son claramente comparables con la participación en el PIB de 1998 que mostraron otros sectores.

TABLA 35

**PARTICIPACION EN EL PIB DE CALI (1998) DE SECTORES
ECONOMICOS, INCLUIDO CULTURA Y DEPORTE – RECREACION**

SECTOR	PARTICIPACION EN EL PIB
<i>Cultura *</i>	<i>0.5%</i>
<i>Silvicultura</i>	<i>0.1%</i>
<i>Pesca</i>	<i>1.0%</i>
<i>Minería</i>	<i>0.2%</i>
<i>Deporte – Recreación *</i>	<i>0.5%</i>
<i>Electricidad – gas – agua</i>	<i>1.0%</i>
<i>Servicios domésticos</i>	<i>0.4%</i>

FUENTE : OBSERVATORIO ECONOMICO DEL VALLE DEL CAUCA.

* Cálculos.

Estas cifras son importantes y no pueden ser despreciables para el análisis económico, y pueden sustentar una razón justa para incluir, dentro de las cuentas nacionales, actividades y / o sectores como la Cultura y el Deporte – Recreación.

La tabla 36 muestra varias categorías de gasto de los caleños.

TABLA 36

ALGUNAS CATEGORIAS DE GASTOS DE CONSUMO EN CALI
(1997, 1998, 1999)

CATEGORIA	1997 *	1998 *	1999 *
<i>Adornos para la casa</i>	\$ 663.580.000	\$ 759.268.236	\$ 829.348.694
<i>Artículos de higiene</i>	\$ 8,218.455.000	\$ 9,403.544.769	\$10,271.491.951
<i>Artículos de joyería</i>	\$ 1,073.999.000	\$ 1,228.869.656	\$ 1.342.294.325
<i>Cultura *</i>	\$ 5,954.956.000	\$6,813.660.655	\$ 7,442.561.531
<i>Servicios de enseñanza</i>	\$ 7,814.440.000	\$8,941.282.448	\$ 9,766.562.599
<i>Telefonía</i>	\$ 154.128.000	\$ 176.353.257	\$ 192.630.663
<i>Deporte – Recreación **</i>	\$ 5,381.826.000	\$ 6,157.885.000	\$ 6,726.250.000

* *Extrapolaciones . ENCUESTA NACIONAL DE INGRESOS Y GASTOS 1995.*

** *cálculos.*

De lo anterior se desprende que el valor de los gastos de consumo privado ligados a la Cultura, comparado con los de Deporte – Recreación es minimamente diferente, ya que los gastos en Cultura son mayores en \$573.130.000, razón por la cual la contribución promedio de la Cultura es superior a la del Deporte – Recreación en 0.1%. Además, hay que decir que estos gastos (Cultura y Deporte – Recreación) son del valor del mismo orden de otras categorías importantes de gastos, como los Servicios de enseñanza y artículos de higiene. La Cultura y el Deporte – Recreación son superiores en gasto a los mercados de adornos para la casa, artículos de joyería y telefonía.

La tabla 36 confirma la importancia de los gastos ligados a la Cultura y al Deporte – Recreación.

La composición de los gastos de consumo cultural privado en Cali, se encuentra detallada en la tabla 25, y la composición de los gastos de consumo Deportivo – Recreativo privado en Cali se encuentra detallada en la tabla 33.

4.9 INVESTIGACION DE MERCADOS PARA DETERMINAR LA INCIDENCIA MICROECONOMICA DE LA CULTURA Y EL DEPORTE – RECREACION EN CALI

Tras haber examinado de forma relativamente amplia, algunas variables económicas de la Cultura y el Deporte - Recreación bajo el aspecto de las entidades encargadas de estas actividades en la ciudad, conviene ahora centrarse en los índices y aspectos micro-económicos generados por personas y escenarios de la ciudad. Para tal efecto ha sido necesario acudir a la Fundación para el Desarrollo Integral del Valle del Cauca (FDI) de la Cámara de Comercio de Cali, para observar la información económica de las actividades y escenarios culturales y Deportivos – Recreativos de la ciudad. Y además se hizo necesario la elaboración de dos encuestas, una dirigida a la población universitaria de la ciudad y otra dirigida a escenarios culturales y deportivos.

4.9.1 Actividades y escenarios registrados en la cámara de comercio de Cali

La Fundación para el Desarrollo Integral del Valle del Cauca (FDI) de la Cámara de Comercio de Cali maneja, exclusivamente, y para uso interno, el registro estadístico de 10 actividades culturales y 6 escenarios deportivos – recreativos con respecto a empleos, activos, ingresos y egresos para el periodo comprendido entre 1994 – 1997. Dentro de las actividades culturales se encuentran: explotación de cinematógrafos (estudios cinematográficos), distribución de películas cinematográficas (videotiendas), organizaciones de conciertos, servicio de grabación de discos (estudios de grabación), agencias de contratación de actores y artistas, servicios de escenografía e iluminación, organizaciones y conjuntos musicales, teatros, galerías de arte, distribución y exhibición de películas y las compañías teatrales. Dentro de los escenarios deportivos – recreativos se encuentran: boleras, gimnasios, Clubes deportivos, salas de billar y piscinas. La información concerniente a 1998- 1999 no ha sido procesada y por lo tanto no aparece registrada.

Así el comportamiento de dichas actividades ha sido de la siguiente manera:

TABLA 37 EMPLEOS GENERADOS EN ACTIVIDADES CULTURALES

CODIGO CIUU	DESCRIPCION	AÑOS				
		1994	1995	1996	1997	1998
Total 941201	Explotación cinematógrafos	240	244	169	171	141
Total 941202	Distribución películas cinematográficas	1	Sin dato	Sin dato	19	16
Total 941402	Organizaciones conciertos	3	Sin dato	1	Sin dato	1200
Total 941404	Servicios grabación de discos	31	25	5	4	4
Total 941405	Agencia contratación actores, artistas	78	72	60	45	15
Total 941406	Servicios escenografía, iluminación	24	37	22	12	15
Total 941408	Organizaciones, conjuntos, agrupacion.	156	307	270	244	248
Total 942004	Establecimientos culturales galerías	65	46	48	30	25
Total 942008	Establecimientos culturales teatros	56	57	54	35	35
Total 941200	Distribución y exhibición películas	Sin dato	2	2	1	1
Total 941403	Compañías teatrales	Sin dato	Sin dato	Sin dato	Sin dato	2

FUENTE: Cámara de Comercio de Cali

TABLA 38 EMPLEOS GENERADOS EN ESCENARIOS DEPORTIVOS - RECREATIVOS

CODIGO CIUU	DESCRIPCION	AÑOS			
		1994	1995	1996	1997
Total 949002	Boleras	22	23	22	17
Total 949003	Salas de billar	423	386	239	188
Total 949005	Piscinas	34	24	27	29
Total 949014	Clubes deportivos	139	459	442	458
Total 949016	Gimnasios	196	115	199	160
Total 949013	Escuelas de equitación	Sin dato	4	Sin dato	12

FUENTE : Cámara de Comercio de Cali.

TABLA 39 ACTIVOS GENERADOS EN ACTIVIDADES CULTURALES

CODIGO CIUU	DESCRIPCION	AÑOS			
		1994	1995	1996	1997
Total 941201	Explotación cinematógrafos	355.167.445	376.846.059	297.225.491	404.406.805
Total 941202	Distribución películas cinematográficas	515.144	Sin dato	Sin dato	82.864.479
Total 941402	Organizaciones conciertos	4.000.000	Sin dato	500.000	Sin dato
Total 941404	Servicios grabación de discos	39.427.187	51.296.368	42.070.244	107.882.491
Total 941405	Agencia contratación actores, artistas	424.571.768	406.731.232	468.970.505	82.137.586
Total 941406	Servicios escenografía, iluminación	82.782.572	62.855.516	67.771.000	51.911.316
Total 941408	Organizaciones, conjuntos, agrupacion.	62.889.405	153.944.789	264.760.299	368.323.562
Total 942004	Establecimientos culturales galerías	131.226.818	168.925.659	140.286.814	109.657.100
Total 942008	Establecimientos culturales teatros	395.334.457	678.196.411	1.139.098.745	1.129.314.079
Total 941200	Distribución y exhibición películas	Sin dato	2.100.000	2.100.000	1.100.000

FUENTE: Cámara de Comercio de Cali

TABLA 40 ACTIVOS GENERADOS EN ESCENARIOS DEPORTIVOS - RECREATIVOS

CODIGO CIUU	DESCRIPCION	AÑOS			
		1994	1995	1996	1997
Total 949002	Boleras	289.821.436	386.005.604	326.605.099	294.244.505
Total 949003	Salas de billar	279.695.472	294.513.948	470.995.026	265.078.151
Total 949005	Piscinas	103.588.890	126.292.359	189.603.771	157.575.364
Total 949014	Clubes deportivos	3.162.431.304	1.721.539.747	1.711.478.400	2.151.400.626
Total 949016	Gimnasios	680.814.079	240.599.573	689.260.514	855.535.468
Total 949013	Escuelas de equitación	Sin dato	7.000.000	Sin dato	5.000.000

FUENTE : Cámara de Comercio de Cali.

TABLA 41 INGRESOS GENERADOS EN ACTIVIDADES CULTURALES

CODIGO CIUU	DESCRIPCION	AÑOS			
		1994	1995	1996	1997
Total 941201	Explotación cinematógrafos	252.349.512	395.430.394	357.887.931	430.459.860
Total 941202	Distribución películas cinematográficas	Sin dato	Sin dato	Sin dato	282.795.897
Total 941402	Organizaciones conciertos	Sin dato	Sin dato	Sin dato	Sin dato
Total 941404	Servicios grabación de discos	26.947.716	37.844.798	41.159.684	48.202.292
Total 941405	Agencia contratación actores, artistas	191.576.526	414.823.752	330.072.389	166.225.505
Total 941406	Servicios escenografía, iluminación	86.798.032	57.900.369	142.747.232	119.187.500
Total 941408	Organizaciones, conjuntos, agrupacion.	426.359.450	118.567.810	236.847.676	265.375.381
Total 942004	Establecimientos culturales galerías	80.697.500	207.785.047	227.180.855	79.517.400
Total 942008	Establecimientos culturales teatros	476.060.044	561.563.796	590.964.000	260.875.879
Total 941200	Distribución y exhibición películas	Sin dato	4.015.000	5.110.000	5.760.000

FUENTE: Cámara de Comercio de Cali

TABLA 42 INGRESOS GENERADOS EN ESCENARIOS DEPORTIVOS - RECREATIVOS

CODIGO CIUU	DESCRIPCION	AÑOS			
		1994	1995	1996	1997
Total 949002	Boleras	226.792.202	168.448.485	255.943.315	179.995.591
Total 949003	Salas de billar	231.482.811	194.612.650	197.192.685	137.656.500
Total 949005	Piscinas	117.777.671	75.090.385	188.327.724	210.500.891
Total 949014	Clubes deportivos	1.728.182.644	2.314.350.790	2.798.511.641	2.993.478.257
Total 949016	Gimnasios	361.270.127	173.584.891	448.729.590	677.281.905

FUENTE : Cámara de Comercio de Cali.

TABLA 43 EGRESOS GENERADOS EN ACTIVIDADES CULTURALES

CODIGO CIUU	DESCRIPCION	AÑOS			
		1994	1995	1996	1997
Total 941201	Explotación cinematógrafos	185.881.805	296.174.674	269.684.241	317.564.783
Total 941202	Distribución películas cinematográficas	Sin dato	Sin dato	Sin dato	275.275.922
Total 941404	Servicios grabación de discos	21.733.425	32.798.284	34.241.721	40.463.390
Total 941405	Agencia contratación actores, artistas	161.919.966	375.564.661	379.902.856	156.642.405
Total 941406	Servicios escenografía, iluminación	56.773.000	38.394.607	121.334.261	97.670.185
Total 941408	Organizaciones, conjuntos, agrupacion.	38.816.124	101.825.948	197.354.582	214.533.336
Total 942004	Establecimientos culturales galerías	64.035.265	169.583.194	211.885.835	47.840.988
Total 942008	Establecimientos culturales teatros	433.072.411	547.603.340	606.137.682	336.065.892
Total 941200	Distribución y exhibición películas	Sin dato	8.323.000	4.830.000	4.320.000

FUENTE: Cámara de Comercio de Cali

TABLA 44 EGRESOS GENERADOS EN ESCENARIOS DEPORTIVOS - RECREATIVOS

CODIGO CIUU	DESCRIPCION	AÑOS			
		1994	1995	1996	1997
Total 949002	Boleras	230.730.302	160.852.788	240.699.193	178.226.299
Total 949003	Salas de billar	174.539.435	152.357.727	157.752.463	99.223.216
Total 949005	Piscinas	120.618.153	85.932.527	233.538.785	231.025.733
Total 949014	Clubes deportivos	593.690.087	2.419.115.934	2.801.755.788	3.172.695.728
Total 949016	Gimnasios	342.984.158	162.027.674	350.480.919	609.947.678

FUENTE : Cámara de Comercio de Cali.

4.9.1.1 Empleos generados (TABLAS 37 Y 38):

El registro de Cámara de Comercio para la actividad cultural (tabla 37) señala que, la generación de empleo por parte de estas actividades culturales registradas, ha ido disminuyendo año tras año en el período analizado. Sin embargo, esto no ocurre con las organizaciones, conjuntos, y agrupaciones musicales que muestran un comportamiento ascendente, ya que en 1994 registra 156 empleos y en 1998 248 empleos, teniendo una variación de 59%. Además, es la actividad que muestra una mayor participación dentro del total en 1995, 1996, 1997, con 39%, 43%, 43.4%. Gracias al registro de 1998 se nota como la mayor participación dentro del total de este año la tiene organizaciones de conciertos con 70.5% (1.200 personas). Las 10 actividades emplean un promedio de 867 personas al año. El mejor año para la generación de empleo dentro de las 10 actividades fue 1998 con 1.702 empleos, aunque hay que tener en cuenta que esto puede darse por la falta de registro de las mismas en años anteriores, por lo tanto quedan cifras por anexar a dicho registro haciendo que el análisis sea insuficiente e incompleto.

Dentro de los escenarios deportivos descritos en la tabla 38, se observa que la mayor fuente de empleo está representada en los clubes deportivos. Del total de empleos generados por las 6 actividades del registro, los Clubes han tenido mayor importancia ó la más alta tasa de participación desde 1995, ya que en estos años representó el 45.4% del total, en 1996 el 47.5% y en 1997

el 53%. En 1994 participó apenas con el 17.0%, siendo las salas de billar, con el 51.9% de participación, las mayores generadoras de empleo.

Sin embargo, es notable como la cantidad de empleos generados por el conjunto de las 6 actividades disminuyó en 1997 en comparación con 1995. Mientras que en 1995 se generaron 1011 empleos, en 1997 fueron 864 empleos. Podría decirse que a este tipo de escenarios también le llegó la crisis, la cual se constata en la caída de los empleos generados.

Según los resultados, se muestra que la actividad deportiva – recreativa es mejor empleador que la actividad cultural, ya que genera un promedio de 904 empleos por año, contra los 658 de la actividad cultural en el periodo 1994 – 1997.

4.9.1.2 Activos generados (TABLAS 39 Y 40) :

El comportamiento de esta variable (tabla 39) para los establecimientos culturales Teatros es muy bueno, con una tendencia al alza dentro del periodo 1994 – 1996. Pasando de \$272,644.453 a \$ 883,022.283, en precios constantes de 1998. La variación para estos teatros en el mismo periodo fue así: 71% de 1995 con respecto 1994, 67% de 1996 con respecto a 1995; y la de 1997 con respecto a 1996 fue de -0.8%, ya que el monto de activos para 1997 disminuye en \$ 9.784.666.

Otra actividad que se destacó en el periodo analizado fueron las organizaciones, conjuntos y agrupaciones musicales al pasar de \$ 43,372.003 en 1994 a \$ 418,549.502 en 1997 a precios constantes de 1998.

El mejor año, en cuanto a generación de activos, fue 1996 con \$ 1,878.126.435 y el año que menos activos registró fue 1994 con \$ 1,031.665.377, ambos valores están a precios constantes de 1998. El análisis con respecto a esta variable, también se dificulta, ya que en algunos años no se muestra el registro de activos de las actividades.

De acuerdo con el registro deportivo – recreativo (tabla 40), son los Clubes Deportivos los que muestran mayor cuantía en sus activos desde 1994. Son los que mayor participación ha tenido dentro del grupo, es importante anotar que su crecimiento ha sido discreto, puede notarse como los activos de estos Clubes en 1994 fueron de \$2.080.546.911 y en 1997 pasaron a \$2.444.773.439, a precios constantes de 1998. Lo cual puede compararse con la situación de los gimnasios, se nota que aunque tienen una pequeña participación dentro del total, ha presentado un comportamiento creciente al pasar de \$447,903.999 en 1994, a \$972,199.395 a precios de 1998, en 1997. Además de esto, el comportamiento total de los activos desde 1994 hasta 1997 ha decaído notablemente. Este comportamiento puede tornarse más significativo cuando se analiza a través de las siguientes variaciones:

1995 varió en -38% con respecto a 1994, 1996 varió en 22% con respecto a 1995, 1997 varió en 10% con respecto a 1996. Pero tal vez la variación más representativa es de -17% la cual es la de 1997 con respecto a 1994.

La comparación de resultados, pone de manifiesto que la actividad deportiva - recreativa posee más activos (un promedio de \$3,602.269.834 para los 6 escenarios, por año).

4.9.1.3 Ingresos generados (TABLAS 41 Y 42) :

De acuerdo con el registro cultural (tabla 41), los establecimientos culturales teatros mostraron un comportamiento ascendente y de mayor importancia en comparación con las otras actividades hasta 1996, era la que mayor participación registraba dentro del total de ingresos. Por ejemplo, se observa que para 1994, su participación fue 31% , en 1995 fue de 31% y en 1996 fue de 30% . A pesar de que su participación fue disminuyendo, el monto de ingresos fue aumentando.

Pero en 1997 este monto disminuye y mostró una participación de apenas 15.7% en comparación con la participación de 26% de la explotación de cinematógrafos cuya cuantía de ingresos también fue aumentando con los años hasta registrar en 1997 el mayor volumen del total.

El mejor año para generación de ingresos por parte de las 10 actividades

analizadas fue 1997 con \$1,884.545.130, a precios constantes de 1998.

La tabla 42 muestra el registro deportivo - recreativo donde se observa que la mayor participación de ingresos dentro del total de escenarios de este tipo la tuvo los Clubes Deportivos, en el transcurso del periodo 1994 a 1997 con 65%, 79%, 72% y 71% respectivamente.

Esta variable muestra una tendencia ascendente para Clubes, gimnasios y piscinas. Por el contrario, las boleras y salas de billar, la tendencia es descendente.

Cabe anotar algo de gran importancia, como lo es la mayor cuantía de ingresos registrada por los Clubes Deportivos en 1997 en comparación con sus activos. Situación que demuestra el buen desempeño de estos escenarios en el tiempo, sin tener en cuenta todavía el monto de egresos.

Lamentablemente, las cifras para las escuelas de equitación con respecto a esta variable no se encuentran registradas impidiendo la realización de su análisis y de una comparación con los otros escenarios.

4.9.1.4 Egresos generados (TABLAS 43 Y 44) :

En términos generales, todas las actividades culturales (tabla 43) mostraron utilidades al registrar mayores ingresos que egresos. Aunque hay que anotar

que para los establecimientos culturales teatros la situación pasó a registrar pérdidas en los años de 1996 y 1997 y esto a pesar de que su monto de gastos tuvo una tendencia a la baja, ya que pasó de gastar \$ 298,670.628 en 1994 a gastar \$ 381,893.059 en 1997, a precios de 1998. Situación que no se vio compensada por los ingresos, ya que, como mencionaba reglones atrás, la tendencia de esta variable fue a la baja.

El año que menos gasto mostró fue 1994 y el que más mostró fue 1996.

La tabla 44 registra los egresos para los escenarios deportivos - recreativos, donde el comportamiento para piscinas y clubes deportivos ha sido deficitario cuando se realiza una comparación entre sus ingresos y sus egresos. Estos sitios han gastado más de lo que sus ingresos lo permiten. Desde 1994 hasta 1997 han registrado pérdida. La tendencia de los egresos para estos dos tipos de escenarios durante el mismo periodo ha sido creciente, sobre todo para la registrada por los clubes, ya que la cuantía pasó de \$593.690.087 en 1994 a \$3172.695.728 en 1997. Las variaciones han sido de la siguiente forma: De 1995 a 1994 fue de 307%, de 1996 a 1995 fue de 15% y de 1997 a 1996 fue de 13%; y entre 1997 y 1994 fue de 434%, siendo una variación bastante significativa en cuanto a la variable que se está analizando.

Cuando se realiza un acumulado de ingresos y egresos para las 10 actividades culturales y para las 5 actividades deportivas - recreativas en los

4 años analizados, se encuentra que los dos sectores han generado utilidad. Siendo el sector deportivo, con \$13,681.210.755 de ingresos y con \$12,518.194.587 de egresos acumulados, el que registra una mayor utilidad con \$1,163.016.168 (precios corrientes), con respecto al sector cultural quien totaliza ingresos por \$6,929.089.227 y egresos por \$5,848.247.783 para generar una utilidad de \$1,080.841.444 (precios corrientes).

Puede observarse como las diferentes actividades que fueron analizadas, muestran un registro escaso para alcanzar a realizar un análisis objetivo y profundo que pueda brindar más certeza sobre la verdadera importancia económica que descargan estas actividades en la economía local. Por lo cual es necesario que Cali cuente con una base de datos completa, eficaz y actualizada sobre las variables económicas relevantes que generan dichas actividades. Esto es importante para mostrar nuevas formas de inversión a los agentes económicos y para que las autoridades nacionales y organismos internacionales formulen políticas con instrumentos de otras disciplinas que pueden resultar relevantes para las decisiones económicas que se tomen.

4.9.2 Encuestas

4.9.2.1 Encuesta dirigida a población universitaria de Cali (anexo 3)

4.9.2.1.1 Definición del problema:

Qué movimiento económico se genera a partir de las actividades culturales y deportivas desarrolladas por los jóvenes universitarios de Cali?

- ◆ *Qué actividades culturales y deportivas - recreativas ejercen los universitarios de Cali?*

4.9.2.1.2 Hipótesis:

- ◆ *Los jóvenes universitarios son un población altamente ejecutora de actividades culturales y deportivas - recreativas.*
- ◆ *Hay pocas estrategias y políticas encaminadas a incentivar a los jóvenes a realizar y a participar en actividades culturales y deportivas - recreativas.*

4.9.2.1.3 Grupo objetivo:

Población Universitaria de Cali entre los 15 y 34 años, de cuatro universidades : Universidad Autónoma de Occidente, Universidad Pontificia Javeriana, Universidad Santiago de Cali y Universidad del Valle.

4.9.2.1.4 Alcance volumen de la investigación:

Jóvenes universitarios de Cali.

4.9.2.1.5 Diseño de la investigación:

Encuesta llevada por la estudiante Marybel Ruiz Segura de la Universidad Autónoma de Occidente a cada una de las universidades, citadas anteriormente.

4.9.2.1.6 Sistema de entrevista:

Se entregó un formato de encuesta (anexo 3) a cada uno de los jóvenes y estos registraron sus respuestas.

4.9.2.1.7 Plan de muestreo:

El tamaño de la muestra corresponde a 400 jóvenes, la cual fue obtenida para un 95% de certeza, mediante un proceso estadístico basado en una desviación estándar de 10 actividades entre culturales y deportivas en las que pueda llegar a gastar un joven universitario, y que de las cuales se decide a gastar solo en una. La formula fue:

$$95\% / 2 = 0.475 \Rightarrow Z = 1.96 \text{ (distribución de probabilidad normal)}$$

*$Z \sigma / \sqrt{n} = 1 \Rightarrow 1.96 * 10 / 1 = \sqrt{n} \Rightarrow 384 = n$ (aproximado a 400). Por consiguiente fueron interrogadas 100 personas por cada universidad. De las 400 personas, el 43% fueron mujeres (172) y el 57% hombres (328).*

4.9.2.1.8 Objetivos de la investigación:

- ◆ *Identificar la práctica cultural y deportiva - recreativa de los jóvenes universitarios de la ciudad.*
- ◆ *Determinar el impacto microeconómico de las actividades culturales y deportivas - recreativas ejercidas por los jóvenes universitarios de Cali.*

4.9.2.1.9 Análisis:

Realizada la investigación se pudieron establecer tres categorías de frecuencia con que los jóvenes acostumbran visitar los escenarios culturales, estas son: *intensivo (semanalmente), regular (2 - 3 veces por mes) y ocasional.*

En la siguiente tabla se indica la distribución porcentual de visita a escenarios culturales entre las 3 categorías mencionadas anteriormente y por sexos.

TABLA 45

FRECUENCIA PORCENTUAL DE PARTICIPACION DE LOS JOVENES EN ESCENARIOS CULTURALES, POR SEXO.

MUJERES

ESCENARIO	INTENSIVO	REGULAR	OCASIONAL	TOTAL
<i>Cine</i>	17%	42%	22%	81%
<i>Concierto</i>	9%	16%	6%	31%
<i>Teatro</i>	5%	8%	5%	18%
<i>Títeres</i>	2%	3%	2%	7%
<i>Ballet</i>	2%	2%	0%	4%
<i>Circos</i>	3%	3%	0%	6%
<i>Museos</i>	5%	6%	8%	19%
<i>Discotecas, tabernas</i>	20%	39%	23%	82%

HOMBRES

Cine	13%	29%	38%	80%
Concierto	8%	9%	24%	41%
Teatro	6%	6%	8%	20%
Títeres	0%	1%	1%	2%
Ballet	2%	2%	0%	4%
Circos	0%	4%	0%	4%
Museos	3%	4%	11%	18%
Discotecas, tabernas	18%	31%	29%	78%

FUENTE: ENCUESTA.

Existe una mínima diferencia entre hombres y mujeres con respecto a la preferencia de visitar el cine o de visitar discotecas, tabernas. Mientras que el 82% de las mujeres acostumbran visitar el último lugar mencionado, en los hombres lo hace el 78%. El lugar que los hombres acostumbran visitar es el cine (80%) y las mujeres lo hace en un 81%.

Según los resultados, falta respuesta de participación de los jóvenes a expresiones más artísticas tales como el Ballet y los Títeres. Tal vez es el reflejo de la insensibilidad artística que caracteriza al joven contemporáneo.

La anterior situación está inmersamente relacionada con que los jóvenes universitarios dedican más parte de su presupuesto cultural a gastarlo en espectáculos musicales y en proyecciones cinematográficas (33%), mientras

que las categorías que se encuentran más relegadas de este presupuesto son: poesía, cuento, recitales y, obras de teatro y danza.

Los jóvenes encuestados consideran que las mayores falencias de las universidades se encuentran en la falta de motivación por parte de estas instituciones educativas, a los jóvenes, para que ejerzan dentro de sus aulas, algunas actividades culturales, y además que aquellas actividades culturales dadas en la universidad son poco divulgadas o promocionadas, razón por la cual hay poca información sobre las mismas. En orden de importancia le siguen: realización de eventos y la falta de escenarios.

Dentro de las 400 personas encuestadas, el 89% (356) respondieron que practicaban un deporte. El estudio reparte a las personas que practican deporte en 3 categorías: practicantes intensivos, es decir, los que practican a diario (14%); regulares, que practican 1 - 2 veces por semana (28%) y los ocasionales (47%). El 11% restante, corresponde a las personas que nunca practican deporte.

La tabla 46 indica la distribución de la totalidad de los gastos ligados al deporte entre estas cuatro categorías de consumidores.

TABLA 46

**DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LOS GASTOS LIGADOS AL
DEPORTE POR TIPO DE PRACTICANTE DEPORTIVO**

GASTO	INTENSIVO	REGULAR	OCASIONAL
<i>Vestuario y calzado deportivo</i>	68%	47%	45%
<i>Equipamiento deportivo</i>	23%	35%	15%
<i>Cursos de enseñanza deportiva</i>	9%	9%	8%
<i>Asistencia a manifestaciones deportivas</i>	0	9%	8%
<i>Ninguno</i>	0	0	24%
TOTAL	100% (56)	100% (112)	100% (188)

FUENTE: ENCUESTA.

El mayor porcentaje de gastos de consumo ligados al deporte son imputables a vestuario y calzado deportivo, siendo los practicantes intensivos los que cargan más parte de su presupuesto deportivo a este tipo de gasto.

Es seguro que mientras más se practica un deporte de manera intensiva, tanto más los gastos de desplazamiento y, vestuario y calzado deportivo, representan una proporción importante del presupuesto "deporte" del interesado.

Se ha realizado un análisis de la participación a actividades deportivas - recreativas por sexos. La tabla 47 muestra la distribución de esta

participación entre hombres y mujeres.

TABLA 47

**REPARTO DE LA PARTICIPACION A ACTIVIDADES DEPORTIVAS -
RECREATIVAS POR SEXO**

ACTIVIDAD	HOMBRES (60 %)	MUJERES (40%)
<i>Espectáculos deportivos</i>	42%	29%
<i>Corridas de toros</i>	7%	9%
<i>Parques y paseos cortos</i>	16%	22%
<i>Gimnasio</i>	32%	47%
<i>Juegos de billar, bolos, ping-pong</i>	38%	22%

FUENTE: ENCUESTA.

Ante esta pregunta, el joven podía señalar más de una opción, razón por la cual los porcentajes no son proporcionales al 100%.

Aquí, los hombres participan proporcionalmente más que las mujeres en espectáculos deportivos y en juegos de billar, bolos y ping - pong, mientras que las mujeres participan proporcionalmente más en gimnasios y en parques y paseos cortos. Esto se explica probablemente por la preferencia de los hombres hacía el fútbol, deporte que se disfruta masivamente en estadios como espectáculo deportivo, mientras que la preferencia de las mujeres son los aeróbicos, pesas y gimnasia, deportes que se practican en gimnasios que no dan lugar a espectáculos deportivos.

El lugar más frecuentado por los jóvenes que practican deporte, son los Clubes deportivos y / o sociales de la ciudad. Según el estudio, los jóvenes de las universidades Autónoma y Javeriana son los que hacen más uso de estos clubes para su práctica deportiva. Esto puede darse por el nivel socioeconómico de estas universidades que congregan en su mayoría a personas de estrato medio alto y que están en capacidad de pagar precios relativamente elevados.

Los jóvenes entrevistados consideran que el mayor problema de las universidades la constituye la falta de escenarios deportivos y el mejoramiento de los que ya existen. En segundo lugar, falta motivación por parte de las directivas universitarias para que el estudiante practique alguna actividad deportiva y consideran que hace falta más divulgación de los programas deportivos.

La encuesta ayuda a certificar los datos ofrecidos en los puntos 4.4 y 4.7 "Contribución de la Cultura a la riqueza de la ciudad" y "Contribución del Deporte - Recreación a la riqueza de la ciudad". En el punto 4.4, se señaló que los caleños dedican más parte de su presupuesto cultural a gastarlo en medios de información cultural y luego en textos, pero se indicó que eran grupos muy amplios que se constituían por más de un elemento, específicamente el de "Medios de información cultural". En orden de importancia en gasto le seguían: "Discotecas y tabernas" y "Cine, los cuales

son grupos que reúnen elementos más específicos y que hacen que su amplitud sea la adecuada. Como se observa en la tabla 45, los jóvenes universitarios visitan con gran frecuencia cines y discotecas y tabernas, llevando a que en estos escenarios se concentre más gasto que en otros, tal y como lo registra la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos.

En el punto correspondiente a Deporte - Recreación, se señaló que los caleños dedicaban más parte de su presupuesto deportivo - recreativo en el gasto de prendas deportivas, lo que paralelamente se compara con el gasto de vestuario y calzado deportivo que realizan los jóvenes universitarios que practicaban deporte. Ellos se inclinan en gastar más en este tipo de elementos.

4.9.2.2 Encuesta dirigida a escenarios culturales y deportivos - recreativos (anexo 4)

4.9.2.2.1 Definición del problema:

- ◆ *Qué movimiento económico se genera a partir de eventos culturales y deportivos - recreativos en Cali?*
- ◆ *Cuál es la situación ocupacional, económica y estructural de los escenarios culturales y deportivos - recreativos de la ciudad?*

4.9.2.2.2 Hipótesis:

- ◆ *Los escenarios culturales y deportivos - recreativos son vistos como un gasto y no como una inversión por parte del sector público y privado.*
- ◆ *Los escenarios culturales y deportivos - recreativos de la ciudad son relativamente escasos para la población y les hace falta mantenimiento.*

4.9.2.2.3 Grupo objetivo:

Los escenarios culturales y deportivos - recreativos ubicados en Santiago de Cali en los campos de : Clubes sociales, Clubes deportivos, Museos, Salas de Teatro, Salas de cine y Ligas deportivas.

4.9.2.2.4 Alcance volumen de la investigación:

Los administradores y / o encargados de los escenarios culturales y deportivos - recreativos de Cali.

4.9.2.2.5 Diseño de la investigación:

Encuesta enviada por fax, correo y personalmente a los encargados y / o administradores de los escenarios mencionados.

4.9.2.2.6 Sistema de entrevista:

Se envió y entregó un formato de encuesta (anexo 4) y durante 2 meses se le hizo seguimiento hasta el día de la entrega. El encuestado registraba sus respuestas en dicho formato.

4.9.2.2.7 Plan de muestreo:

El 100% de la población objetivo está compuesto por 91 escenarios. El tamaño de la muestra corresponde al 30% de la población, para lograr un 95% de confiabilidad, la cual fue determinada por un estadístico de una Universidad de la ciudad.

4.9.2.2.8 Objetivos de la investigación:

- ◆ *Cuantificar por cada tipo de espectáculo el número de asistentes por año.*
- ◆ *Asociar a los eventos y espectáculos culturales y deportivos, variables de orden económico.*
- ◆ *Determinar el impacto microeconómico de las actividades culturales y deportivas - recreativas ejercidas por los escenarios culturales y deportivos - recreativos de Cali.*

4.9.2.2.9 Análisis:

Realizada la investigación se ha determinado:

♦ **Del número de eventos y asistencia :**

Los eventos realizados anualmente por los grupos de teatro son 93 en promedio, donde la gran mayoría corresponden a obras de teatro y el resto a poesía y conciertos. El grupo Teusaca es el que mayor afluencia de público tiene para sus eventos, 33.800 personas en 1999. Fue notable el aumento en el número de eventos y asistencia para 1999 con respecto a 1998.

Las salas de teatro realizaron para 1998 un total de 276 eventos y 288 para 1999, donde la mitad corresponden a obras de teatro y el resto son conciertos y poesía. El total de público asistente a los diferentes eventos en 1998 fue 62,480 personas y en 1999 sumaron 66,350 personas, lo cual indica un aumento de 3,870 personas gracias a que estas salas generaron más espectáculos y diversidad en sus presentaciones.

Cali cuenta con 2 salas multiplex de cine que se encuentran ubicadas en los centros comerciales Unicentro (con 12 salas) y Chipichape (con 7 salas), las cuales pertenecen a la única compañía de cine del país "Cine Colombia" quien administra de igual manera el único autocine de la ciudad y dos teatros más. Anualmente estas salas de cine proyectan más de 24,000 películas con una asistencia promedio de 210,000 personas al año por sala, lo cual totaliza unas 4,620.000 personas por las 22 salas.

Las bibliotecas de la ciudad no solo sirven como fuente de consulta a la población, sino que también son escenario de proyecciones cinematográficas y exposiciones. Anualmente las bibliotecas de la ciudad reciben a 194,000 personas.

Dentro de los museos encuestados se encuentran: Tertulia, Yesid Montaña, Arqueológico la Merced y Arqueológico Julio Cesar Cubillos, quienes realizan continuamente exposiciones de todo tipo (cerámica, escultura, pintura), y en donde asiste un promedio de 8,000 personas anualmente a cada museo.

Las cuatro entidades culturales encuestadas sumaron 260 eventos realizados en 1998 y en 1999 esta cuantía disminuyó a 248 eventos, de los cuales los más realizados son conciertos y exposiciones. La mayor asistencia de público se registró en el Instituto Departamental de Bellas Artes, ya que en 1998 fueron 80,500 personas y en 1999 este valor aumentó a 44,170 personas.

En Cali existe un Club Social con 24 años de actividad que además de realizar eventos para los mismos socios, defiende los nuevos talentos de las artes plásticas de la ciudad y la región, a través de una sala especial o galería. Este es el Club de Ejecutivos, quien anualmente ha realizado un promedio de 11 a 12 exposiciones de pintura con una asistencia total promedio de 425 personas anuales.

TABLA 48

**NUMERO DE EVENTOS DE ALGUNOS ESCENARIOS CULTURALES
1998 - 1999**

ENTIDAD CULTURAL	N° EVENTOS 1998	N° EVENTOS 1999	VARIACION 1998 - 1999
<i>Teatro Experimental de Cali</i>	121	51	-57.85%
<i>Proartes</i>	54	39	-27.78%
<i>Inst. Deptal de Bellas Artes</i>	235	236	0.43%
<i>Teatro Aire libre los Cristales</i>	8	6	-25.0%
TOTAL	418	332	-20.57%

FUENTE: Entidades culturales 1999.

TABLA 49

**NUMERO DE ASISTENTES A ALGUNOS ESCENARIOS CULTURALES
1998 - 1999**

ENTIDAD CULTURAL	ASISTENTES 1998	ASISTENTES 1999	VARIACION 1998 - 1999
<i>Teatro Experimental de Cali</i>	46.968	6.550	-86.05%
<i>Proartes</i>	3.365	1.529	-54.56%
<i>Inst. Deptal de Bellas Artes</i>	80.500	94.170	16.98%
<i>Teatro Aire libre los Cristales</i>	2.900.000	1.235.000	-57.41%
TOTAL	3.030.833	1.337.249	-55.88%

FUENTE: Entidades culturales 1999.

Los eventos realizados en 1998 por los Clubes Deportivos fueron 75 y en 1999 fueron 139, lo cual indica una variación de 85%. Mientras que, los eventos aumentaron, la asistencia disminuyó en 19% en 1999, con respecto a 1998.

Las 5 ligas deportivas encuestadas registraron un total de 591 eventos con 64.505 asistentes en 1998, y en 1999 fueron 629 eventos con 42,537

asistentes. Esto indica que al igual que los clubes deportivos, las ligas incrementaron en un 6% el número de eventos, pero la asistencia disminuyó en un 34%.

En términos generales, en cuanto a número de eventos y a asistencia, es relativamente escaso el número de personas que anualmente participan en los, también escasos, eventos culturales y deportivos dados en Cali.

Es importante observar como a la Feria de Cali de 1999 (que solo dura 5 días) asistieron 1,940.750 personas, mientras que a eventos considerados aún más como culturales, tales como: ballet, exposiciones, teatro, etc., en un año asistieron más o menos 400.000 personas.

◆ **De la información económica:**

El ingreso de los escenarios difiere según el tipo de escenario y va desde el cobro de boletería, al arrendamiento del local para otras actividades.

Estos escenarios perciben ingresos externos provenientes por concepto de convenios, auxilios, apoyos, donaciones o ayudas del mundo externo al escenario. Estas ayudas dirigidas a los escenarios se realizan normal y mayoritariamente como convenios y donaciones, las cuales varían de acuerdo al escenario. El rango más seleccionado por los escenarios culturales y deportivos - recreativos, por este concepto, fue el de menos de

\$5.000.000. La entidad cultural que más ingreso obtiene por este concepto es Inciva, con más de \$60.000.000, y en deporte la entidad que registró esta misma cuantía fue la Liga de Natación (para los dos años analizados)

Normalmente el precio de las boletas en los dos años analizados no ha variado y estos oscilan entre los \$5.000 y \$15.000. La mayoría de exposiciones realizadas por los museos son de entrada gratuita y los precios más altos en boletería se encuentran en el Teatro Municipal específicamente cuando se realizan conciertos y proyecciones cinematográficas, donde se cobran hasta \$70.000 por entrada. La boletería en los escenario deportivos encuestados es gratuita para todos los eventos.

El valor recaudado declarado por los escenarios culturales es superior a los \$60.000.000 anuales cuando se realizan proyecciones cinematográficas y conciertos, es menor de \$15.000.000 cuando se realizan exposiciones; y cuando se realizan obras de teatro el recaudo oscila entre \$15.000.000 y \$25.000.000. Cuantitativamente considerados, el Teatro Municipal y las Salas de cine son los que tienen una cifra más alta de ingresos generados por concepto de boletería. Dentro de los escenarios deportivos - recreativos, hubo un Club y una liga que manifestaron haber recaudado en cada uno de los dos años, menos de \$10.000.000.

En esta misma línea de ideas, cabe señalar que dentro de los escenarios encuestados, se consideraron, además, Almacenes de antigüedades quienes presentan en total un promedio de ventas anuales de \$117.000.000, las librerías del parque de Santa Rosa (que en total son 15) generan ventas mensuales cada una dentro de un rango de \$700.000 y \$3.000.000. Las 26 emisoras radiales venden mensualmente entre \$30.000.000 y \$120.000.000 por pautas publicitarias, y las 12 productoras del canal regional telepacífico venden por pautas publicitarias un rango mensual de \$55.000.000 y \$150.000.000.

La contratación del recurso humano por parte de estos escenarios es baja. El estudio señala que en Cali, 410 personas se ganaron la vida directa e indirectamente en 1998, gracias al empleo generado en 26 escenarios culturales. En 1999 esta cuantía aumentó a 492 personas. El grupo que menos personas emplean es el de Museos, ya que el número de personas vinculadas directamente no superan los 3 y las vinculadas indirectamente no superan los 15. El Instituto Departamental de Bellas Artes fue el escenario que reportó más número de empleados directos los cuales llegan a 200 en los dos años analizados, es decir el 78% de la totalidad de empleos directos en 1998 (256) y el 72% de la totalidad de empleos directos en 1999 (278).

La Sala de teatro Esquina Latina fue el escenario que reportó más número de empleos indirectos. En 1998 empleó indirectamente a 40 personas, es decir

el 26% de la totalidad de empleos indirectos (154), en 1999 esta cifra aumentó a 50 personas, es decir el 23% de la totalidad de empleos indirectos de ese año (214).

Según los datos obtenidos de otras actividades culturales, se indica que los almacenes de antigüedades han vinculado a 45 personas, las librerías del parque de Santa Rosa tienen 60 empleados, las emisoras radiales tienen 368 empleados y las productoras de Telepacífico tienen 184 personas vinculadas.

En cuanto a los escenarios deportivos - recreativos, estos generaron 520 empleos directos en 1998, y 157 indirectos. En 1999, el personal vinculado disminuyó un 10% en los empleos directos (469 personas), y un 1% en los empleos indirectos (155 personas). Las Ligas son las mayores generadoras de empleos comparadas con los Clubes Deportivos, esto por el gran número de eventos que realizan esas Ligas, las cuales incluyen gran número de personal.

Con respecto a los gastos, los resultados obtenidos muestran que el promedio de gastos para los escenarios culturales ha permanecido constante en los dos años. Siendo el rango entre \$5.000.000 - \$20.000.000 el más señalado por los escenarios culturales, como las cifras donde se sitúa su gasto aproximado anual.

Los grupos de teatro indicaron que sus gastos están entre \$45.000.000 y \$60.000.000 anuales, y el escenario cultural que indicó tener gastos superiores a los \$60.000.000 anuales fue el Museo La Tertulia.

Se tiene que los escenarios deportivos - recreativos ha presentado en los dos años analizados un promedio de gasto menos de \$5.000.000, los cuales no han variado en el tiempo, según sus respuestas. La Liga de natación anotó que para uno de sus eventos había gastado mas de \$60.000.000.

TABLA 50

DATOS DE OTRAS ACTIVIDADES CULTURALES

DESCRIPCION	NUMERO DE LOCALES	NUMERO DE PERSONAS VINCULADAS	RANGO DE VENTAS MENSUALES APROXIMADAS
<i>Almacenes de antigüedades</i>	14	45	300.000 - 1.500.000
<i>Libros parque Santa Rosa</i>	15	60	700.000 - 3.000.000
<i>Emisoras radiales</i>	26	368	30.000.000 - 120.000.000*
<i>Productoras de Telepacífico</i>	12	184	55.000.000 - 150.000.000*

FUENTE: Consulta directa

* Pautas publicitarias.

Agrupando los datos arrojados por esta encuesta, se puede detectar que:

- ◆ *El apoyo del Estado es poco, sobre todo para los escenarios deportivos.*
- ◆ *Los escenarios culturales son mayores generadores de ingresos que los escenarios deportivos - recreativos.*

- ◆ *El movimiento económico generado por los eventos desarrollados en los escenarios mencionados es importante, pero necesitan más apoyo y divulgación. Este movimiento podría llegar a ser mayor, siempre y cuando la gente se sienta más identificada e incentivada a participar de este tipo de actividades.*
- ◆ *Los precios en boletería son altamente favorables para todo tipo de público.*
- ◆ *Es visto como la asistencia a los eventos es baja, teniendo en cuenta que algunos eventos son completamente gratis.*
- ◆ *La Cultura y el Deporte - Recreación, son factores que contribuyen a la creación de puestos de trabajo.*

4.10 IDENTIFICACION DEL USO DEL TIEMPO LIBRE EN LA POBLACION CALEÑA

En la investigación quedó claro que el tener o no un "pasatiempo favorito" depende de dos factores: el disponer de tiempo libre y contar con la adecuada capacidad económica.

Las personas de ahora, específicamente los jóvenes, no encuentran una única identidad que logre distinguirlos de otras generaciones. Por tal razón,

es que el joven adquiere una serie de estereotipos que en últimas se tornan " superficiales ", influenciadas por modas, publicidad y cultura de consumo.

Las personas entre los 15 y 24 años tienen más pasatiempos que cualquier otro grupo de edad, ya que su disponibilidad de tiempo libre es mayor, posibilitándolos a ejercer sus actividades favoritas, actividades que quedaron demostradas en el estudio, las cuales son en su orden: bailar, ir al cine, jugar fútbol e ir a gimnasios.

4.11 MODELO ECONOMETRICO PARA CULTURA Y DEPORTE – RECREACION

4.11.1 Planteamiento de la teoría:

El elemento más destacado de la teoría endógena del crecimiento es el énfasis en los efectos que tienen ciertas formas de inversión sobre la productividad general de una economía, entre ellas se destacan las inversiones en capital humano, en infraestructura física, en ciencia y en tecnología.

Una política adecuada que estimule la generación de conocimientos y aptitudes, que permite que una economía pueda tener no solo altas tasas de crecimiento sino un ritmo de crecimiento siempre al alza.

Podría decirse que el capital humano es aquel compuesto por el stock de conocimientos, creatividad y salud que posee cualquier persona y cuanto mayor sea su tamaño, mayor será la productividad de cada trabajador. Y es que los recursos humanos sanos y bien preparados tanto física como mentalmente son esenciales para el desarrollo económico y social a largo plazo de un país.

Dentro de la formación del capital humano deben estar inscritos, de manera obvia, la Cultura y el Deporte – Recreación como factores incluidos en un plano social que generan bienestar humano y que hacen parte de un patrimonio colectivo que es decisivo para el crecimiento económico.

Cuando un trabajador disfruta de un sano esparcimiento en su tiempo libre, con miras a relajarse, a ejercer actividades que le permitan expresarse, que le permitan despejar su mente y su cuerpo del diario “trajín” y, que además de esto pueda llegar a aprender, a compartir con otras personas, a conocer cosas y gente, es un trabajador que continuamente está elevando sus índices de productividad, ya que gozará de una mente despejada y un cuerpo sano totalmente dispuesto para ejercer la rutina laboral de una manera más

agradable y alentadora. Pero, para que esto suceda, es necesario que esa persona cuente con instituciones culturales y deportivas – recreativas dispuestas a ofrecer este tipo de servicios y leyes gubernamentales que fomenten estas actividades a través de mayor canalización y ejecución de recursos, programas, proyectos, decretos y otros. Por tal razón, es necesario reconsiderar las estrategias de desarrollo y conceder gran prioridad al desarrollo de los recursos humanos.

Es necesario que el crecimiento económico genere efectos sobre la Cultura y el Deporte – recreación y, así mismo, es necesario que el desarrollo cultural y deportivo – recreativo genere efectos sobre la economía local. Habría que llegar a determinar si el crecimiento económico es el que determina el desarrollo cultural y deportivo – recreativo o si es el desarrollo cultural y deportivo el que puede llegar a influir en el crecimiento económico de la ciudad.

En la medida en que se incremente la productividad de los caleños, a través de mejores condiciones físicas y mentales logradas por buenas dosis de cultura y deporte – recreación, se dará un aumento en la productividad que redundaría en un crecimiento en el PIB y en la producción nacional. Esto porque una economía dotada con un mayor stock de capital humano, tiende a crecer más rápidamente. Niveles demasiado bajos de capital humano

pueden ser la causa de que no se observe crecimiento en las economías subdesarrolladas cerradas.

Las políticas que no tengan este enfoque, estarán inhibiendo el proceso de formación de capital humano en los países en vía de desarrollo y por consiguiente, lesionando el crecimiento y evitando que surja una capacidad segura que logre un mayor desarrollo.

4.11.2 Planteamiento del modelo:

Entonces, es posible plantear un modelo económico de la siguiente manera:

$$CT = f (PIB, instituciones culturales, leyes culturales)$$

Donde:

CT = *Stock de cultura medido en la ejecución del presupuesto cultural realizado por el gobierno municipal desde 1991 hasta 1999. Es la variable dependiente del modelo.*

PIB = *Producto Interno Bruto de Cali entre 1991 y 1999. Variable explicativa o independiente.*

Estas dos variables están medidas en miles de pesos de 1990 (PIB) y de 1998 (Stock de Cultura). Por lo tanto, los datos están medidos en términos “reales”.

Instituciones culturales = Entidades municipales encargadas del manejo cultural de la ciudad desde 1991 hasta 1999. Variable explicativa.

Leyes culturales = Decretos generados por el gobierno para apoyar la cultura entre 1991 y 1999. Variable explicativa.

Entonces, para definir el modelo econometricamente se plantea así:

$$CT = \alpha + \beta_1 PIB + \alpha_1 D1 + \alpha_2 D2 + \mu$$

Donde $D1$ y $D2$ indican la presencia de variables cualitativas o variables Dummy. Que representan la ausencia o presencia de instituciones y leyes culturales, durante el periodo 1991– 1999, adquiriendo valores de 1 o de 0. El cero (0) indicando ausencia y el 1 indicando presencia.

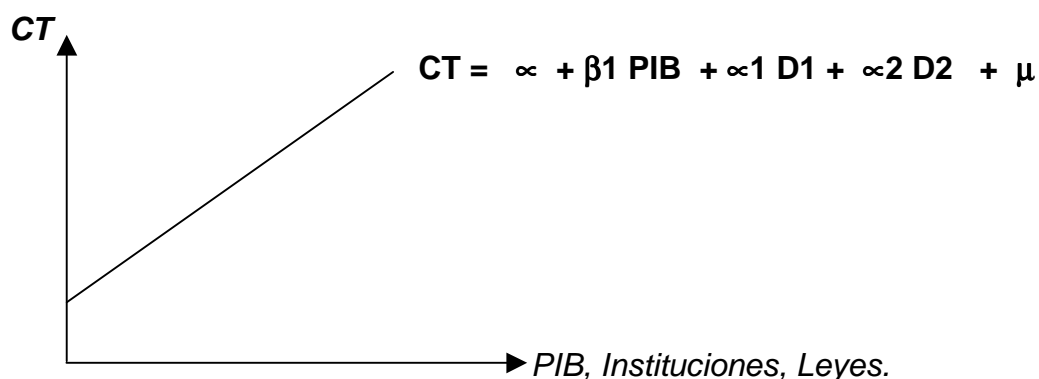
$D1 = 0$ (años en donde no ejercía la Dirección Municipal de Cultura).

$D1 = 1$ (años en donde ejerce la Dirección Municipal de Cultura).

$D2 = 0$ (años en donde no se decretan leyes culturales)

$D2 = 1$ (años en donde se decretan leyes culturales).

Gráficamente la relación sería de la siguiente manera:



De esta ecuación se observa que todas las variables independientes tienen signo positivo, ya que un incremento en el PIB, supone un aumento en el stock de Cultura de la ciudad; un aumento en la existencia de instituciones encargadas de difundir la Cultura en el municipio, llevará a que estas incidan en mayor inversión cultural para la ciudad. Y, la existencia de leyes culturales gubernamentales que faciliten la recaudación de dineros para la cultura, llevará a que la inversión en esta actividad también se vea incentivada.

De acuerdo al modelo planteado ajustado a la Teoría endógena del crecimiento y a la teoría de las Instituciones, se espera que los signos de los coeficientes de regresión sean positivos mayores que cero.

$\beta > 0$ Existe una relación directa entre el stock de cultura y el PIB. Es decir, entre más crecimiento económico, o entre mas crezca el PIB, mayor será la inversión que podrá realizarse en la Cultura de la ciudad.

$D1 > 0$ Existe una relación directa entre la existencia o presencia de instituciones encargadas de administrar, controlar y ejecutar la actividad cultural de la ciudad, y el stock de cultura. Esto significa que la inversión en instituciones de este tipo generará más ejecución de presupuesto en cultura para la ciudad.

$D2 > 0$ Existe una relación directa entre la existencia o presencia de leyes gubernamentales que facilitan el manejo, control y ejecución de la Cultura, y el Stock de Cultura. Es decir, la creación de leyes culturales, facilitaran la consecución de recursos destinados para incrementar el stock cultural de la ciudad.

El modelo económico planteado para el Deporte – Recreación es el siguiente:

$$DR = f (PIB, Instituciones deportivas- recreativas, leyes deportivas- Recreativas).$$

Donde:

Dr = stock de deporte – recreación medido en la ejecución de presupuesto deportivo – recreativo por el gobierno municipal desde 1991 hasta 1999. Es la variable dependiente del modelo.

PIB = Producto Interno Bruto de Cali entre 1991 y 1999. Variable explicativa o independiente.

Estas dos variables están medidas en miles de pesos de 1990 (PIB) y de 1998 (stock de deporte – recreación). Por lo tanto, los datos están medidos en términos reales.

Instituciones deportivas – recreativas = Entidades municipales encargadas del manejo deportivo – recreativo de la ciudad desde 1991 hasta 1999. Variable explicativa.

Leyes deportivas – recreativas = decretos generados por el gobierno para apoyar el deporte – recreación entre 1991 y 1999. Variable explicativa.

El modelo econométrico para esta ecuación es:

$$DR = \alpha + \beta_1 PIB + \alpha_1 D1 + \alpha_2 D2 + \mu$$

Donde D1 y D2 nuevamente indican la presencia de variables dummy, al igual que en modelo econométrico de Cultura, representan la ausencia o

presencia de instituciones y leyes culturales durante el periodo 1991 – 1999 que adquiere valores de 1 o de 0. El cero (0) indicando ausencia y el 1 indicando presencia.

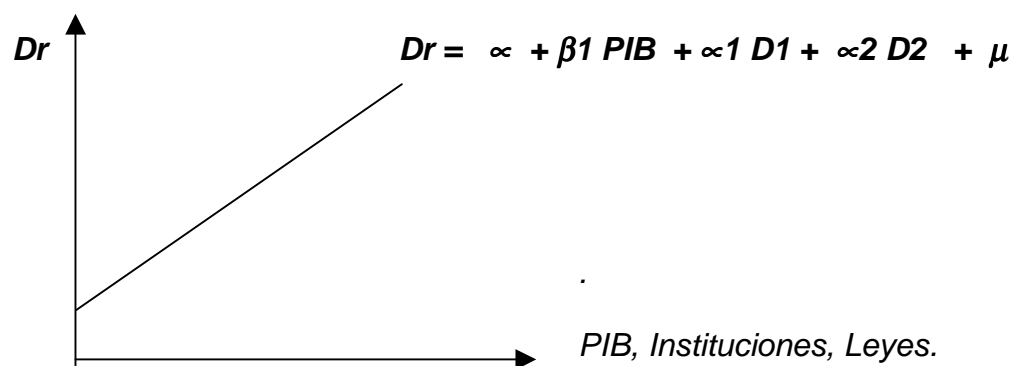
$D1 = 0$ (años en donde no ejercía la Secretaría del Deporte y recreación).

$D1 = 1$ (años en donde ejerce la Secretaría del Deporte y Recreación).

$D2 = 0$ (años en que no se decretan leyes deportivas - recreativas).

$D2 = 1$ (años en que se decretan leyes deportivas - recreativas).

Gráficamente, la relación sería de la siguiente manera:



De acuerdo al modelo planteado según la teoría endógena del crecimiento y la teoría institucional, se espera que los signos de los coeficientes de regresión para este modelo sean los siguientes:

$\beta > 0$ Existe una relación directa entre el stock de deporte – recreación y el PIB, ya que mayores niveles de crecimiento económico (PIB) incidirían en mayores inversiones en stock de deporte – recreación.

D1 > 0 Existe una relación directa entre la existencia o presencia de instituciones encargadas de controlar, coordinar y administrar la actividad deportiva – recreativa y el stock de deporte – recreación. Esto significa que cuando existe(n) una(s) institución(es) encargada(s) del manejo cultural de la ciudad, se dispondrán mas recursos para ejecutarlos en construcción, dotación, mejoramiento y fomento del ámbito deportivo – recreativo.

D2 > 0 Existe una relación directa entre el stock de Deporte – Recreación y la existencia o presencia de leyes gubernamentales dirigidas hacia el deporte – recreación. Es decir, la creación de leyes deportivas – recreativas facilitan el desarrollo de estas actividades y por ende estimulan la ejecución de presupuesto para las mismas.

Gracias a la teoría planteada, a la especificación del modelo matemático de la teoría y a la especificación del modelo econométrico dados anteriormente, se confirmaran o refutaran las siguientes hipótesis con base en una regresión econométrica:

- Las inversiones en Cultura y en Deporte – Recreación ejecutadas por el gobierno municipal dependen directamente del crecimiento económico municipal, de la consolidación de instituciones culturales y deportivas-recreativas, y de leyes culturales y deportivas.*

- *Entre mas crece el PIB del municipio, mas crece el stock de inversiones en cultura y en deporte – recreación.*
- *Las instituciones culturales y deportivas – recreativas permiten un mayor desarrollo de la Cultura y el Deporte – Recreación en el sentido de inversiones, presupuesto, fomento, etc.*
- *Diversas leyes gubernamentales dirigidas al sector cultural y deportivo – recreativo permiten o contribuyen a mejorar el stock cultural y deportivo – recreativo de la ciudad.*
- *La cultura y el deporte - recreación son actividades que contribuyen al crecimiento económico de la ciudad, y a su vez, el crecimiento económico de la ciudad eleva los índices de stock medidos en inversiones de Cultura y Deporte – Recreación.*

Los datos concernientes al stock de Cultura y al stock de Deporte – Recreación fueron obtenidos a través de la Secretaría de Hacienda Municipal, donde aparece el registro de la inversión realizada durante el periodo 1991 – 1999 únicamente. La recolección de estos datos fue dispendiosa, ya que esta Secretaría maneja esta información de una manera desorganizada y poco confiable. Además, cabe anotar que antes de 1996, la ejecución de presupuesto para estas actividades era realizada por la Secretaría de Educación (la cual no tiene estos registros) y los datos no eran sistematizados, por lo tanto los archivos únicos que se tienen son los del periodo 1991 – 1999.

Los datos relacionados con la presencia de leyes culturales y leyes deportivas fue obtenida a través de documentos culturales y deportivos.

TABLA 51

**BASE DE DATOS PARA FORMULACION DE MODELO ECONOMETRICO
DE CULTURA**

AÑOS	CT (miles \$)	PIB (miles \$)	D1 (Instituciones)	D2 (leyes)
1991	632145.9	1479829000	0	1
1992	281786.3	1575288000	0	0
1993	801975.7	1696211000	0	1
1994	1042028.9	1852465000	0	1
1995	1582432	1819393000	0	0
1996	187473.6	1733993000	1	1
1997	5333597.7	1699313000	1	0
1998	1359275	1639837000	1	1
1999	5688779	1629998000	1	1

TABLA 52

**BASE DE DATOS PARA FORMULACION DE MODELO ECONOMETRICO
DE DEPORTE – RECREACION**

AÑOS	DR (miles \$)	PIB (miles \$)	D1 (Instituciones)	D2 (leyes)
1991	339577.5	1479829000	0	1
1992	170808.5	1575288000	0	0
1993	330961.8	1696211000	0	0
1994	88496.5	1852465000	0	0
1995	1120182.4	1819393000	0	1
1996	201079.8	1733993000	1	1
1997	1073306	1699313000	1	0
1998	2748378	1639837000	1	1
1999	6537012.9	1629998000	1	1

4.11.3 Estimación del modelo econométrico

La forma funcional del modelo de regresión para Cultura se ha determinado logarítmico, y para el Deporte – Recreación se ha determinado lineal, gracias a que a cada uno se le efectuó una prueba MWO de la siguiente manera:

TABLA 53**REGRESION ECONOMETRICA PARA MODELO LINEAL DE CULTURA**

Dependent Variable: CT				
Method: Least Squares				
Date: 09/19/00 Time: 17:39				
Sample: 1991 1999				
Included observations: 9				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1486224.	10848248	0.137001	0.8964
PIB	5.62E-05	0.006338	0.008866	0.9933
D1	2452908.	1405255.	1.745525	0.1413
D2	-1188019.	1489395.	-0.797652	0.4613
R-squared	0.399965	Mean dependent var		1878833.
Adjusted R-squared	0.039945	S.D. dependent var		2110516.
S.E. of regression	2067935.	Akaike info criterion		32.22310
Sum squared resid	2.14E+13	Schwarz criterion		32.31076
Log likelihood	-141.0040	F-statistic		1.110951
Durbin-Watson stat	2.571070	Prob(F-statistic)		0.426919

TABLA 54**REGRESION ECONOMETRICA PARA DETERMINAR LA FORMA
FUNCIONAL DEL MODELO DE CULTURA**

Dependent Variable: CT				
Method: Least Squares				
Date: 09/19/00 Time: 17:48				
Sample: 1991 1999				
Included observations: 9				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1559617.	4747860.	0.328488	0.7590
PIB	1.30E-05	0.002774	0.004691	0.9965
D1	2452688.	615022.5	3.987965	0.0163
D2	-1189103.	651847.0	-1.824205	0.1422
Z	-1438993.	306075.5	-4.701432	0.0093
R-squared	0.908053	Mean dependent var		1878833.
Adjusted R-squared	0.816106	S.D. dependent var		2110516.
S.E. of regression	905050.3	Akaike info criterion		30.56955
Sum squared resid	3.28E+12	Schwarz criterion		30.67912
Log likelihood	-132.5630	F-statistic		9.875818
Durbin-Watson stat	2.766379	Prob(F-statistic)		0.023808

H_0 : Modelo lineal.

H_a : Modelo log – lin.

Si la probabilidad de Z es < 0.05 (nivel de significancia) = Rechazo H_0 .

$\Rightarrow 0.0093 < 0.05 =$ El modelo para Cultura es log- lin.

TABLA 55

**REGRESION ECONOMETRICA PARA DETERMINAR LA FORMA
FUNCIONAL DEL MODELO DE DEPORTE - RECREACION**

Dependent Variable: DR				
Method: Least Squares				
Date: 09/19/00 Time: 17:57				
Sample: 1991 1999				
Included observations: 9				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2646239.	7798941.	0.339307	0.7514
PIB	-0.001578	0.004555	-0.346492	0.7464
D1	1846458.	1048357.	1.761287	0.1530
D2	1055748.	1070288.	0.986415	0.3798
Z	-1238062.	503829.2	-2.457305	0.0699
R-squared	0.757630	Mean dependent var		1401089.
Adjusted R-squared	0.515259	S.D. dependent var		2101420.
S.E. of regression	1463079.	Akaike info criterion		31.53016
Sum squared resid	8.56E+12	Schwarz criterion		31.63973
Log likelihood	-136.8857	F-statistic		3.125918
Durbin-Watson stat	2.026135	Prob(F-statistic)		0.147755

H_0 : Modelo lineal.

H_a : Modelo Log – lin.

Si la probabilidad de Z es < 0.05 (nivel de significancia) = Rechazo H_0 .

$\Rightarrow 0.069 > 0.05 =$ El modelo para Deporte – Recreación es lineal.

Según la prueba de forma funcional realizada anteriormente, el modelo a estimar para Cultura es:

$$LNCT = \alpha + LN PIB + \alpha_1 D1 + \alpha_2 D2 + \mu$$

TABLA 56

DATOS LOGARITMICOS SOBRE CT (STOCK DE CULTURA) Y PIB

AÑOS	LNCT	LNPIB
1991	13.3568755009	21.1151923775
1992	12.5489042612	21.1777039497
1993	13.5948335871	21.251662777
1994	13.856680236	21.3397830216
1995	14.2744734621	21.3217687659
1996	12.1413933145	21.2736926784
1997	15.4895365591	21.2534898887
1998	14.1224620273	21.2178626836
1999	15.5540061961	21.2118446248

TABLA 57

REGRESION ECONOMETRICA PARA MODELO LOGARITMICO DE CULTURA

Dependent Variable: LNCT				
Method: Least Squares				
Date: 09/19/00 Time: 17:41				
Sample: 1991 1999				
Included observations: 9				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-27.23083	143.5514	-0.189694	0.8570
LNPIB	1.931422	6.754981	0.285926	0.7864
D1	0.871506	0.898395	0.970069	0.3766
D2	-0.447647	0.953173	-0.469639	0.6584
R-squared	0.187193	Mean dependent var		13.88213
Adjusted R-squared	-0.300492	S.D. dependent var		1.159599
S.E. of regression	1.322396	Akaike info criterion		3.697870
Sum squared resid	8.743654	Schwarz criterion		3.785525
Log likelihood	-12.64041	F-statistic		0.383840
Durbin-Watson stat	2.429875	Prob(F-statistic)		0.769752

Según los resultados se puede observar lo siguiente:

- *Por la probabilidad de los coeficientes de regresión, todos son no significativos a un nivel de significancia del 5%.*
- *El signo del coeficiente D2 no coincide con el esperado a priori.*
- *El R^2 es muy bajo (18%), lo cual indica que el logaritmo natural del PIB, las Instituciones culturales y las leyes culturales, son la causa del 18% de la variación en el logaritmo natural del Stock de Cultura.*
- *No hay presencia de Multicolinealidad.*
- *Todas las variables explicativas, se justifican dentro del modelo. Es decir, el número de variables independientes deben estar dentro del modelo, pues el R^2 iba aumentando a medida que se estimaba la variable independiente con cada una de las independientes (este proceso no se hace explícito en este trabajo ; esto no significa que no se efectúe correctamente).*

Según lo anterior, el modelo planteado para Cultura indica que las variables explicativas PIB, Instituciones culturales y Leyes culturales, caben dentro del diseño del mismo. Sin embargo, debido a que la muestra (9 datos) es muy pequeña, el análisis resulta insuficiente para revelar la dinámica del comportamiento del modelo. Por lo tanto, los resultados de la regresión son insatisfactorios debido a la mala calidad de los datos y no a la utilización de un modelo equivocado. Desafortunadamente, en la elaboración del

presente estudio no hubo alternativa diferente que depender de la información disponible y elaborar el modelo con los datos obtenidos.

Idealmente, para evaluar los efectos individuales del PIB, las Instituciones culturales y las Leyes culturales sobre el stock de Cultura se necesitará una muestra de por lo menos 20 observaciones.

Según la prueba de forma funcional realizada anteriormente, el modelo a estimar para Deporte – Recreación es:

$$DR = \alpha + \beta PIB + \alpha_1 D1 + \alpha_2 D2 + \mu$$

TABLA 58

**REGRESION ECONOMETRICA PARA MODELO LINEAL DE DEPORTE -
RECREACION**

Dependent Variable: DR				
Method: Least Squares				
Date: 09/19/00 Time: 17:26				
Sample: 1991 1999				
Included observations: 9				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2827817.	11049999	0.255911	0.8082
PIB	-0.001685	0.006453	-0.261064	0.8045
D1	1847304.	1485440.	1.243607	0.2688
D2	1050634.	1516512.	0.692796	0.5193
R-squared	0.391751	Mean dependent var		1401089.
Adjusted R-squared	0.026801	S.D. dependent var		2101420.
S.E. of regression	2073069.	Akaike info criterion		32.22806
Sum squared resid	2.15E+13	Schwarz criterion		32.31572
Log likelihood	-141.0263	F-statistic		1.073438
Durbin-Watson stat	1.287909	Prob(F-statistic)		0.439280

Según los resultados se puede observar lo siguiente:

- *Por la probabilidad de los coeficientes de regresión, todos son no significativos a un nivel de significancia del 5%.*
- *El signo del coeficiente PIB no coincide con el esperado a priori.*
- *El R^2 es muy bajo (39%), lo cual indica que el PIB, las Instituciones deportivas - recreativas y las leyes deportivas - recreativas, son la causa del 39% de la variación en el Stock de deporte - recreación.*
- *No hay presencia de Multicolinealidad.*
- *Todas las variables explicativas, se justifican dentro del modelo. Es decir, el número de variables independientes deben estar dentro del modelo, pues el R^2 iba aumentando a medida que se estimaba la variable independiente con cada una de las independientes (este proceso no se hace explícito en este trabajo ; esto no significa que no se efectúe correctamente).*

Según lo anterior, y al igual que el modelo planteado para Cultura, se obtiene que las variables explicativas PIB, Instituciones deportivas - recreativas y Leyes deportivas - recreativas, caben dentro del diseño del mismo. Sin embargo, debido a que la muestra (9 datos) es muy pequeña, el análisis resulta insuficiente para revelar la dinámica del comportamiento del modelo. Por lo tanto, los resultados de la regresión son insatisfactorios debido a la mala calidad de los datos y no a la utilización de un modelo equivocado.

Idealmente, para evaluar los efectos individuales del PIB, las Instituciones deportivas - recreativas y las Leyes deportivas - recreativas sobre el stock de deporte - recreación se necesitará una muestra de por lo menos 20 observaciones.

**5.0 ESTRATEGIAS CULTURALES Y DEPORTIVAS – RECREATIVAS
QUE PUEDEN INCIDIR EN LA REACTIVACION ECONOMICA DE
SANTIAGO DE CALI**

5.1 MATRIZ DOFA DE LA ACTIVIDAD CULTURAL EN CALI

(Ver anexo 5).

**5.2 MATRIZ DOFA DE LA ACTIVIDAD DEPORTIVA – RECREATIVA EN
CALI**

(Ver anexo 6).

Uno de los objetivos específicos del presente estudio es básicamente llegar a formular estrategias culturales y deportivas – recreativas. La ciudad de Cali afronta como el país, una serie de dificultades económicas producto del cierre de empresas en forma temporal o definitiva, caída del PIB, aumento del desempleo, aumento de la pobreza y por consiguiente aumento de los índices de violencia en todas sus manifestaciones.

De lo anterior surge la necesidad de buscar estrategias que permitan la reactivación económica de la ciudad a partir de la coordinación intersectorial, de la participación de la comunidad y del trabajo multidisciplinario.

En esta línea de ideas se plantean estrategias que permitan lograr lo anterior a partir de lo Cultural y deportivo - recreativo, como un sector económico de marcada importancia en la ciudad.

A continuación, y como resultado del análisis DOFA se presentan alternativas de solución a la coyuntura económica que atraviesa la ciudad, agrupadas en estrategias y basadas en cinco componentes fundamentales a saber:

- 1- Construcción y mantenimiento de escenarios.*
- 2- Captación de recursos financieros, vía precios, tributos, patrocinio y presupuesto.*
- 3- Capacitación del recurso humano.*
- 4- Marketing.*
- 5- Fomento a la industria.*

Las estrategias tienen como propósito coadyuvar a incrementar la participación de la Cultura y el Deporte - Recreación al PIB local en los próximos cinco años.

5.3 ESTRATEGIAS CULTURALES

5.3.1 Construcción y mantenimiento de escenarios

Desarrollar un plan de inversión en construcción de instalaciones culturales en entidades educativas y en comunas estratos 1 a 3, acompañadas de una buena dirección y gestión de las mismas, de mantenimiento a las instalaciones ya existentes, y de fomento a la Cultura en estos espacios sociales. Ello podría constituirse en una línea de acción de la Dirección de Cultura del municipio como parte del interés cultural generado por el sector público en los últimos años, como parte del incremento continuo del espacio para la cultura, en la mayor ejecución en el mantenimiento de escenarios y en el sentido de la Cultura como elemento de integración y proyección social de los individuos. Esto permitiría aumentar la oferta de servicios culturales en los lugares más necesitados, mejorar la dispersión en la localización de escenarios culturales, generar empleo para mano de obra no calificada en la construcción de las instalaciones (empleo temporal) y en su mantenimiento (empleo permanente), incidir en la disminución de los índices de violencia en las comunas 1 y 2 debido a un nuevo espacio cultural para los jóvenes, ya que el plan debe incluir dentro de la construcción de instalaciones culturales: sala de cine, centro de capacitación cultural, minicoliseo para espectáculos musicales, de danza y teatro. Dentro del fomento cultural se incluyen: desarrollo de talleres culturales, capacitación y becas a artistas potenciales, organización de grupos de niños, jóvenes y adultos para que desarrollen y lleven a cabo prácticas culturales de acuerdo a su necesidad y vocación.

Además, el plan incidirá en buscar una identidad cultural de la ciudad, en buscar nuevos talentos artísticos, en influir para que el presupuesto municipal se incremente y así el consumo cultural de la administración pública, dentro de su consumo total final, se eleve generando una mayor participación en el PIB municipal. El plan incidirá en una mayor participación de los jóvenes de las comunas e instituciones educativas a expresiones más artísticas y a motivar a las instituciones educativas para que fortalezcan la actividad y la práctica cultural de sus alumnos.

Tácticas:

- *Sensibilizar a los dirigentes culturales del municipio sobre la consecución del plan a nivel de cada barrio de las comunas citadas en el plan, e instituciones educativas de la ciudad, y su influencia en el desarrollo socio-económico de la ciudad.*
- *Capacitar al recurso humano contratado para ejercer como profesor, guía, tutor en el desarrollo de las actividades dispuestas en el plan.*
- *Dar cabida a los jóvenes universitarios de últimos semestres de carreras sociales y administrativas para que realicen prácticas o pasantías por un periodo de seis meses en la organización, administración y entrenamiento de los programas.*

5.3.2 Captación de recursos financieros vía precios, tributos, presupuesto y patrocinio

- *Aplicar un volumen de precios de boletería relativo, es decir, de acuerdo al escenario y al tipo de evento. Como pudo observarse en el estudio, los escenarios con un precio de boletería más alto son los que presentan unos ingresos más altos. Esto quiere decir que si bien la situación económica actual es la causante de un bajo poder adquisitivo del público, esto no es lo que le aleja de la actividad, ya que lo que más le atrae es la buena organización, eventos de renombre nacional, variedad de espectáculos y servicios, artistas calificados, etc. Sin embargo, las instituciones educativas y los eventos realizados por la Dirección de Cultura deben seguir siendo ofrecidos gratuitamente, pero con la responsabilidad de ofrecer buenos servicios al público, a los artistas y a sus empleados, para lo cual tendrá que presionar al alza el presupuesto que la Dirección de Cultura piense dedicar para sus actividades. Mientras que, los eventos realizados por otros escenarios culturales, pueden optar por dos tipos de precios: precios intermedios o precios públicos capaces de igualar el ingreso al costo de la actividad y que permitan organizar eventos que se autofinancien con el precio pagado por los visitantes (estos podrán ser aplicados por museos y galerías de arte, quienes normalmente realizan sus exposiciones gratuitamente). El otro tipo de precio es aquel que permita aumentar los recaudos por boletería y que generen margen de utilidad (estos podrán ser*

aplicados por teatros, salas de cine, espectáculos musicales y grupos de teatro).

- *Extender en 0.1% la carga tributaria de la estampilla procultura, esto para justificar una mayor dotación presupuestaria para la mejora de los servicios de Cultura de la ciudad, mejorar la capacitación del recurso humano, cubrir gran parte de las necesidades de los escenarios culturales no resueltas desde la década de los 70's, apoyar los planes de inversión cultural en el municipio, apoyar logísticamente el proceso de identidad cultural de la ciudad y motivar presupuestariamente a las instituciones educativas.*

- *Es necesario aplicar un aumento en el presupuesto cultural del municipio, el cual puede ser sustentado por el aumento del interés cultural generado por el sector público, por el aumento del volumen cultural bruto de la ciudad, por una participación notable de la Cultura en el PIB local, por el reconocimiento de la Cultura como medio de superación y por la existencia de entidades con propósitos culturales que pueden interceder por la sociedad para que este aumento sea posible. Este aumento depende básicamente de la capacidad de oferta por parte de los servicios culturales y de una correcta administración de estos. La Dirección Municipal de Cultura debe enfocar su responsabilidad en la de conseguir*

una mayor gestión con los medios asignados y obtener una mayor financiación del presupuesto dado para estas actividades.

- *Dado que los recursos del Estado son limitados, y que en los últimos años se ha racionalizado el gasto público, es necesario conseguir recursos a través de acuerdos de patrocinio donde la Cultura se vea beneficiada en su conjunto. A través del patrocinio pueden ser fortalecidos los siguientes puntos: eventos culturales de renombre nacional, calidad del artista caleño, diversidad en las capacidades de los artistas y la industria cultural.*

El mecenazgo de los patrocinadores consigue reforzar el papel del sector público en el fomento de la práctica cultural en la ciudad. Este patrocinio podría estar dirigido hacia actividades y escenarios que muestran ser las preferidas para el consumo cultural de los caleños , tales como: cines y discotecas, espectáculos musicales y proyecciones cinematográficas. Además del talento humano que es reconocido en otros países del mundo.

Tácticas:

- *Generar continuamente eventos culturales con altas dosis de calidad organizativa y administrativa.*

- *Integrar esfuerzos en línea, tendientes a lograr para cada escenario existente y potencial y, a la Cultura en general, la financiación y disposición de recursos suficientes para su buen desempeño.*
- *Generar conciencia a los encargados de la Cultura en Cali sobre el cambiante mundo cultural para adaptarse mejor a las nuevas necesidades de los pobladores.*
- *Crear un esquema dinámico que integre Cultura - empresa privada, diseñado para elevar los fondos regulares en apoyo de los artistas de la ciudad.*

5.3.3 Capacitación del recurso humano

Dotar a los servicios culturales de personal calificado que forme integralmente al futuro artista de la ciudad.

Las entidades encargadas de la Cultura en Cali deben tener como línea de acción para los próximos cinco años, la capacitación del recurso humano local a través del aprovechamiento de la internacionalización del talento humano, de los eventos y actividades locales.

Esta capacitación en los educadores culturales es vital para formar a un artista competitivo y de talla internacional. El Estado no puede descargar exclusivamente a las instituciones educativas todo el peso de la formación cultural de los futuros artistas de la ciudad. Por lo tanto, es el Estado quien

debe comprometerse con el presupuesto suficiente para lograr esta capacitación, con miras a fortalecer la identidad cultural de la ciudad, a incentivar niños y jóvenes a la práctica cultural.

Esta capacitación generará un impacto directo en el aumento del profesionalismo cultural de la ciudad, ya que la Cultura podrá mirarse desde el ámbito profesional, tecnológico y técnico con miras a generar nuevos y mejores empleos para los artistas que sean capacitados.

La inclusión de un plan de capacitación a profesionales encargados de la Cultura en Cali en ramas como: administración cultural, gestión del talento humano, marketing cultural, gerencia logística cultural, estimulación cultural y otros, pueden depositar en esas personas una responsabilidad económico - cultural en la gestión, planeación y fomento de la Cultura. Además, puede llegar a desarrollar habilidades técnicas y herramientas básicas administrativas, de mercadeo de actualización a fin de que pueda llegar a mejorarse o a desarrollarse una calidad competitiva en la Cultura.

Tácticas:

- *Concientizar a las entidades educativas (sobre todo primaria) de la importancia que tienen en la formación cultural del individuo.*
- *Desarrollar, en un principio, seminarios, talleres y cursos para los dirigentes culturales, profesionales, artistas, profesores que estén*

encaminados a Concientizar sobre la importancia económica de la Cultura.

- *Parte de los recursos obtenidos por la estampilla procultura, puede estar encaminada a realizar cruzadas de capacitación cultural dentro de la ciudad.*

5.3.4 Marketing

La Cultura debe establecer el siguiente proceso:

Hacer = Consumir = Practicar

Para lo cual es necesario implantar "Marketing" en la Cultura para establecer un sistema de promoción cultural o de divulgación cultural a la ciudad.

Cada actividad cultural tiene un mercado potencial propio que necesita ser estudiado desde el punto de vista de su oferta y su demanda. Por lo tanto, es importante dividir a los consumidores potenciales en segmentos de población tales como: familia, mujeres, hombres, niños, jóvenes, adultos, tercera edad para ajustar la oferta a las motivaciones y necesidades de cada grupo.

Esta estrategia debe estar enfocada hacia dos tipos de concepción cultural que eventualmente son complementarias: Cultura como medio de ocupación del tiempo libre y Cultura como factor económico. Estos dos enfoques

procurarán un aumento del mercado y consecuentemente del propio consumo.

El marketing aplicado debe estar direccionado hacia el reconocimiento del aumento continuo del espacio para la Cultura, de los eventos, de la variedad de servicios, variedad de usuarios, calidad del artista caleño, diversidad en las capacidades de los artistas, clima de la ciudad, ser la tercera ciudad más importante del país, y ser la segunda en movimiento de extranjeros.

Con la oportunidad del Internet, resulta conveniente crear una página Web de la ciudad de Cali, donde se encuentre un portafolio de servicios culturales que ofrece la ciudad con especificaciones tales como: inventario de los escenarios culturales, eventos a realizar, precio de boletería, horario de presentaciones, ubicación, formas de desplazamiento, hoteles, mapa por categoría de escenarios para efectos de visualizar la ubicación, tradiciones de la ciudad, patrimonio histórico y otros.

Con el propósito de divulgar el mensaje cultural, para aumentar el consumo cultural , se debe impulsar una campaña publicitaria fuerte basada en un soporte de medios de información como: la prensa, televisión, radio, cine, carteles, medios informales. El alto consumo privado o de los hogares en "medios de información cultural" resulta ser un impulso para este propósito.

Tácticas:

- *Efectuar un estudio analítico sobre medios, destinatarios, costos, aspectos competitivos, tradiciones, etc., sobre el entorno cultural de la ciudad.*
- *Establecer objetivos y tipo de mercado al cual se dirige la promoción.*
- *Organizar un equipo investigativo y de mercadeo para llevar a cabo el proceso.*
- *Ofrecer a las empresas promocionar y / o anunciar sus productos o servicios en eventos culturales a cambio de un apoyo económico.*

5.3.5 Fomento a la industria

El concepto de industria Cultural abarca medios de comunicación masiva como la prensa, el radio y la televisión y sectores del espectáculo como el cine y el disco. Estas industrias tienen la capacidad y la competencia necesarias para configurar los aspectos culturales del desarrollo.

Para promover este tipo de industrias, es necesaria la intervención estatal a través de: gestión directa, concesión de autorizaciones o licencias, actividades de investigación y asesoramiento, concesión de privilegios fiscales y reglamentación de las actividades.

Se debe apoyar a la fusión y la reagrupación de pequeñas empresas que ofrezcan la posibilidad de producir beneficios apreciables en el plano cultural o financiero. Es conveniente establecer una serie de principios que estén encaminados a promover nuevos productos, desarrollar programas de promoción y publicidad adaptados a las técnicas de comercialización de productos y servicios culturales, la unión o integración de empresas o industrias culturales para reunir las funciones totales de un sector y elevar al máximo la utilización de sus fuentes financieras y humanas, el concepto de globalización también debe ser tenido en cuenta por este tipo de industrias, razón por la cual se debe fomentar la exportación de productos y / o servicios culturales por medio de un organismo que pueda agruparlos.

Tácticas:

- *Sensibilizar al Gobierno Municipal sobre la importancia económica de las industrias culturales.*
- *Concientizar a los empresarios sobre la Cultura como "producto" que puede ser tratado, administrado, comercializado como cualquier otro producto.*
- *Capacitar al recurso humano necesario, sobre como planear, desarrollar y administrar la industria cultural.*
- *Apoyar logísticamente el planeamiento, organización de los programas de desarrollo de creación y fomento a la industria cultural.*

5.4 ESTRATEGIAS DEPORTIVAS - RECREATIVAS

5.4.1 Construcción y mantenimiento de escenarios

Llevar a cabo un plan de inversión en construcción y mantenimiento de infraestructura deportiva - recreativa específicamente en las comunas 3, 9 y 18 y en las instituciones educativas a nivel de colegios, institutos tecnológicos y universidades, ya que en estos lugares la disposición de presupuestos por parte del Estado municipal es muy escasa.

La construcción de infraestructura deportiva - recreativa en las comunas estaría encaminada específicamente hacía espacios multifuncionales de recreación y deporte que no sean de alta competencia, hacia la creación de clubes deportivos y escuelas de formación deportiva, que logren desarrollar las diversas capacidades deportivas del joven caleño, el cual es reconocido como talento humano de exportación, y hacia la creación de gimnasios.

El mantenimiento a los escenarios construidos y por construir debe ser permanente, para lo cual sería conveniente conformar un grupo de auditoría que continuamente esté presentando informes a los directivos deportivos de la ciudad sobre el estado (semanal) de éstos. Un buen mantenimiento permite aumentar la frecuencia de visitantes y deportistas hacia estos sitios.

Estos dos puntos (construcción y mantenimiento) deben estar inscritos conjuntamente sobre una línea de acción para el fomento y desarrollo del

deporte en la ciudad, que incluya la realización de encuentros deportivos para los diferentes segmentos de la población (niños, jóvenes, adultos).

Este tipo de estrategia podría aumentar el m² / habitante de zona recreativa, generar dispersión en la localización de escenarios, aumentar la cobertura de la práctica deportiva de la población, elevar el interés deportivo en los alumnos de los planteles educativos, aumentar el consumo deportivo – recreativo de la administración pública, motivar a las directivas educativas a incluir más prácticas deportivas en su pensum, generar empleo no calificado, incidir en la disminución de los índices de violencia, ya que a través de escuelas de formación deportiva el joven podrá alimentar su tiempo libre con un sano esparcimiento; incidir en un aumento del PIB debido al aumento del consumo cultural público, fortalecer la visión deportiva de la ciudad y la identidad deportiva del caleño.

Gracias a que el deporte puede constituirse como parte del gasto social, y a que se ha elevado la ejecución de presupuesto público en la construcción y mantenimiento de escenarios, es que se pueden llegar a cumplir este tipo de acciones.

Tácticas:

- *Disponer de suficientes recursos para la ejecución de obras y mantenimiento .*

- *Concientizar a la Secretaría del Deporte y Recreación sobre la importancia de desarrollar planes de inversión a las comunas citadas y a las instituciones educativas.*
- *Evaluar la manera de disponer de lotes comunitarios, para ejecutar las inversiones mencionadas.*

5.4.2 Captación de recursos financieros vía precios, tributos, presupuesto y patrocinio

- *El bajo poder adquisitivo de las personas no permite cobrar precios altos en la boletería de los eventos deportivos - recreativos, especialmente los ofrecidos por el estadio de la ciudad. Por lo tanto, es conveniente realizar un ajuste en la aplicación de precios de boletería, que resulte acorde con la calidad del evento y con el tipo de escenario que lo ofrezca. Algunos escenarios como ligas y polideportivos pueden seguir ofreciendo sus eventos con la boletería gratuita, siempre y cuando se comercialice mejor el tipo de espectáculo que se ofrezca, ya que a pesar de que el público no paga, es poca la asistencia. El ofrecer gratuitamente los eventos en las ligas obviamente no genera recursos, pero si es de gran ayuda para fomentar la práctica del deporte competitivo en la ciudad, siempre y cuando estos sean organizados con alta responsabilidad y calidad, y que además las programaciones sean conocidas y divulgadas a la comunidad.*

Normalmente el precio fijado por el resto de escenarios deportivos - recreativos en nuestra ciudad presenta elasticidad, ya que un incremento en el precio de entrada ocasiona una notable disminución en el volumen de espectadores. Por lo tanto es necesario mantener el valor de boletería, pero aumentar el volumen de espectadores.

- *Es necesario establecer una relación fuerte entre empresa privada - servicio deportivo donde se logre asociar la imagen de un evento, de un deportista a una empresa privada generando un efecto favorable para ambas partes. Habría que buscar empresas diferentes a las que siempre se les ha pedido ayuda, como es el caso de fabricas de bebidas, las cuales sean distinguidas en su campo por su eficacia y buen hacer y que no representen productos o bienes nocivos a la sociedad. Debería mantenerse una cartera de patrocinadores tan amplia como sea posible. En este punto también debe estar inscrito el tema de "becas" par deportistas potenciales de la ciudad, donde el aprendizaje y el entrenamiento profesional estarían ligadas a oportunidades de patrocinio. El acuerdo de patrocinio debería ser al menos de tres años donde se prevean las necesarias salvaguardas contra la inflación.*

- *La tasa prodeportes fue creada para recaudar fondos presupuestales para el Deporte, la cual corresponde al 1% del valor de cada contrato que haga el municipio. Sin embargo, es conveniente aumentar este cobro a*

1.1% para lograr incrementar o elevar el gasto en construcción de instalaciones, realización de más eventos, capacitación del recurso humano y fomento al deporte.

- *El proyecto de ley en el congreso sobre el deporte como gasto social puede llegar a elevar el presupuesto destinado para esta actividad, por lo tanto es necesario que la Administración pública local se esfuerce en influir y Concientizar al gobierno central sobre la necesidad de este aumento presupuestal para la ciudad.*

Tácticas:

- *Concientizar a los dirigentes y entidades encargados del deporte - Recreación sobre la necesidad de volver a estas actividades competitivas frente a otras, a través de los precios de los eventos.*
- *Organizar y conformar una organización de ayuda al deporte cuyo propósito sea atraer fondos de patrocinio de compañías e individuos.*
- *Establecer un comité que continuamente determine la necesidad de leyes fiscales y oportunidades financieras para obtener mas recursos.*

5.4.3 Capacitación del recurso humano

Es necesario capacitar profesionalmente al recurso humano deportivo en todos sus niveles de la estructura deportiva, para que estos desarrollen, con

conocimientos suficientes, una labor adecuada a los requerimientos actuales tanto desde el punto de vista de las administraciones, que dedican cada vez mayores recursos, como desde el de ciudadanos que exigen mayor calidad en el servicio.

Las oportunidades de educación y de empleo deben estar inscritas tanto fuera como dentro del ámbito deportivo – recreativo. Es decir, el deporte – recreación con su proceso de cumplir sueños deportivos a los practicantes, no pueden seguir representando una dedicación que sacrifique empleos y educación, por el contrario, su enfoque debe sistémico y profesional, con alta capacidad de generar empleo y educación profesional en el ámbito deportivo.

Esta capacitación debe integrar programas de administración deportiva, marketing del deporte, gestión en comercio de deportistas, comercialización del deporte, etc., los cuales ayuden a fortalecer al deporte – recreación como forjador de deportistas íntegros, profesionales, altamente calificados y sobre todo competitivos; y, como un medio de generación de empleo que reconozca las implicaciones económicas del deporte, que contribuya a la formación de empresa deportiva y que facilite las relaciones y acuerdos entre deporte – empresa privada.

Táctica:

- *Concientizar a la Secretaría del Deporte y Recreación de la ciudad sobre la importancia de capacitar al talento humano deportivo de Cali.*
- *Celebrar seminarios, asesoramientos, talleres y cursos sobre los programas mencionados en el plan, a los encargados del deporte de la ciudad, de una manera introductoria.*

5.4.4 Marketing

Establecer una campaña continua y / o permanente de promoción y divulgación deportiva con objetivos y tipos de mercado claros que provoquen la necesidad donde no parece existir. Por lo tanto, es conveniente llevar a cabo un proceso de marketing del deporte que proporcione los datos que puedan servir de base a una política de ventas del servicio deportivo – recreativo como tal y como producto, y a la realización de campañas publicitarias de impacto en la comunidad transmitidas por los medios de comunicación tradicionales: T.V, radio, prensa, cine, carteles, medios informales (rumor, altavoz, circular, panfleto).

La publicidad debe resaltar factores tales como: clima, Cali como ciudad deportiva de América, talento humano, eventos, variedad en los servicios y la visión deportiva de la ciudad, aprovechando el alto consumo de prendas deportivas y de medios de información deportivo por los hogares en Cali y el Internet. Este último puede ser de gran ayuda para difundirle al mundo al

ámbito deportivo que rodea y caracteriza a la ciudad, a través de una página web.

Táctica:

- *Concientizar a los encargados del deporte – recreación de la ciudad, sobre su continua obligación de proporcionar servicios eficaces, tanto en sus actividades en general como en la divulgación y promoción del deporte en la ciudad.*
- *Iniciar un proceso para promover el marketing en el deporte a través de seminarios, publicaciones y el establecimiento de un equipo de mercadeo especializado.*

5.4.5 Fomento a la industria

Hay que proporcionar subvenciones públicas a la industria deportiva en sus fases de producción y de distribución para fomentarla y fortalecerla de tal forma que incida y se convierta en una buena razón económica para los patrocinadores de eventos y deportistas, y en la reactivación económica de la ciudad, ya que podrán incrementarse el número de empleos, ingresos y activos de la ciudad. Pero, además de esto, hay que proteger la industria deportiva local contra la competencia extranjera, mantener una competencia internacional justa, controlar y proteger al número de deportistas de la ciudad, contrarrestar un cierto desarrollo estructural, especialmente la

concentración de empresas y la formación de carteles, que puedan coartar la competencia y el progreso de nuevas empresas de tamaño medio y pequeño, combatir tendencias como el aumento del predominio de productos y deportistas extranjeros, proteger el talento humano deportivo e industrial deportivo y su creatividad, y garantizar la posición de industriales y deportistas menos conocidos y de los de calidad, salvaguardar el acceso en condiciones de igualdad y facilidad de todos los posibles consumidores a los productos y servicios de industrias deportivas, y garantizar también una información suficiente sobre la existencia de estas industrias y la calidad de sus productos.

Táctica:

- *Reunir a los diferentes empresarios deportivos de la ciudad, Concientizarlos sobre los buenos resultados de una cooperación entre ellos y sobre la importancia de sus productos y servicios en el desarrollo económico de la ciudad.*
- *Mantener un nivel profesional y técnico elevado en los campos de producción de productos y / o servicios deportivos – recreativos.*
- *Procurar que el público se interese por los productos deportivos locales, y que se rija por un espíritu crítico con el fin de corregir continuamente posibles falencias.*
- *Crear un comité local de fomento de la industria deportiva.*

5.5 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

El mayor reto para las estrategias culturales y deportivas - recreativas planteadas es la administración del proceso, el cual se convierte en parte del oficio de las entidades encargadas de la Cultura y el Deporte - Recreación de la ciudad, disminuyendo cada vez más las debilidades y amenazas que puedan presentar cada una de las dos actividades y, aumentando sus fortalezas y oportunidades a través de las funciones que pueda realizar un óptimo equipo de trabajo.

La Dirección Municipal de Cultura y la Secretaría del Deporte y Recreación, son dos entidades pertenecientes a la estructura organizacional general de la Alcaldía de Santiago de Cali.

A continuación se describe el organigrama de la Dirección Municipal de Cultura con el manual de funciones correspondiente. (figura 3):



FIGURA 3. Organigrama de la Dirección Municipal de Cultura.

FUENTE: DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE PLANEACIÓN. Reforma Administrativa acuerdo 01 de 1996.

El Jefe de la Dirección tiene las siguientes funciones ²⁰ :

- Dirige la dependencia a su cargo.
- Conoce y falla en única instancia los procesos disciplinarios, con relación a los servidores públicos de su dependencia, cuando se trate de faltas leves.
- Ejerce el control interno y evaluación de gestión y resultados de los servidores públicos asignados a su dependencia.
- Ordena el gasto de acuerdo con las delegaciones que le haga el Alcalde.
- Las demás que le asigne el Alcalde y las que sean necesarias para el cumplimiento eficiente y eficaz del objeto de la Dirección.

²⁰ DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE PLANEACION. Reforma administrativa, acuerdo 01 de 1996.

Las funciones de la Unidad Administrativa son ²¹:

- *Asiste y asesora al Jefe de la Dirección en asuntos administrativos.*
- *Planear y gestionar la adquisición de los bienes y servicios que requiera la Dirección.*
- *Organizar y controlar la vigilancia y mantenimiento de los bienes asignados a la Dirección.*
- *Coordina y controla lo relacionado con archivo y distribución de documentación.*
- *Elaborar el proyecto de presupuesto de la Dirección y velar por su ejecución y cumplimiento.*
- *Administrar los sistemas de información de la Dirección.*

Las estrategias culturales planteadas, requieren cambios en la estructura y cultura organizacional que permitan una mayor eficiencia de los procesos e tal manera que los planteado se traduzca en acciones concretas que contribuyan al objetivo intrínseco de todo hecho económico, el cual debe ser el mejoramiento de la calidad de vida del habitante de Santiago de Cali.

En esta línea de ideas se plantea un nuevo organigrama que, partiendo del anterior, lograría lo planteado.

²¹ **DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE PLANEACION.** *Reforma administrativa, acuerdo 01 de 1996.*

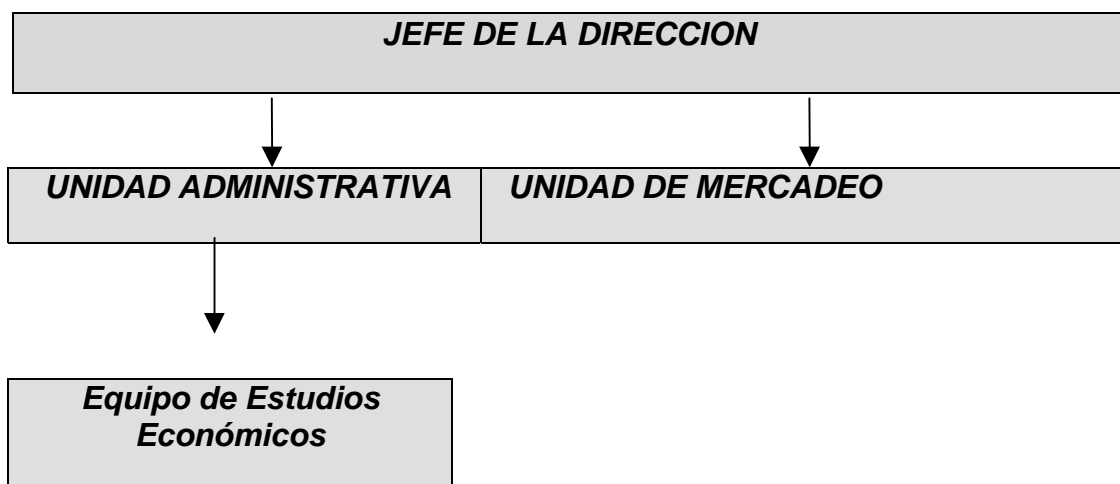


FIGURA 4. Organigrama Propuesto para la Dirección Municipal de Cultura.

Por lo tanto, a las funciones de la Unidad administrativa se le adicionan las siguientes:

- Definir, coordinar y controlar la continua capacitación del recurso humano de la Dirección.
- Analizar y dar visto bueno a las evaluaciones económicas preparadas por el equipo economizo de la Dirección Municipal de Cultura.
- Planear, organizar, coordinar y controlar acuerdos de integración entre Cultura – Empresa privada.
- Elaborar informe estadístico sobre actividades, precios, medios, costos y aspectos competitivos sobre el entorno cultural de la ciudad.
- Evaluar la calidad de los servicios culturales prestados según atención al cliente (grado de satisfacción).
- Elaborar programas de desarrollo de creación y fomento a la industria cultural de la ciudad.

La Unidad de Mercadeo tendría las siguientes funciones:

- *Diseñar y actualizar pagina web cultural de la ciudad.*
- *Elaborar, coordinar y ejecutar el proceso de marketing cultural necesario para la ciudad.*
- *Mantener acuerdos contractuales entre medios de comunicación y Dirección Municipal de Cultura.*
- *Otras según necesidades establecidas en el tiempo.*

El organigrama de la Secretaría del Deporte y Recreación es el siguiente :

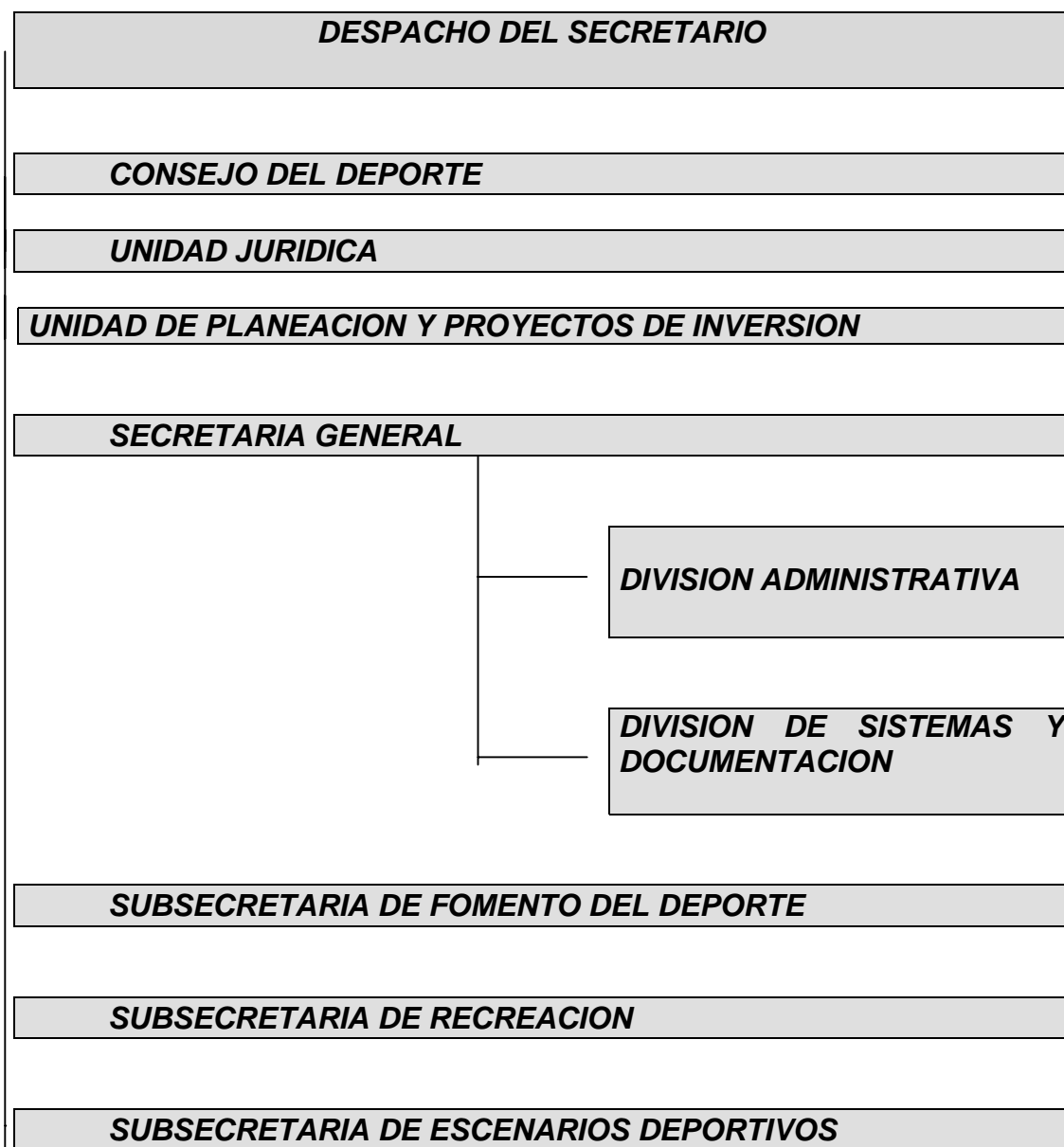


Figura 5. Organigrama de la Secretaría del Deporte y Recreación.

FUENTE : DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE PLANEACION. Reforma Administrativa acuerdo 01 de 1996.

Las funciones de las dependencias son ²² :

Despacho del secretario:

- *Dirige la Secretaría a su cargo.*
- *Participa en la definición de la política del gobierno Municipal en materia de deporte y recreación.*
- *Celebrar contratos de acuerdo con las delegaciones que haga el Alcalde.*
- *Ejercer el control interno en la Secretaría, evaluar la gestión y resultados de las dependencias y servidores públicos adscritos a su secretaría.*
- *Conocer y fallar en única instancia los procesos disciplinarios, con relación a los servidores públicos de su dependencia, cuando se trate de faltas leves.*
- *Ejecutar los controles necesarios para garantizar que cuando se realicen actividades extradeportivas, los escenarios no sufran deterioros y se tomen las medidas necesarias para su restablecimiento.*
- *Responder por el deterioro de los escenarios deportivos cuando no se hayan tomado las medidas dispuestas en este literal.*
- *Los demás que le sean asignados y las necesarias para el cumplimiento eficiente y eficaz de la misión de la Secretaría.*

22 DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE PLANEACION. Reforma administrativa, acuerdo 01 de 1996.

Consejo del deporte:

- *Asesorar y coordinar la Secretaría.*

Unidad Jurídica:

- *Concertar los criterios jurídicos básicos a aplicar en la Secretaría.*
- *Velar porque toda decisión y acto de la Secretaría este dentro del marco constitucional legal.*
- *Orientar a las distintas dependencias de la Secretaría sobre la competencia, deberes, funciones, prohibiciones y procedimientos a los cuales deben adecuar sus actuaciones para asegurar el mejor cumplimiento de las normas.*

Unidad de Planeación:

- *Asesorar y asistir al secretario y a los demás de la Secretaría, en la elaboración de los planes y proyectos de desarrollo deportivo, recreativo y de educación física para el Municipio de Santiago de Cali.*
- *Levantar y elaborar la información estadística del deporte, educación física y la utilización del tiempo libre en el Municipio de Santiago de Cali.*
- *Desarrollar, en coordinación con las subsecretarias, los estudios que permitan determinar las bases para el diseño de los planes, programas y metas de la Secretaría.*
- *Definir los planes, proyectos y programas, conforme con las prioridades del Plan de desarrollo.*

- *Administrar el Banco de Proyectos de la Secretaría.*
- *Desarrollar las actividades requeridas para la consecución de los recursos económicos procedentes de los entes de crédito y cofinanciación*
- *Adelantar las acciones necesarias para dar soporte a la consecución de recursos departamentales, nacionales e internacionales.*
- *Estudiar, evaluar y ejecutar los proyectos de construcción, mantenimiento y adecuación de los escenarios conforme al Plan de Desarrollo del Municipio.*
- *Elaborar el presupuesto general de la Secretaría.*
- *Ejercer el control de la ejecución presupuestal.*

Secretaría general:

- *Asesorar y asistir al secretario en el ejercicio de sus funciones y llevar su representación en los casos que sea necesario.*
- *Administrar y coordinar las actividades y los recursos humanos y físicos de la Secretaría.*
- *Atender y resolver las quejas que presenten los ciudadanos en relación con la Secretaría.*
- *Coordinar las actividades relacionadas con la elaboración del proyecto de presupuesto de la Secretaría y con el control de su ejecución.*
- *Elaborar o revisar los actos, contratos y demás documentos que deban someterse a la firma o aprobación del secretario.*

- *Diseñar y ejecutar los programas de comunicación organizacional y social que den soporte a los programas de la Secretaría.*
- *Elaborar los actos y ejecutar las gestiones necesarias para el desarrollo de los procesos de contratación relacionados con la competencia de la Secretaría.*

División Administrativa:

- *Planear y gestionar la adquisición de los bienes y servicios que requiera la Secretaría.*
- *Organizar y controlar la vigilancia y mantenimiento de los bienes asignados.*
- *Coordinar y controlar lo relacionado con el archivo y la distribución de la documentación.*

División de Sistemas y Documentación:

- *Organizar y desarrollar las actividades relacionadas con el procesamiento, análisis, archivo y suministro de información que produzca o reciba la Secretaría.*
- *Elaborar los estudios para la adquisición de equipos y programas adecuados a las necesidades de la administración municipal.*
- *Diseñar las políticas y programas para el adecuado uso de los equipos y de los programas en las diferentes dependencias.*

Subsecretaría de fomento del deporte:

- *Formular las líneas de acción que debe contener el plan de desarrollo del Municipio en relación al deporte y la educación física.*
- *Proponer y ejecutar los programas de iniciación, formación y competición que se deban adelantar en el Municipio.*
- *Diseñar el calendario deportivo Municipal en concordancia con el calendario único nacional.*
- *Fomentar la popularización deportiva y la participación comunitaria en las actividades de deporte y educación física.*
- *Diseñar los planes de capacitación deportiva para dirigentes, jueces, entrenadores, profesores de educación física, líderes comunitarios, deportistas, periodistas y demás talento humano relacionado con el deporte y la educación física.*
- *Determinar las necesidades de escenarios deportivos en las distintas comunas y corregimientos de la ciudad, promover su construcción y dotación, haciendo uso de los mecanismos que establece la ley 181 de 1995.*
- *Diseñar, gestionar y aplicar políticas de fomento, estímulo y bienestar para los deportistas de Santiago de Cali.*
- *Adelantar las acciones que permite seleccionar, organizar y preparar técnica, psicológica y personalmente los seleccionados de la ciudad en las diferentes disciplinas deportivas y garantizarles su funcionamiento y*

participación en torneos, campeonatos, y demás competencias en las que deba estar representada la ciudad.

- *Fomentar, apoyar, asesorar, coordinar y regular las organizaciones deportivas del nivel municipal, tales como clubes y comités para el cumplimiento de su misión.*
- *Formular y desarrollar planes y programas de fomento y practicas deportivas.*
- *Velar porque la practica deportiva esté exenta de violencia.*
- *Desarrollar los programas de investigación deportiva.*

Subsecretaría de Recreación:

- *Formular las políticas, planes, programas y proyectos que en materia de recreación deben contener el Plan de inversiones, el Plan de Desarrollo del Municipio y el plan local del deporte, la Recreación y el aprovechamiento del tiempo libre.*
- *Desarrollar los programas de recreación popular mediante la integración interinstitucional para garantizar el mayor cubrimiento social.*
- *Estudiar las necesidades de espacios recreativos en todos los sectores de la ciudad.*
- *Promover conjuntamente con el sector privado, ONG'S y cajas de compensación, la construcción de parques, y centros recreativos.*
- *Adelantar la construcción, dotación, mantenimiento y administración de centros y parques recreativos.*

- *Adelantar los convenios necesarios con las entidades públicas y privadas para el desarrollo de programas recreativos y de manejo del tiempo libre con el fin de garantizar el mayor cubrimiento y optimización de recursos.*
- *Compilar, suministrar y difundir la información y documentación relativas a la recreación, y en especial la relacionada con los resultados de investigaciones y los estudios sobre programas, experiencias técnicas y científicas.*
- *Dirigir, orientar y coordinar el desarrollo de la educación física extraescolar como factor social, y determinar las políticas, planes, programas y estrategias para su desarrollo con fines de salud, bienestar y condición física para la comunidad.*

Subsecretaría de escenarios deportivos:

- *Diseñar y dotar los escenarios deportivos para que cumplan con la función de fomento, masificación, desarrollo deportivo y competitivo.*
- *Proponer las normas sobre seguridad y condiciones físicas y sanitarias de los escenarios.*
- *Promover la comercialización de los escenarios deportivos con el fin de hacerlos autosuficientes, sin afectar el desarrollo del deporte de formación y competencia, coordinando con las organizaciones deportivas y el deporte asociado, garantizando el cumplimiento de los programas del calendario deportivo nacional, departamental y municipal y las programaciones de las ligas.*

- *Diseñar y ejecutar las medidas administrativas y de seguridad que garanticen la eficiente prestación de los servicios y la conservación de los elementos y equipos existentes en los escenarios.*

La estructura organizativa de la Secretaría del Deporte y Recreación, se ajusta muy bien a la necesidad organizativa de las estrategias deportivas – recreativas propuestas en el punto 5.4. Sin embargo, es conveniente que exista una división encargada de diseñar, coordinar y controlar los planes de mercadeo requeridos para promocionar y divulgar el entorno deportivo – recreativo de la ciudad. Para ello, y bajo la coordinación de la Secretaría general, se debe crear la División de Mercadeo. Por tanto, la estructura organizativa o el organigrama sería el siguiente:



Figura 6. Organigrama propuesto para la Secretaría del Deporte y Recreación.

A las funciones de las dependencias se incluyen las siguientes:

Consejo del deporte:

- *Coordinar, orientar las funciones del Comité de Fomento a la Industria deportiva.*

Comité de Fomento a la industria deportiva:

- *Levantar información sobre el numero de industrias deportivas existentes, entrantes y salientes de la ciudad.*
- *Definir los planes, programas y estudios necesarios para incentivar la industria deportiva de Cali.*
- *Desarrollar planes de capacitación a nivel profesional y técnico elevado en los campos de producción de bienes y servicios deportivos.*

Secretaría general:

- *Establecer acuerdos contractuales entre empresa privada – Deporte y Recreación, que cobijen patrocinio a deportista y eventos.*
- *Coordinar el comité de ayuda al deporte cuyo propósito sea establecido como el de atraer fondos de patrocinio de compañías e individuos.*

División de Sistemas y Documentación:

- *Diseño y actualización de la página web creada par difundir, promover y divulgar el ámbito deportivo – recreativo de la ciudad.*

División de Mercadeo:

- *Definir, desarrollar, coordinar y controlar los planes de mercadeo del deporte y recreación de la ciudad.*
- *Desarrollar acuerdos contractuales con los medios de comunicación para difundir el ambiente deportivo – recreativo de la ciudad.*
- *Proporcionar servicios eficaces en la divulgación y promoción del deporte – recreación de la ciudad.*
- *Promover los intereses de la Secretaría en el área vitalmente importante de las relaciones con los medios, de ofrecer buenos servicios, de dar a conocer los espacios, eventos, talentos deportivos, por medio de seminarios, publicaciones y consultas.*

Subsecretaría de fomento del deporte:

- *Promover campañas de capacitación dentro de un enfoque económico – deportivo al recurso humano profesional del deporte.*
- *Fomentar nuevos planes educativos en clubes deportivos.*

5.6 INDICADORES DE CONTROL

Para medir la relación causa - efecto de las estrategias planteadas para Cultura y Deporte - Recreación, se establecen los siguientes tipos de indicadores para que puedan valorar y evaluar tanto los avances como los

logros de la implementación de las estrategias. Estos han sido formulados de manera genérica. Es decir, valoran conjuntamente las dos actividades o sectores en mención. Estos son:

- ◆ *N° participantes en seminarios*
- ◆ *N° docentes capacitados*
- ◆ *N° líderes capacitados*
- ◆ *N° dirigentes capacitados*
- ◆ *N° seminarios dictados*
- ◆ *N° escenarios culturales, deportivos - recreativos * comuna*
N° escenarios culturales, deportivos - recreativos en Cali
- ◆ *Gasto cultural, deportivo - recreativo ejecutado*
Gasto cultural, deportivo - recreativo estimado
- ◆ *Total personas empleadas por Cultura, Deporte - Recreación*
Total personas empleadas en Cali
- ◆ *N° talleres culturales, deportivos - recreativos realizados.*
- ◆ *N° empresas culturales, deportivas - recreativas creadas cada año*
- ◆ *N° artistas y deportistas apoyados*
- ◆ *N° centros docentes con espacios culturales, deportivos - recreativos*
- ◆ *N° personas asistentes a eventos*
Población total
- ◆ *Total ingresos*
Total presupuesto
- ◆ *N° certámenes culturales, deportivos - recreativos*

- ◆ Gasto ejecutado
Gasto programado en mantenimiento de escenarios

- ◆ *Nº convenios empresa privada - Cultura*

- ◆ *Nº convenios empresa privada - Deporte*

- ◆ *Nº pautas publicitarias de Cultura*

- ◆ *Nº pautas publicitarias de Deporte - Recreación*

- ◆ *Nº visitantes a página Web de Cultura*

- ◆ *Nº visitantes a página Web de Deporte - Recreación*

- ◆ *Nº medallas obtenidas por acción de las estrategias en certámenes departamentales y nacionales.*

- ◆ *Nº caleños practicando deporte o alguna actividad cultural*

- ◆ *Metros cuadrados de zona deportiva - recreativa por habitante*

6.0 CONCLUSIONES

- ✓ *No resulta práctico ni realista separar el deporte de la recreación, ya que los dos están estrechamente relacionados. El Deporte se emprende como diversión, disfrute y placer y luego se puede convertir en un interés competitivo.*
- ✓ *El año de 1971 significa para Cali el cambio de villa a ciudad, gracias a que toda la infraestructura urbana generada para la realización de los VI juegos panamericanos sirvió para que Santiago de Cali viviera un avance socio – económico y obtuviera el más importante desarrollo urbanístico, económico, social, cultural y deportivo en su historia.*
- ✓ *Los eventos culturales y deportivos – recreativos se han convertido en el origen del desarrollo industrial, económico y tecnológico de algunas ciudades del mundo, y, a su vez, se han constituido en una industria fundamental para la generación de ingresos y empleos.*
- ✓ *Este tipo de estudio es innovador porque constituye un primer esfuerzo de cuantificación de entradas, salidas y flujos económicos resultantes de la existencia de la Cultura y el Deporte – Recreación. El presente informe*

destaca claramente la importancia del sector cultural y del deportivo – recreativo para la economía caleña como factores que contribuyen a la renta local y al empleo.

- ✓ *La Cultura participa con un promedio de 0.6% en el PIB local y el Deporte – Recreación con 0.5%.*

- ✓ *El presupuesto público para Cultura ha disminuido en los últimos años y su ejecución no ha alcanzado el 100%, debido a que una parte se destina a gastos generales de la Dirección Municipal de Cultura. El presupuesto público para Deporte – Recreación gestionado para la zona urbana y rural ha aumentado en los últimos años; en el estudio se indica solamente la ejecución para la zona urbana de la ciudad, por lo tanto esta no alcanza el 100%.*

- ✓ *Según registro de Cámara y Comercio de Cali, el Deporte – Recreación es generador de más empleos, activos, ingresos y utilidades que la Cultura.*

- ✓ *Una de las formas de determinar la incidencia microeconomica de la cultura y el deporte – recreación fue realizar dos encuestas donde según los resultados de la encuesta dirigida a los jóvenes universitarios de Cali, se nota la regularidad de estos por dedicar más parte de su presupuesto*

cultural y deportivo – recreativo al gasto en discotecas, proyecciones cinematográficas y en prendas deportivas, lo cual coincide con la información obtenida de la encuesta nacional de ingresos y gastos de 1995.

- ✓ *Para llegar a obtener una visión macroeconómica de la Cultura y el Deporte – Recreación, se planteo un modelo econométrico que midiera los efectos del crecimiento económico sobre estas actividades y viceversa. Pero, no hubo suficiente información económica sobre el stock de cultura y deporte – recreación de la ciudad que permitiera resultados satisfactorios.*

- ✓ *A través de la Cultura y el Deporte – recreación se pueden formular alternativas de solución a la coyuntura económica de la ciudad. Estas alternativas o estrategias son: construcción y mantenimiento de escenarios, captación de recursos vía precios, tributos, patrocinio y presupuesto; capacitación del recurso humano, marketing y fomento a la industria.*

7.0 RECOMENDACIONES

- ✓ *Los futuros trabajos o estudios que relacionen a la Cultura y al Deporte – Recreación con la economía podrían ampliar su enfoque hacia los siguientes campos:*
 - *Es necesario un estudio más profundo del potencial de creación de empleos a través de la cultura y el deporte – recreación.*
 - *Un análisis del costo del desarrollo de la Cultura, el deporte – recreación y el ocio. ¿cuanto cuesta por cabeza convertir a una sociedad no participante o practicante , en practicante o participante de estas actividades.?*
 - *Un análisis del papel de la cultura y el deporte – recreación en la creación de empleos y en la regeneración de comunas degradadas.*

- ✓ *Es fundamental y necesario la creación de un sistema de información cultural y deportivo – recreativo centralizado que se encargue de registrar se es posible quinquenalmente el movimiento financiero y de actividades que se genera a partir de estos sectores a fin de observar las tendencias económicas y su comportamiento de flujos económicos para compararlos con otros sectores y con el movimiento generado en otros países.*

- ✓ *Es recomendable que para la operatividad de las estrategias o para un estudio posterior a este, se efectúe un análisis sobre la viabilidad de las estrategias propuestas para Cultura y deporte – recreación donde se tengan en cuenta los siguientes puntos:*

Estrategia 1 : Construcción y mantenimiento de escenarios

- *Total de construcciones por comuna, según barrios.*
- *Costos de las construcciones y del mantenimiento.*
- *Población potencial beneficiada.*
- *Nº empleos generados directos e indirectos.*
- *Total salarios e ingresos y su participación en el PIB servicios.*

Estrategia 2 : Captación de recursos via precios, presupuesto, tributos y patrocinio

- *Volumen de aumento de precios, cuantificación según espectáculos y eventos culturales y deportivos – recreativos.*
- *Valor del recaudo total adicional según asistencia a los eventos.*
- *Volumen del aumento del presupuesto según los costos de las construcciones , mantenimiento y administración.*
- *Cuantificación de los nuevos ingresos por el aumento señalado en la estampilla procultura y en la tasa prodeportes.*
- *Cuantificación de las nuevas empresas patrocinadoras y del valor del patrocinio.*

Estrategia 3 : Capacitación del recurso humano

- Total del personal a capacitar.
- Total de los costos de la capacitación.
- Financiación de la capacitación.

Estrategia 4 : Marketing

- Total funcionarios a vincular en las nuevas unidades de mercadeo de la Dirección de cultura y de la Secretaría del deporte – recreación.
- Total convenios y alianzas a realizar y sus costos.
- Costo de la implantación de la Unidad de Mercadeo en las dos dependencias.

Estrategia 5 : Fomento a la industria

- Total recursos para fomentar la industria cultural y deportiva.
 - Total empresas por crear según clase.
 - Total egresos proyectados de esas industrias.
- ✓ Es conveniente que las autoridades, entidades y demás encargados de la Cultura y el deporte – recreación de la ciudad aunen esfuerzos con el propósito de diseñar un plan de desarrollo integral para la cultura y el deporte – recreación con consecuencias en los ámbitos social, físico y económico de los pobladores de la ciudad de Cali.

8. BIBLIOGRAFIA

- **BARONA TOVAR, Fernando.** *Dimensiones culturales del desarrollo. Sin fecha, sin pío de imprenta.*
- **COBO VELAZCO, Alfonso.** *Calendario biográfico y genealógico de Santiago de Cali. Imp. Departamental: Cali, 1971, segunda edición, 238 páginas.*
- **CODE.** *Anuarios estadísticos del valle 1970 – 1984. Cali.*
- **DANE.** *Cali estadístico 450 años. Bogotá 1986, 186 páginas.*
- **DANE.** *CENSO 1964, 1973. Cali.*
- **DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE PLANEACION.** *Cali datos y cifras 1998, departamento de publicaciones: Cali, 1998, 85 páginas.*
- **DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE PLANEACION.** *Estudio socio económico de la ciudad de Santiago de Cali, departamento de publicaciones: Cali, 1993, 189 páginas.*
- **DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE PLANEACION.** *Plan de desarrollo, departamento de publicaciones: Cali, 1991, 67 páginas.*
- **DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE PLANEACION.** *Plan de desarrollo, departamento de publicaciones: Cali, 1995, 89 páginas.*

- **DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE PLANEACION.** *Plan de desarrollo, departamento de publicaciones: Cali, junio de 1995, 70 páginas.*
- **DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE PLANEACION.** *Plan de desarrollo, departamento de publicaciones: Cali, 1995 - 1997, 89 páginas.*
- **GARZÓN GALINDO, Armando.** *Gran diccionario enciclopédico visual. Colombia: ediciones Zamora Ltda, 1992, 1291 páginas.*
- **GONZALES, Armando.** "Y Cali qué?". *En: Cultura y economía N° 1, Cali, marzo 1995, páginas 18 – 19.*
- **HOYOS, Guido.** "300 semanas en la cultura" *En: Gaceta cultural. No 300. Cali: agosto 4 de 1996, paginas 10 – 13.*
- **ICETEX, ICFES, UNIVERSIDADES.** *Estudio para la determinación de necesidades de formación de Recursos Humanos. Feriva: Cali, 1991, 46 páginas.*
- **INSTITUTO GEOGRAFICO NACIONAL.** *Barcelona y su entorno. Mapa guía.*
- **LONDOÑO DE LA CUESTA, Luis.** ¿"Cuánto vale el telón?". *En: Dinero N° 54, febrero 1998, páginas 46 – 49.*
- **LONDOÑO DE LA CUESTA, Luis.** "Broadway y off broadway". *En: Dinero N° 29, octubre 1995, páginas 196 - 202.*
- **LONDOÑO DE LA CUESTA, Luis.** "La puerta de las Américas". *En: Dinero N° 63, junio 16 1998, páginas 130 - 138.*

- **LONDOÑO DE LA CUESTA, Luis.** *“Maratón por New York”.* En: *Dinero* N° 27, agosto 1995, páginas 188 - 194.
- **MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES Y BANCO DO BRASIL.** *“Fútbol”.* En: *Brasil* N° 59, mayo de 1990, páginas 24 – 26.
- **NORTH C., Douglass.** *instituciones, cambio institucional y desempeño económico.* México: Fondo de Cultura Económica, 1990, 89 páginas.
- **NORTH C., Douglass.; MILLER, Roger Le Roy.** *El análisis económico de la usura, el crimen, la pobreza, etcétera.* México: Fondo de Cultura Económica, 1976, 183 páginas.
- **PLANEACION MUNICIPAL DE CALI.** *Cali en cifras. Imprenta Departamental – Cali: 1996.*
- **PLANEACION MUNICIPAL DE CALI.** *Plan de desarrollo de Cali y su área metropolitana 1970 – 1985 - 2000. Imprenta Departamental – Cali: 1971, 288 páginas.*
- **ROJAS, Claudia.** *“Cali se pone la mascara”.* En: *Gaceta dominical.* No 275. Cali: 18 de febrero de 1996. Paginas: 8 – 9.
- **SECRETARÍA DE FOMENTO ECONÓMICO Y COMPETITIVIDAD.** *Cuentas económicas de Santiago de Cali, 1990 - 1996. Cali: Alcaldía de Santiago de Cali, 1996, 113 páginas.*
- **SECRETARÍA DE FOMENTO ECONÓMICO Y COMPETITIVIDAD.** *informe del estudio de reactivación económica de los ingresos y el empleo para la*

ciudad de Cali, primera fase. Cali: Alcaldía de Santiago de Cali, 1999, 82 páginas.

- **SECRETARÍA DE FOMENTO ECONÓMICO Y COMPETITIVIDAD.** *Informe del estudio de reactivación económica de los ingresos y el empleo para la ciudad de Cali, primera fase. Cali: Alcaldía de Santiago de Cali, 1999, 82 páginas.*
- **SECRETARÍA DE FOMENTO ECONÓMICO Y COMPETITIVIDAD.** *La economía del Valle del Cauca en los 90. Cali: Alcaldía de Santiago de Cali, 1999, 129 páginas.*
- **SZPUNBERG, Alberto.** *Deporte, cultura y represión. Barcelona: editorial Gustavo Gili, 1978, 157 páginas.*
- **ZUÑIGA SANCHEZ, Gerardo.** *Memorias de los primeros juegos del océano pacífico. Gráfica S.A.: Cali, 1995, 26 páginas.*

ANEXOS

ANEXO 1.

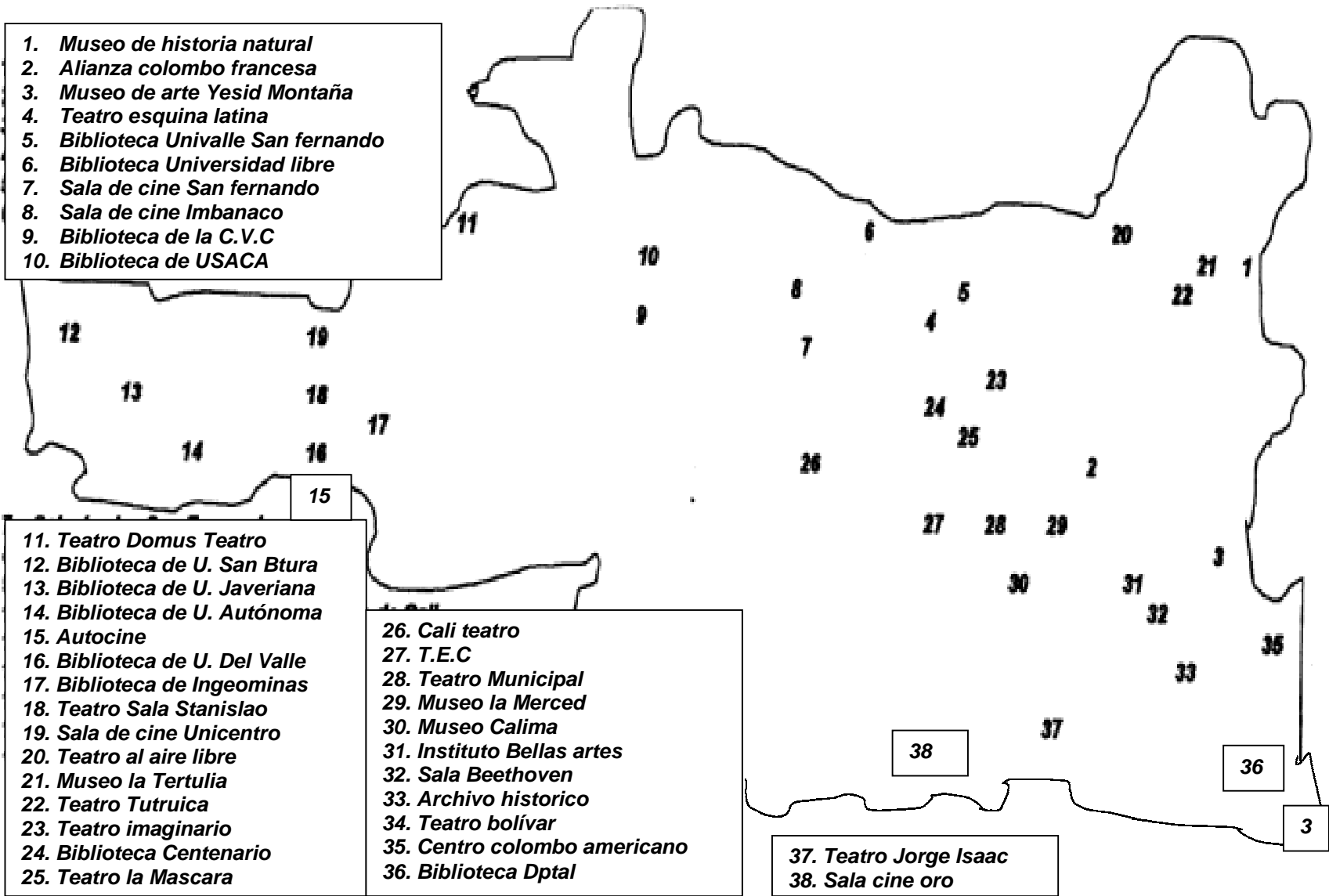
INVENTARIO CULTURAL DE CALI EN LOS 90'S.

1. Museo de historia natural
2. Alianza colombo francesa
3. Museo de arte Yesid Montaña
4. Teatro esquina latina
5. Biblioteca Univalle San fernando
6. Biblioteca Universidad libre
7. Sala de cine San fernando
8. Sala de cine Imbanaco
9. Biblioteca de la C.V.C
10. Biblioteca de USACA

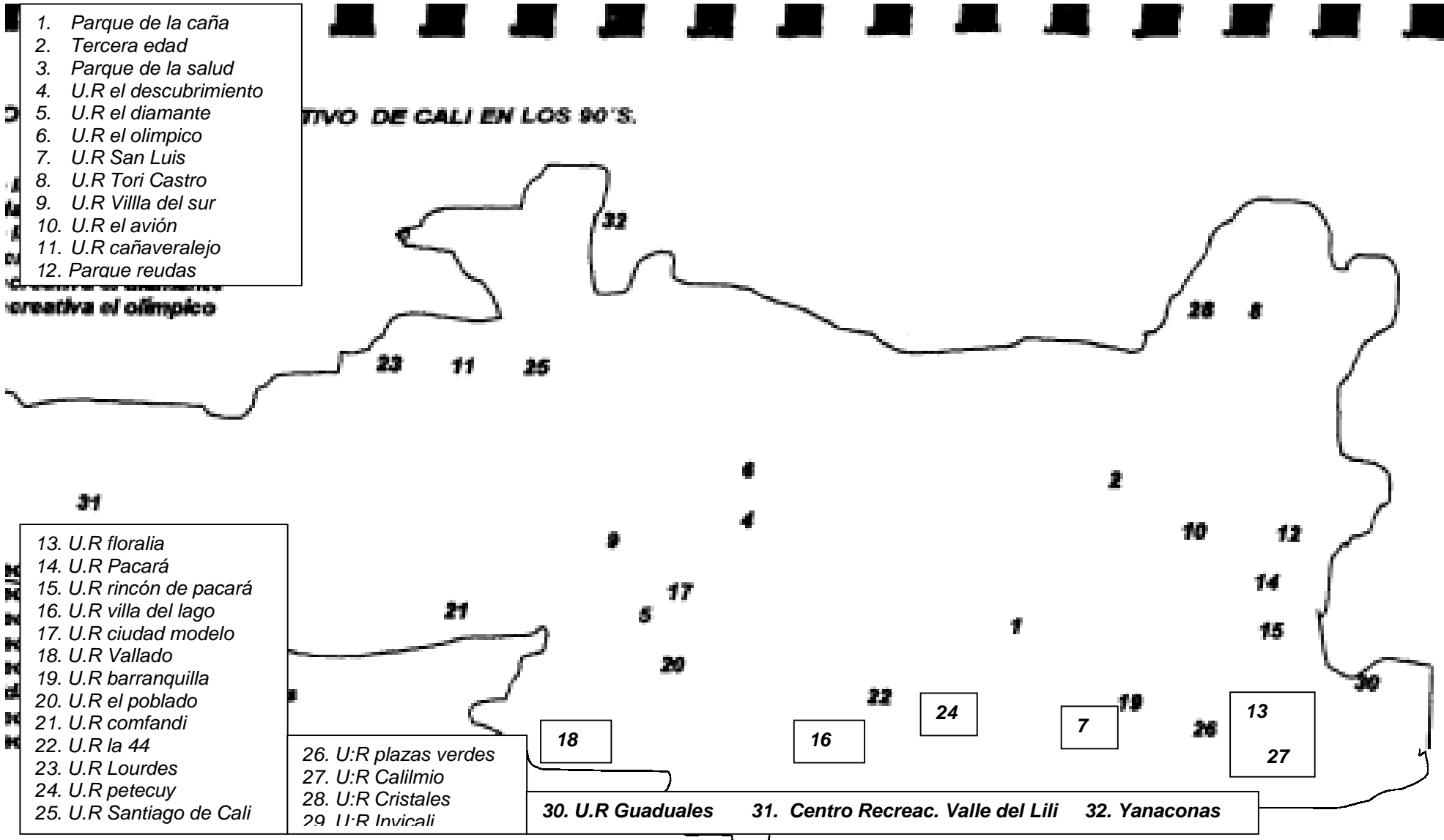
11. Teatro Domus Teatro
12. Biblioteca de U. San Btura
13. Biblioteca de U. Javeriana
14. Biblioteca de U. Autónoma
15. Autocine
16. Biblioteca de U. Del Valle
17. Biblioteca de Ingeominas
18. Teatro Sala Stanislao
19. Sala de cine Unicentro
20. Teatro al aire libre
21. Museo la Tertulia
22. Teatro Tutruica
23. Teatro imaginario
24. Biblioteca Centenario
25. Teatro la Mascara

26. Cali teatro
27. T.E.C
28. Teatro Municipal
29. Museo la Merced
30. Museo Calima
31. Instituto Bellas artes
32. Sala Beethoven
33. Archivo historico
34. Teatro bolívar
35. Centro colombo americano
36. Biblioteca Dptal

37. Teatro Jorge Isaac
38. Sala cine oro



ANEXO 2. INVENTARIO DEPORTIVO – RECREATIVO DE CALI EN LOS 90’S



ANEXO 3. ENCUESTA DIRIGIDA A POBLACION UNIVERSITARIA DE CALI.

Estimado

joven:

Muy comedidamente le solicito dedicar unos minutos de su tiempo para realizar la siguiente encuesta, la cual es básica como una de las partes que componen un estudio económico sobre Cali, realizado por la Alcaldía de Santiago de Cali y que sirve para poder optar al título de profesional.

Agradezco su valiosa colaboración.

3.1 ENCUESTA SOBRE PRACTICA DEPORTIVA - RECREATIVA

Sexo : F M:

Edad: 15 - 19 20 - 24 25 - 29 30 - 34

1. Practica usted algún deporte: Si Cual? _____
No

2. Con qué frecuencia acostumbra practicar la actividad deportiva?

Diariamente
1 - 2 veces x semana
Ocasionalmente
Nunca

3. En qué lugar acostumbra hacer la práctica deportiva?

Canchas de barrio
Club deportivo / social
Escuela de formación deportiva
Unidades deportivas de barrio
Comfenalco, Comfandi
otros. Cual ? _____

4. Ha tomado cursos para ejercer alguna actividad deportiva?

Si En donde? _____
No

5. Señale con una X, la actividad deportiva - recreativa que acostumbra a realizar.

Espectáculos deportivos
Corridas de toros
Parques y paseos cortos
Gimnasio
Juegos de billar, bolos, ping-pong
otros. Cual ? _____

6. Si es usted practicante de alguna actividad deportiva. A qué categoría dedica más parte de su gasto? (señale sólo una).

Vestuario y calzado deportivo
Equipamiento deportivo

Cursos de enseñanza deportiva
 Asistencia a manifestaciones deportivas

7. Si usted no ejerce ninguna actividad deportiva. Señale con una X la razón.

Falta de dinero
 Falta de escenarios
 Pereza
 No le gusta el deporte

3.2 ENCUESTA SOBRE PRACTICA CULTURAL

1. Marque con una X, los escenarios culturales que acostumbra a visitar

Cine
 Concierto
 Teatro
 Títeres
 Ballet
 Circos y espectáculos
 Museos
 Discotecas, tabernas
 Ninguno

2. Con qué frecuencia acostumbra visitar estos escenarios ?

Semanalmente
 2 - 3 veces por mes
 Ocasionalmente
 Nunca

3. Ha llegado a tomar cursos para aprender a realizar alguna actividad cultural / artística (artes plásticas, teatro, tocar algún instrumento musical, etc.)

Si Cúal ? _____
 No

4. Si es usted amante, aficionado o simplemente le gusta la actividad cultural. A qué categoría le dedica más parte de su gasto ? (señale sólo una)

Cursos de enseñanza cultural
 Espectáculos musicales
 Poesía, cuento, recitales
 Proyecciones cinematográficas
 Obras de teatro y danza

5. Si usted no ejerce ninguna actividad cultural. Señale con una X la razón.

Falta de dinero
 Falta de escenarios

Pereza
No le gusta la
cultura

A continuación, hemos incorporado un espacio en blanco para conocer, lo que a su parecer, constituyen las más importantes falencias de su universidad en cuanto al incentivo deportivo y cultural. O para conocer si está usted conforme con el incentivo que ella genera. Cuales son sus propuestas?

GRACIAS POR SU COLABORACION!

ANEXO 4. ENCUESTAS DIRIGIDAS A ESCENARIOS CULTURALES Y DEPORTIVOS - RECREATIVOS				
ANEXO 4.1 ENCUESTA - ACTIVIDAD CULTURAL				
SECRETARIA DE FOMENTO ECONÓMICO Y COMPETITIVIDAD				
I. IDENTIFICACION				
1. Nombre de la Institución: _____				
2. Nombre del director / gerente: _____				
3. Dirección: _____			4. Teléfono / Fax: _____	
3.A. Comuna y Barrio: _____			4.A. Correo Electrónico: _____	
5. Esta registrado en cámara de comercio? Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>				
6. Número de registro: _____				
II. INFORMACION CULTURAL				
7. Para los diferentes tipos de eventos y actividades culturales, indicar el número de cada uno de ellos y el número de personas que asistieron, en los años 1998 y 1999.				
Tipo de Evento	Presentaciones Realizadas por Año y Asistencia			
	1998		1999	
	Número *	Asistencia total de personas	Número *	Asistencia total de personas
Cine				
Concierto				
Teatro				
Títeres				
Cuento				
Comedia				
Ballet				
Danza				
Exposición Cerámica				
Exposición Escultura				
Exposición Pintura				
Exposición Fotografía				
Poesía				
Recital				
Feria del Libro				
* : presentaciones (cantidad)				
Otro? Cuál?				

III. INFORMACION ECONOMICA DE LAS ACTIVIDADES CULTURALES

8. Para los diferentes tipos de eventos y actividades culturales, indicar el valor promedio recaudado por concepto de entradas y el precio promedio de la boleta por función en los años 1998 y 1999

TIPO DE EVENTO	Valor Promedio del Recaudo y Precio Boletería			
	1998		1999	
	Valor Recaudado (\$)	Valor promedio boleta por función (\$)	Valor Recaudado (\$)	Valor promedio boleta por función (\$)
Cine				
Concierto				
Teatro				
Títeres				
Cuento				
Comedia				
Ballet				
Danza				
Exposición Cerámica				
Exposición Escultura				
Exposición Pintura				
Exposición Fotografía				
Poesía				
Recital				
Otro? Cuál?				
Rangos recaudo:		Rango boleta:		
A: menos de \$15'000.000	D: \$45'000.000 - \$60'000.000	A: Menos de \$5.000	D: \$25.000 - \$35.000	
B: \$15'000.000 - \$25'000.000	E: \$60'000 000 - Más	B: \$5.000 - \$15.000	E: \$35.000 - \$50.000	
C: \$25'000.000 - \$45'000.000		C: \$15.000 - \$25.000	F: \$50.000 - Más	
9. Indicar el valor recaudado por concepto de otros ingresos para los años 1998 y 1999.				
Utilizar la letra correspondiente establecida en el rango.				
Ítem	Valor Promedio Otros Ingresos por Año (\$)		Rangos:	
	1998	1999		
Convenios			A: menos de \$5'000.000	
Auxilios			B: \$5'000.000 - \$20'000.000	
Apoyos			C:\$20'000.000 - \$45'000.000	
Donaciones			D:\$45'000.000 - \$60'000.000	
Ayudas Internacionales			E:\$60'000.000 - Más	

10. Indicar el número de grupos o artistas caleños, nacionales e internacionales que se presentaron en la ciudad de Cali en los años 1998 y 1999.			
Grupos	Número (Cantidad)		
	1998	1999	
Número de grupos Caleños			
Número de grupos nacionales			
Número de grupos internacionales			
11. Indicar el número de empleos directos e indirectos generados por los eventos culturales en los años 1998 y 1999			
Empleos / Directos	Número de empleos Directos e Indirectos		
	1998	1999	
Número de Empleos Directos			
Número de Empleos Indirectos			
12. En la realización de los eventos culturales cual es el promedio aproximado de gasto?			
(Indicar con una de las letras correspondiente a los rangos).		Rangos:	
Valor Promedio Gastos por Años (\$)		A: menos de \$5'000.000	
1998	1999	B: \$5'000.000 - \$20'000.000	
		C: \$20'000.000 - \$45'000.000	
		D: \$45'000.000 - \$60'000.000	
		E: \$60'000.000 - Más	

ANEXO 4.2 ENCUESTA - ACTIVIDAD DEPORTIVA - RECREATIVA

SECRETARIA DE FOMENTO ECONÓMICO Y COMPETITIVIDAD

I. IDENTIFICACIÓN					
1. Nombre de la institución / escenario :					
1 A. Tipo:	Privada ____	Pública ____	Mixta ____		
1. Nombre del director / gerente :					
2. Dirección :			4. Teléfono/fax: _____		
3. Comuna y Barrio: _____			4 A . Correo electrónico: _____		
5. Área: (Marcar sólo una con X)					
Deporte Competitivo		Recreación/Tiempo Libre			
Rehabilitación y Salud		Educación Física/Formación Deportiva			

II. INFORMACIÓN						
6. Para los diferentes tipos de eventos y actividades, indicar el número de cada uno de ellos y el numero de personas que asistieron en los años 1998 y 1999						
			Encuentros / eventos* Realizados por año y asistencia			
			1998		1999	
ITEM	DEPORTE / ACTIVIDAD	NOMBRE DEL EVENTO	NÚMERO (Cantidad)	ASISTENCIA	NÚMERO (Cantidad)	ASISTENCIA
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						

* Evento : Número de encuentros o partidos o programas o cursos de cada actividad

II. INFORMACIÓN ECONÓMICA					
7. Para los diferentes tipos de eventos y actividades, indicar el valor promedio de recaudo por concepto de entradas y el precio promedio de la boleta en los años 1998 y 1999.					
Valor promedio del Recaudo y precio de la boletería					
		1998		1999	
ITEM	VALOR RECAUDADO (\$)	VALOR PROMEDIO BOLETA	VALOR RECAUDADO (\$)	VALOR PROMEDIO BOLETA	Rango boleta: Rango recaudo: (en miles (En mill. De pesos) de pesos)
1					A- Menos de \$10' A- Menos de \$5.
2					B- \$10' - \$20' B- \$5. - \$10.
3					C-\$20' - \$40' C- \$10. - \$15.
4					D-\$40' - \$70' D- \$15. - \$20.
5					E-\$70' - \$90' E-\$20. - \$25.
6					F-\$90' - Más F-\$25. - \$30.
7					G-Más de \$30.

8. Indicar con una de las letras correspondientes a los rangos el valor recaudado por concepto de otros ingresos para los años 1998 y 1999.				
	Valor promedio otros ingresos por año			Rangos:
ITEM	1998	1999	TIPO **	A: menos de \$5'000.000
1				B: \$5'000.000 - \$20'000.000
2				C:\$20'000.000 - \$45'000.000
3				D:\$45'000.000 - \$60'000.000
4				E:\$60'000.000 - Más
5				
6				
7				
Tipo otros ingresos				
** Convenios (Co)	Auxilios (Ax)	Apoyos (Ap)	Donaciones (Do)	
9. Indicar el número de empleos directos e indirectos en estas actividades en los años 1998 y 1999.				
EMPLEOS				
	1998		1999	
ITEM	DIRECTOS	INDIRECTOS	DIRECTOS	INDIRECTOS
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
10. En la realización del evento/programa, cuál es el promedio aproximado de gasto? (indicar con una de las letras correspondientes a los rangos).				
	Valor promedio de egresos / gastos por año (\$)			Rangos:
ITEM	1998	1999		A: menos de \$5'000.000
1				B: \$5'000.000 - \$20'000.000
2				C:\$20'000.000 - \$45'000.000
3				D:\$45'000.000 - \$60'000.000
4				E:\$60'000.000 - Más
5				
6				
7				

ANEXO 5.**MATRIZ DOFA
ACTIVIDAD CULTURAL DE CALI****ANÁLISIS INTERNO:****FORTALEZAS (F)**

- 1- *Interés cultural por parte de las autoridades públicas.*
- 2- *Incremento continuo del espacio para la Cultura.*
- 3- *Líneas de acción con mayor cobertura de la población, con defensa y protección del patrimonio cultural y divulgación de la Cultura.*
- 4- *Entidades con propósitos y una misión cultural definida.*
- 5- *Eventos de renombre nacional.*
- 6- *Precios de boletería.*
- 7- *Variedad en los servicios.*
- 8- *Variedad de usuarios.*
- 9- *Presupuesto destinado a la realización de festivales.*
- 10- *Estampilla procultura.*
- 11- *Infraestructura de escenarios.*
- 12- *Mayor ejecución en el mantenimiento de escenarios.*
- 13- *Aumento en el volumen de mercado cultural bruto.*
- 14- *Participación notable en el PIB de Cali.*
- 15- *Calidad del artista caleño*
- 16- *Diversidad en las capacidades de los artistas.*
- 17- *Diversidad en los gustos y preferencias de usuarios.*
- 18- *Existencia de industria cultural*

ANÁLISIS EXTERNO:**OPORTUNIDADES (O)**

- 1- *Cines y discotecas como preferencia cultural de los jóvenes.*
- 2- *Aumento en el deseo de la gente por consumir año tras año mas actividades culturales.*
- 3- *Talento humano reconocido en otros países del mundo.*
- 4- *Ser una de las tres ciudades más importantes del país.*
- 5- *La Cultura es ahora reconocida como medio de superación.*
- 6- *Infraestructura Cultural adecuada.*
- 7- *Interrelación entre artistas.*
- 8- *Crecimiento urbano de la ciudad.*
- 9- *Ser la segunda ciudad del país en movimiento de visitantes Extranjeros.*
- 10- *Creación de nuevos centros de información cultural.*
- 11- *Nueva imagen del teatro colombiano.*
- 12- *Visitas regulares de los jóvenes universitarios a escenarios.*
- 13- *Boletería gratuita para eventos realizados por la Dirección Municipal de Cultura.*
- 14- *Aumento en la disposición del ingreso privado para disfrutar de Actividades culturales*
- 15- *Mayor cuantía de presupuesto cultural de los jóvenes, dedicado*

FORTALEZAS (F)

19-Utilidades de las actividades culturales, según registro de Cámara de Comercio de Cali.

20- Clima.

OPORTUNIDADES (O)

a espectáculos musicales y a proyecciones cinematográficas.

16- Alto consumo cultural privado o de los hogares en “medios de Información cultural.

17- Interés cultural generado por el sector público y privado.

18- Empleos generados en las organizaciones, conjuntos y agrupaciones musicales.

19- Activos e ingresos generados en los teatros.

20- Dos Múltiplex de cine ubicados estratégicamente en la ciudad.

21- Constancia en el volumen de gastos de los escenarios.

22- Internet.

DEBILIDADES (D)

1- Falta de un sistema de información cultural centralizado.

2- Las actividades culturales no han sido estudiadas desde el punto de vista económico.

3- Falta de dispersión en la localización de los escenarios.

4- Recursos financieros.

5- Baja capacitación del recurso humano.

6- Los escenarios culturales no han suplido todas sus necesidades desde 1970.

AMENAZAS (A)

1- Falta de patrocinio a artistas.

2- Recesión mundial.

3- Cargas tributarias tanto a escenarios como a artistas.

4- Desarrollo de Bogotá como plaza mayor de la Cultura Iberoamericana.

DEBILIDADES (D)

- 7- *Falta publicidad.*
- 8- *Información financiera cultural deficiente.*
- 9- *Concentración de escenarios en manos del Estado.*
- 10- *Falta de planes de desarrollo cultural enfocados hacia las comunas más Pobres.*
- 11- *Falta de identidad cultural de la ciudad.*
- 12- *Bajo recaudo por boletería.*
- 13- *Pocos eventos de trascendencia económica.*
- 14- *Disminución de recursos o presupuesto municipal para el desarrollo Cultural de la ciudad.*
- 15- *Poca participación del consumo cultural de la administración pública Dentro de su consumo total final.*
- 16- *Falta respuesta de participación de los jóvenes a expresiones más Artísticas.*
- 17- *Falta motivación por parte de las instituciones educativas hacia la Práctica cultural de los jóvenes.*
- 18- *El número de personas que asiste a los eventos es escaso.*

ESTRATEGIAS CULTURALES SEGÚN ANÁLISIS DOFA

AMENAZAS

1
 2
 3
 4

FORTALEZAS

1, 4, 5, 15, 16, 17
 2, 5, 6, 10, 12, 13, 14, 18, 19
 10
 1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 11, 12, 15, 16, 17, 20

OPORTUNIDADES

3, 5, 7, 11, 14, 15, 16, 17
 2, 4, 5, 8, 9, 14, 17, 18, 19, 21
 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 17,
 18, 19, 21

DEBILIDADES

1
 2
 3
 4
 5
 6
 7
 8
 9
 10
 11
 12
 13
 14
 15
 16
 17
 18

OPORTUNIDADES

10, 17
 2, 5, 14, 17
 8, 17
 2, 4, 9, 12, 14, 15, 17, 21
 3, 11
 2, 5, 14, 17, 21
 1, 3, 6, 13, 15, 16, 20, 22
 10
 14
 13, 17
 1, 2, 3, 6, 9, 12, 13, 14, 15, 16, 18, 20
 2, 12
 15, 16, 18, 19
 4, 8, 17
 17
 11, 12, 13, 16
 6, 10, 13, 20
 6, 11, 12, 13, 14, 16

FORTALEZAS

1, 2 13
 1, 4, 14, 18, 19
 2, 3, 4, 7, 8, 17, 20
 1, 3, 10
 3, 4, 10
 1, 3, 4, 6, 10, 12, 19
 5, 1, 3, 4, 7, 8, 17, 20
 18
 1, 2, 3, 4, 8, 9, 10, 17
 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 15, 16, 17, 18, 20
 7, 8, 17
 5, 6, 7, 8
 1, 3, 4, 10, 18
 1, 3, 9, 12
 2, 5, 6, 7, 9, 11, 15, 16
 4, 7, 11, 3
 3, 7, 12

ANEXO 6.

**MATRIZ DOFA
ACTIVIDAD DEPORTIVA - RECREATIVA DE CALI**

ANÁLISIS INTERNO:**FORTALEZAS (F)**

- 1- *Clima.*
- 2- *Ciudad deportiva de América.*
- 3- *Talento humano de exportación.*
- 4- *Zonas especialmente destinadas para la ciclovía dominical.*
- 5- *Cicloruta de norte a sur.*
- 6- *Infraestructura recreacional modelo en América Latina.*
- 7- *Eventos de renombre nacional.*
- 8- *Mayor cuantía de presupuesto al mantenimiento de escenarios.*
- 9- *Participación notable en el PIB local.*
- 10- *Variedad de usuarios.*
- 11- *Variedad en los servicios.*
- 12- *Diversidad en las capacidades de los deportistas.*
- 13- *Existencia de una industria deportiva.*
- 14- *El Deporte – Recreación es mejor empleador que la Cultura.*
- 15- *El Deporte – Recreación posee más activos que la Cultura.*
- 16- *Es generador de mayores ingresos que la Cultura.*
- 17- *Es generador de mayores utilidades que la Cultura.*
- 18- *356 de cada 400 jóvenes practican un deporte.*
- 19- *Alto recaudo por boletería.*

ANÁLISIS EXTERNO:**OPORTUNIDADES (O)**

- 1- *Existe un mercado de empleos de los deportistas.*
- 2- *Proyecto de ley en el congreso sobre el deporte como gasto Social.*
- 3- *Mayor ejecución de presupuesto publico en construcción de Infraestructura deportiva.*
- 4- *Aumento den el consumo deportivo – recreativo de los Hogares.*
- 5- *Alto consumo de prendas deportivas y de medios de Información Deportivo, por los hogares en Cali.*
- 6- *Mayor disposición de presupuesto deportivo de los hogares en Cali.*
- 7- *Precio de boletería a eventos realizados por las ligas.*
- 8- *Excelente comportamiento de clubes deportivos.*
- 9- *Clubes deportivos y sociales como lugares preferidos por los Jóvenes para practicar deporte.*
- 10- *Fútbol como deporte preferido de los caleños.*
- 11- *Gimnasios como sitio preferido por las mujeres para Realizar deporte.*
- 12- *Talento deportivo.*

FORTALEZAS (F)

- 20- *Realización de eventos de trascendencia económica.*
- 21- *Cali es un centro de desarrollo de producción de deportistas
Para el mundo.*
- 22- *Identidad deportiva del caleño.*
- 23- *Tasa prodeportes.*

DEBILIDADES (D)

- 1- *Todavía no se cumple con la norma de la UNESCO de 14.5m² / hab. De zona recreativa.*
- 2- *No hay dispersión en la localización de escenarios.*
- 3- *caída del I.V.A turístico.*
- 4- *La comunas 3, 9 y 18 no tienen suficiente gasto en construcción de escenarios.*
- 5- *No se destina suficiente presupuesto a la realización de encuentros deportivos – recreativos, capacitación, fomento, seminarios y formación deportiva.*
- 6- *Baja cobertura de las practicas deportivas a la población.*
- 7- *Falta de inversión en escenarios que no sean de alta competencia.*
- 8- *Escenarios deportivo utilizados para otro tipo de espectáculos no deportivos.*
- 9- *Falta de apoyo estatal a la construcción de espacios deportivos en planteles.
Escolares.*

OPORTUNIDADES (O)

- 13- *Aprovechamiento de espacios deportivos – recreativos
Abandonados (hipódromo).*
- 14- *Infraestructura deportiva superior a la de Cuba.*
- 15- *Internet.*

AMENAZAS (A)

- 1- *Recesión económica.*
- 2- *Falta de patrocinio estatal y de la empresa privada a deportistas.*
- 3- *Violencia en los estadios.*
- 4- *Cargas tributarias.*
- 5- *Calidad deportiva de países como Cuba y Brasil.*
- 6- *Desgaste de algunas industrias patrocinadoras.*
- 7- *Posicionamiento de Universidades deportivas en otros países.*

DEBILIDADES (D)

- 10- *Poca participación del consumo deportivo – recreativo dentro del consumo total final de la administración pública.*
- 11- *Precio de boletería en estadios.*
- 12- *Practica ocasional, de los jóvenes, de algún deporte en Cali.*
- 13- *Falta de motivación por parte de las directivas educativas hacia los jóvenes para practicar deporte.*
- 14- *Falta divulgación y promoción de actividades deportivas.*
- 15- *Recurso humano (dirigentes, profesores) poco calificado.*
- 16- *Falta de un sistema de información deportivo – recreativo canalizado.*
- 17- *La actividad deportiva – recreativa no ha sido estudiada desde el punto de vista económico.*
- 18- *Poca asistencia de público a eventos.*
- 19- *Las 420 escuelas de fútbol no tienen una organización coherente con las necesidades de la comunidad.*
- 20- *Falta una educación física cimentada como parte integral de las personas.*
- 21- *Cierre de muchos escenarios.*
- 22- *Los escenarios deportivos – recreativos son solo utilizados los fines de semana.*
- 23- *Falta del proceso necesario para hablar de universidades deportivas.*

ESTRATEGIAS DEPORTIVAS - RECREATIVAS SEGÚN ANÁLISIS DOFA

AMENAZAS	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
1	8, 9, 13, 14, 15, 16, 17, 19, 20	1, 2, 3, 4, 6, 13, 14
2	3, 12, 13, 18, 22, 23	1, 5, 10, 11, 12
.....	8, 9, 10, 5
4
5	1, 2, 3, 6, 7, 10, 11, 12, 13, 18, 21, 22, 23	2, 3, 4, 6, 12, 13, 14
6	5, 10, 11
7	12, 18, 21, 22, 23, 24	3, 13, 6, 1
DEBILIDADES	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
1	4, 5, 15, 24	2, 3, 13
2	10, 11	3, 13
3	24	2
4	8, 10, 11, 18, 21, 22, 23, 24	2, 3, 4, 6, 9, 10, 11, 12, 13
5	19, 20, 21, 24	2, 10, 13
6	1, 4	8, 9, 13, 2
7	2, 3, 13, 11, 9
8	6	13, 14
9	3, 18, 21, 22, 23	2, 3
10	7, 8, 9, 11	3
11	7, 11	4, 6, 10
12	1, 4, 5, 6, 7, 10, 11, 12, 18, 20, 21, 22, 23.....	3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 14
13	3, 6, 8, 12, 18, 22, 24	2, 3, 9, 10, 11

DEBILIDADES

14
 15
 16
 17
 18
 19
 20
 21
 22
 23

FORTALEZAS

1, 2, 21
 11, 14, 24
 11
 9
 7, 11, 18, 23, 6
 8
 14, 24, 3
 6, 8, 9, 24
 1, 2, 5, 6, 11, 10, 18, 21, 23
 2, 3, 9, 11, 18, 21, 22, 23

OPORTUNIDADES

5, 15
 8, 15
 2
 1
 4, 6, 7, 9, 10, 14
 2, 8, 9
 2, 12
 2, 3, 4, 6, 13, 14
 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 13, 14
 1, 3, 4, 6, 13