

Construyendo hoy
la **Cali** del mañana
ALCALDÍA DE CALI



ALCALDÍA DE
SANTIAGO DE CALI
SECRETARÍA DE CULTURA
Y TURISMO

CENSO

DE ACTORES CULTURALES ORGANIZADOS DEL MUNICIPIO DE SANTIAGO DE CALI 2015



CENSO DE ACTORES CULTURALES DEL MUNICIPIO DE SANTIAGO DE CALI 2015

Secretaría de Cultura y Turismo Municipio de Santiago de Cali

RODRIGO GUERRERO VELASCO
Alcalde de Santiago de Cali

MARÍA HELENA QUIÑÓNEZ SALCEDO
Secretaria de Cultura y Turismo

ELVIA HINCAPIÉ SERNA
**Coordinadora Planeación
Secretaría de Cultura y Turismo**

SOCIÓLOGO OMAR MARTINEZ LOPEZ
Coordinación general y supervisión

ÁNGELA MARÍA CADAVID R.
Redacción y Edición del Documento

FERNELY CHILA OSSO
Estadístico

DANIEL ORTIZ HERNÁNDEZ
Procesamiento ingeniero

Apoyo logístico
ANA MARÍA HERNÁNDEZ ORTIZ
CAROLINA LÓPEZ ZUÑIGA

Con el apoyo del
Centro De Educación E Investigación Para El
Desarrollo Comunitario Urbano Y Rural CEDECUR

LUZ ELENA ARANGO ANGEL
Directora CEDECUR
JAKELINE VELASQUEZ CARDENAS
Coordinadora Técnica

Personal de la recolección

Coordinadores de campo

MIGUEL ANGEL MOSQUERA
ROBERTO CARLOS JIMENEZ
RICARDO PRIETO

Supervisores

ALEXANRA RAMIREZ
CARMEN ALICIA CARLOSAMA
CESAR AUGUSTO GARCIA
EDGAR ANTONIO SANCHEZ
NANCY ORTIZ
YAMILETH LABRADA
JULIA ESTHER YAYA.

Encuestadores

1. PATRICIA CAMACHO
2. ELVIA JOAQUI
3. DANIELA ZUÑIGA
4. LUIS ALFONSO ESCOBAR
5. MARIA EUGENIA CERÓN
6. DIANA MARCELA ROJAS
7. YUDI CAROLINA ROJAS
8. VANESA ALEGRIA
9. SANDRA PATRICIA RODRIGUEZ
10. ANDRES FELIPE CABEZAS
11. RAUL CAMPO
12. ROBINSON RUALES
13. DIANA MELISSA ORDOÑEZ
14. SONIA MENESES
15. MONICA LUCIA LOPEZ
16. MARITZA TELLO
17. LUZ MARY ROJAS
18. JAKELINE ORTIZ
19. EDWIN ARANGO
20. GLADIS MUÑOZ
21. JOSE LUIS TOVAR
22. LUZ ELENA WALLENS

23. SURY JAKELINE IBARRA
24. FERNANDO MEDINA
25. NANCY ESTELA GALVIS
26. JOSE ANDRES PARRA
27. DIEGO FERNANDO GARCIA
28. GERSAIN AGUILAR
29. OSCAR RICARDO REALPE
30. SANDRA PATRICIA ARBOLEDA
31. NORMA YAYA
32. EDGAR HERNANDEZ
33. MARCOS BETANCOURT

Digitadores

ELIZABETH ORTIZ
ANA JULIETH MORALES
LINA MARCELAGALVIS
RUBEN DARIO SIERRA
MONICA GAVIRIA

Secretaría de Cultura y Turismo del Municipio de
Santiago de Cali - 2015

TABLA DE CONTENIDO

PRESENTACIÓN	7
1 CONTEXTUALIZACIÓN	8
2 METODOLOGÍA	12
2.1 Objetivo General	14
2.2 Objetivos específicos	14
2.3 Universo	14
2.4 Población objetivo	14
2.5 Instrumentos	15
2.6 Actividades preparatorias	16
2.7 Periodo de recolección y de corte para el análisis/caracterización	17
3 RESULTADOS ACTORES CULTURALES ORGANIZADOS	18
3.1 Características generales	19
3.2 Caracterización cultural	29
3.3 Caracterización organizacional	42
3.4 Espacios de participación	53
4 PRINCIPALES CONCLUSIONES	54
5 BIBLIOGRAFÍA	58
6 ANEXOS	60

PRESENTACIÓN

La Secretaría de Cultura y Turismo tiene como misión “fomentar el desarrollo cultural de todos los sectores sociales de Cali, en particular de la cultura popular, y el turismo”¹, para lo cual, entre otras responsabilidades, debe dirigir la cultura “a través de la creación, distribución y consumo de bienes culturales” e “idear, propender, gestionar y desarrollar mecanismos que faciliten la adecuada financiación de la cultura, identificando estrategias del orden local, regional, nacional e internacional”². Para avanzar en estas obligaciones, se identificó que una de las grandes necesidades del sector es reconocer los actores que se encuentran dinamizándolo, las expresiones artísticas y culturales que desarrollan y los territorios en los que lo hacen; esto permitiría realizar una planeación de la intervención para el desarrollo cultural del municipio que fuera más pertinente, eficiente y efectiva con base en información adecuada y confiable. En esa medida, como meta dentro del Plan de Desarrollo del Municipio 2012-2015, se incluyó la realización de un *Censo y caracterización de artistas, empresas, compañías y gestores culturales de la ciudad*, dentro del Programa: *Cali, Artística y Cultural*.

Con base en lo anterior, desde el 2014 se emprendió el diseño de un censo de actores culturales del Municipio de Santiago de Cali, con la realimentación del DANE en sus primeras propuestas metodológicas, como un esfuerzo de caracterización del sector cultural que permitiera realizar una fotografía de múltiples dimensiones y variables sobre algunas de las dinámicas culturales del municipio, desde aquellos y aquellas que la viven, la trabajan, la protegen y la promueven.

El presente documento, Censo de Actores Culturales organizados del Municipio de Santiago de Cali 2015, forma parte de los productos de este esfuerzo y presenta los resultados de su aplicación y sus principales conclusiones.

El documento presenta una contextualización que se basa en los antecedentes y en el marco legal para la realización del censo, una presentación resumen de la metodología desarrollada, los resultados de la aplicación del instrumento de recolección de información a los actores culturales organizados y las principales conclusiones. También se anexa el formulario utilizado, los cuadros de salida y el listado del personal que implementó el censo.

¹ Acuerdo Municipal 01 de 1996. Por el cual se dictan normas sobre la estructura de la administración municipal y las funciones de sus dependencias (...). Art.89

² *Ibíd.*, artículo 90.



1

CONTEXTUALIZACIÓN

El *Censo de actores culturales de Santiago de Cali 2015*, representa para este municipio un punto de partida fundamental para la planeación del sector. Como se indicó en el documento *Metodología del Censo de Actores Culturales de Cali 2015*, en el municipio, a saber, es la primera vez que se implementa un censo de actores culturales con las características y alcance del que se propone en este documento.

La Alcaldía de Cali ha desarrollado diferentes esfuerzos para obtener información del sector; recientemente se cuenta con el levantamiento de la línea de base de los artistas que no se encontraban vinculados al sistema integral de seguridad social realizado en 2008, que metodológicamente se realizó implementando un instrumento facilitado por el Ministerio de Cultura y acopiando documentos que respaldaban la condición de artista.

De esta labor resultó un directorio con cerca de 1230 registros, que presenta datos básicos de los actores culturales, nivel educativo, formación cultural, área cultural en la que se desempeña y respuestas en relación a la seguridad social, como la afiliación o no al Sisbén y el régimen. La información de la que se dispone se encuentra incompleta en la mayoría de sus ítems, pero ha servido como insumo para hacer una primera identificación de actores y gestores culturales del Municipio de Santiago de Cali.

Otro esfuerzo reciente se realizó en 2014 y consistió en la caracterización de una muestra de la totalidad de la población que conforma el sector cultural del Municipio. El trabajo realizado se centró en revisión de fuentes documentales, rastreo de información del sector vía web y reuniones con algunos actores culturales destacados o conocedores de la comunidad. Este trabajo fue principalmente cualitativo, que si bien permitió hacer una caracterización parcial, ésta resulta insuficiente al no contemplar la mirada de la población total constitutiva del sector.

Metodológicamente, se han utilizado como referentes para el diseño de este censo, los lineamientos del DANE, particularmente el Manual de Capacitación para la Implementación del Registro para la Localización y Caracterización de las Personas con Discapacidad que implementó en 2006³ y la Metodología de la Cuenta Satélite de Cultura – CSC⁴ construido en 2007, así como el Censo Sectorial de habitantes de y en

³ DANE. Manual de Capacitación para la Implementación del Registro para la Localización y Caracterización de las Personas con Discapacidad – 2006 [en línea] <<http://goo.gl/Ga1yIA>> [citado el 18 ago. 2015], p. 8

⁴ DANE. Metodología de la Cuenta Satélite de Cultura – CSC, 2007 [en línea] <https://goo.gl/TSNiNy> [citado el 2 dic. 2015].



calle de Santiago de Cali, realizado en 2005 por el DANE con el apoyo de la Secretaría de Desarrollo Territorial y Bienestar Social de la Alcaldía de Cali y la Fundación FES⁵.

El marco legal más importante a nivel nacional es la Ley 397 de 1997 (Ley General de Cultura), que creó el Sistema Nacional de Cultura como el “conjunto de instancias y procesos de desarrollo institucional, planificación e información articulados entre sí, que posibiliten el desarrollo cultural y el acceso de la comunidad a los bienes y servicios culturales según los principios de descentralización, participación y autonomía”⁶. El Decreto 1589 de 1998 reglamenta la creación del sistema y define su funcionamiento a través de unos subsistemas o procesos, dentro de los cuáles se encuentra el subsistema de información –SINIC, comprendido como:

el conjunto de instancias y procesos de desarrollo institucional en el área de información articuladas entre sí, que posibilitan la investigación y el acceso de la comunidad a la información cultural. El subsistema nacional de información tiene como misión recoger, organizar, procesar, comunicar y difundir información del ámbito cultural desde y hacia las diferentes entidades gubernamentales, institucionales, artísticas o de la comunidad nacional o internacional⁷.

La Secretaría de Cultura y Turismo como ente encargado del sector cultural⁸ en el municipio de Santiago de Cali y por lo tanto, como parte del Sistema Nacional de Cultura, tiene la función de dinamizar su operatividad en el municipio, lo que incluye lo correspondiente a la información del sector como insumos para su desarrollo, a través de políticas culturales más pertinentes basada en datos más cercanos a las realidades locales.

⁵ DANE. Censo Sectorial de habitantes de y en calle de Santiago de Cali (2005). Cali : DANE; Secretaría de Desarrollo Territorial y Bienestar Social de la Alcaldía de Cali; la Fundación FES, 2005. Disponible en: <https://goo.gl/1355Lu>

⁶ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 397 (07 ago. 1997). Por la cual se desarrollan los Artículos 70, 71 y 72 y demás Artículos concordantes de la Constitución Política y se dictan normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura, se crea el Ministerio de la Cultura y se trasladan algunas. Diario Oficial. Bogotá D.C., 1997, No. 43102, artículo 57.

⁷ COLOMBIA. PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA. Decreto 1589 (05 ago. 1998). Por el cual se reglamenta el Sistema Nacional de Cultura –SNCu– y se dictan otras disposiciones. Diario Oficial. Bogotá D.C., 1998, artículo 5.

⁸ *Ibíd.*, artículo 6.

Atendiendo esta responsabilidad, en el Plan de Desarrollo del Municipio de Santiago de Cali 2012-2015, se incorporó el indicador de producto *Censo y caracterización de artistas, empresas, compañías y gestores culturales de la ciudad*⁹, como una apuesta por fortalecer el sector cultural y “el Sistema Municipal de Cultura”, su Red de Bibliotecas Públicas Comunitarias y Centros Culturales, a través del desarrollo y apoyo a las diferentes manifestaciones y expresiones artísticas culturales y religiosas, así como la difusión y conservación del patrimonio cultural vinculado a la ciudadanía”.

Finalmente, dentro de la propuesta de Plan Decenal de Cultura de Santiago de Cali: 2015-2025 Cali *hacia un territorio Intercultural*, particularmente en el capítulo sobre sostenibilidad, también se retoma esta función, entendiendo el Sistema de Información “como mecanismo integral de registro, clasificación, interpretación y circulación de la información cultural del Municipio, a nivel territorial y poblacional (comunidades culturales)”.

⁹ El Programa: Cali, Artística y Cultural, es el 2.4.1, y hace parte del Componente 2.4: Cultura para Todos, en la Apuesta Estratégica Línea 2, Bienestar para todos.



2

METODOLOGÍA

El *Censo de Actores Culturales del Municipio de Santiago de Cali 2015*, fue desarrollado por la Secretaría de Cultura y Turismo de la Alcaldía de Cali, entre el 15 de septiembre y el 15 de octubre; el procesamiento de la información se extendió un poco más hasta finales de noviembre y finalizó con la presente fase que es de análisis de información.

En el documento *Metodología para el Censo de Actores Culturales del municipio de Santiago de Cali 2015*, elaborado por la Secretaría de Cultura y Turismo en junio del presente año, se encuentran los lineamientos generales para el desarrollo del censo. Con base en este documento, se elaboró también un *Manual de Recolección* como guía para los encuestadores. En esa medida, en este apartado solo se presentan los elementos fundamentales..

En primer lugar, es importante señalar que se ha entendido por *censo* el recuento de individuos que conforman una población estadística, en un momento determinado de tiempo. Para el caso del *Censo de Actores Culturales de Cali 2015*, se acogió la sugerencia del equipo de Dirección de Metodología y Producción Estadística – DIMPE del DANE de desarrollar un aplicativo para darle tratamiento de *Registro Administrativo* al proceso de recolección de la información del censo, mediante la conformación de la base de datos. Para ello, la Secretaría de Cultura y Turismo realiza un corte para el análisis y caracterización del sector, pero se mantiene la inscripción de otros actores a la base de datos, como un registro administrativo, que contempla:

Esta permite que además de obtener los resultados del Censo, se pueda tener una base de datos y de información del sector que sea precisa, actualizada y continua.

enumeración constante, permanente y obligatoria de la ocurrencia de fenómenos, hechos o sucesos y de las características pertinentes de los mismos, así como de las personas involucradas. Algunos registros permiten identificarlos de manera continua o regular (semanal, mensual, anual, etc.) y son utilizados como fuente para otros sistemas de registro¹⁰.

¹⁰ El Registro Administrativo (o Registro para la Localización y Caracterización) se basa en los lineamientos metodológicos establecidos por el DANE con base en la experiencia de esa entidad con personas con discapacidad, para “dotar al país de información precisa, continua y actualizada, que permita localizar y caracterizar este grupo poblacional, canalizar técnicamente los recursos a través de la formulación de planes, programas, proyectos y estrategias locales dirigidas a mejorar su bienestar general”. DANE. Manual de Capacitación para la Implementación del Registro para la Localización y Caracterización de las Personas con Discapacidad – 2006 [en línea] <<http://goo.gl/Ga1y1A>> [citado el 18 ago. 2015], p. 8

2.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar el censo y caracterización del sector artístico y cultural del Municipio de Santiago de Cali.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✦ Identificar los artistas, gestores culturales, organizaciones y empresas artísticas y/o culturales del Municipio de Santiago de Cali.
- ✦ Identificar las principales características de artistas, gestores culturales, organizaciones y empresas artísticas y/o culturales del Municipio de Santiago de Cali.
- ✦ Construir una base de datos de los artistas, gestores culturales, organizaciones y empresas artísticas y/o culturales del municipio de Santiago de Cali.
- ✦ Realizar un documento de caracterización del sector artístico y cultural del municipio de Santiago de Cali.

2.3 UNIVERSO

La población de actores culturales individuales que incluye artistas (creadores/autores e intérpretes), gestores culturales y personal de apoyo técnico a la producción artística y la población de actores culturales organizados que incluye organizaciones y empresas artísticas y/o culturales.

2.4 POBLACIÓN OBJETIVO

La población objeto de estudio está representada por los actores culturales individuales (artistas, gestores culturales y personal de apoyo a la producción artística) y actores culturales organizados¹¹ (organizaciones y empresas culturales) que desarrollan actividades artísticas y/o culturales y residen en el municipio de Santiago de Cali.

¹¹ Agrupar organización y empresa en un solo conjunto (actores culturales organizados) permite el reconocimiento de su carácter autónomo como dinamizadores de la cultura, tanto desde una comprensión de actor como “a quien se le puede atribuir o imputar –al menos parcialmente- una determinada acción o una serie identificable de acciones”, como quien tiene la posibilidad de “ampliar los márgenes de su decisión y de su acción, (...) capaz de convertirse en (...) creador o innovador en el ámbito de la acción (...). Al actor se le reconoce, sobre todo, por las acciones que decide realizar”. FER-NÁNDEZ, Oscar. Pierre Bourdieu: ¿Agente o Actor? [en línea]. <http://goo.gl/Gge5Ci>.

Para el desarrollo del censo, se ha entendido por *actores culturales organizados*¹² a las iniciativas de un conjunto de agentes para conformar una estructura, lo que presupone la participación de diferentes personas que desarrollan diferentes funciones por un fin compartido, que para ser alcanzado requiere de la coordinación de acciones distintas pero complementarias y que puede desarrollarse en el ámbito de la asociatividad o en el ámbito empresarial¹³.

Debe tener un objetivo relacionado con la gestión, creación y/o producción de bienes y servicios artísticos y culturales,¹⁴ es decir, que se enmarque en una o varias expresiones artísticas o manifestaciones culturales, con un propósito relacionado a algún proceso de la cultura; “creación, producción, intermediación, difusión, distribución, exhibición, venta, promoción, estudio, formación, conservación”¹⁵, entre otros, aunque pueda moverse entre procesos y por lo tanto su propósito no sea uno solo.

Finalmente, eso que la organización crea, interpreta o gestiona, debe tener un consumidor, un participante, una población o público objetivo con la que los actores culturales como prestadores de un servicio, interactúan (por ejemplo el artista y su público o la guía de un museo y los visitantes)¹⁶.

2.5 INSTRUMENTOS

Se aplicó un cuestionario¹⁷ con preguntas que permitieron obtener información básica sobre lo que caracteriza a los actores culturales organizados y las actividades que realiza.

¹² Para ampliar la conceptualización ver el documento Metodología del Censo de Actores Culturales del Municipio de Santiago de Cali 2015, elaborado por la Secretaría de Cultura y Turismo de la Alcaldía Municipal de Cali.

¹³ Las empresas por otro lado, (o establecimientos industriales, comerciales o prestadores de servicios) se conforman, estructuran y tienen fines diferentes a las organizaciones con carácter asociativo: tienen ánimo de lucro, en general su objetivo principal se realiza en el ámbito de las industrias artísticas (creativas) y culturales y sus iniciativas buscan consolidar una opción por las artes y la cultura como fuente de subsistencia. Este es el ámbito de las micro, pequeñas y medianas empresas en el marco de una vocación específica y de un eslabón de la cadena de valor de un producto o servicio cultural.

¹⁴ Cuando el actor cultural organizado tiene fines artísticos, la característica principal es el presupuesto de que la ejecución de una obra, especialmente en las disciplinas de las artes escénicas, implica necesariamente la existencia de un colectivo de personas que asuma los diversos roles requeridos, por ejemplo, en una obra de teatro original, al escritor de la obra (creador), los actores y las actrices (intérpretes), director, iluminador, vestuarista, productor, etc.; a este tipo de organización se le denomina colectivo artístico y “suelen denominarse a sí mismos como compañía, agrupación, colectivo, ballet, etc.”. *Ibid.*, pág. 7.

¹⁵ DE GREGORIO PRIETO, Albert. Introducción a la gestión aplicada. Análisis de proyectos y organizaciones culturales [en línea]- Barcelona : Universitat de Barcelona Virtual, 2003 [citado el 3 sep. 2015]. Disponible en http://www.gestioncultural.com.uy/vinculos/MGC3B_4.pdf

¹⁶ RAPETTI, Sandra. Buscando caminos. Gestión, financiamiento y problemática de las organizaciones culturales del interior del Uruguay, investigación realizada en Salto, Colonia y Maldonado [en línea] Uruguay : UNESCO (2002) [citado el 3 sep. 2015]. Disponible en <http://goo.gl/qVFvFZ>

¹⁷ En el anexo 1, se encuentra el formulario completo que fue utilizado para realizar el censo.

El cuestionario se aplicó a través de una encuesta directa, presencial y voluntaria a los representantes de las organizaciones y empresas culturales que se acercaron a los puntos habilitados o en las visitas realizadas a lugares que concentran a esta población en el municipio. Se tomó como periodo de referencia el año 2014.

Para la elaboración del instrumento de recolección de información (cuestionario) se realizó una primera propuesta de matriz de categorías, presentada por parte de la Secretaría de Cultura y Turismo, la cuál se ajustó y perfeccionó con la participación de diferentes actores culturales y con el equipo participante en el censo.

2.6 ACTIVIDADES PREPARATORIAS

Se contemplaron dos procesos simultáneos como actividades preparatorias al desarrollo del censo: sensibilizar a la población que sería encuestada y preparar la operación del censo lo que incluyó lo relacionado con el personal y los instrumentos.

Para sensibilizar a los actores culturales sobre la importancia de la consolidación de la información del sector cultural y de participar en el censo, se realizó el diseño de una estrategia general con dos componentes: uno enfocado en los medios masivos de comunicación y otro basado en los medios y redes comunitarias y alternativas.

La estrategia se basó en el desarrollo de una campaña de lanzamiento, particularmente dirigida al sector cultural de Cali y en general a la comunidad, con la que se promocionó, se brindó información y se motivó a los actores culturales a participar del censo como una estrategia para conocer, cuantificar y contar con información actualizada y confiable sobre el sector del municipio de Cali, para el fortalecimiento y desarrollo de los diferentes procesos que se vienen adelantando, como políticas, planes y programas en el campo cultural del municipio.

La campaña promocional de Censo para artistas, gestores y organizaciones culturales, surgió con el *copy* “Vení y contanos de vos”, y el eslogan *Lo que se valora se tiene en cuenta*. Para desarrollarla, se creó una cuña de entre 15 a 30 segundos de la campaña del censo y se diseñaron e imprimieron piezas gráficas como afiches para EUCOLES, afiches para espacios públicos como centros culturales, bibliotecas públicas, los C.A.L.I. de la ciudad, entre otros. También se diseñaron piezas publicitarias para revistas, notas de prensa, banner (pieza digital) y volantes.

Las herramientas de promoción fueron compartidas en diferentes medios de comunicación (radio, televisión, prensa), por redes sociales, en la página web de la Alcaldía Municipal,

pantallas LED del municipio y eventos de la Secretaría de Cultura y Turismo, el primero de ellos, en el Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez; se realizó perifoneo, se utilizaron EUCOLES y se ubicaron afiches y se entregaron volantes en lugares clave de tránsito de actores culturales (como universidades e institutos/escuelas de arte) y espacios públicos (como la Loma de la Cruz y La Colina de San Antonio) con el apoyo del personal operativo del censo y los monitores culturales. Para apoyar el proceso, se realizaron diversas visitas, reuniones y ruedas de prensa en las que se brindó información para la promoción del censo. También se realizaron visitas de socialización del censo en instituciones, casas de arte y grupos artísticos y socialización telefónica mediante base de datos.

Con respecto a preparación de la operación del censo, se desarrollaron tres estrategias. Por un lado, los profesionales especializados de los CALI brindaron apoyo al operativo censal facilitando los espacios para la ubicación de los encuestadores/as y apoyando la convocatoria de actores culturales en su respectiva comuna. En la zona rural se realizó se facilitaron las bibliotecas adscritas a la Red de Bibliotecas Públicas, mediante citas concertadas con los actores culturales y con el apoyo de los gestores culturales de las bibliotecas.

Se organizaron equipos de trabajo conformados por un supervisor y cuatro encuestadores y fueron distribuidos en los CALI de la ciudad, en el Centro Cultural, dos equipos móviles que cubrieron los diferentes eventos y actividades artísticas y/o culturales que se desarrollaron en el municipio durante el operativo censal y visitaron sedes de organizaciones artísticas y culturales para realizar el censo, mediante citas concertadas previamente, para efectuar el registro censal de los actores culturales en la respectiva comuna.

2.7 PERIODO DE RECOLECCIÓN Y DE CORTE PARA EL ANÁLISIS/ CARACTERIZACIÓN

El desarrollo del operativo censal se inició el 15 de Septiembre hasta el 15 de octubre. Debido al carácter de Registro Administrativo que tuvo el censo, se continuó con la atención en el Centro Cultural, y con el cubrimiento de eventos artísticos y culturales en diferentes espacios de la ciudad con dos grupos móviles, conformados cada uno por un supervisor y cuatro encuestadores hasta el 24 de octubre. En el Centro Cultural un equipo de trabajo continuó la recolección de información a los artistas y las organizaciones culturales hasta el 30 de Noviembre de 2015 y se incorporó a las respectivas bases de datos.



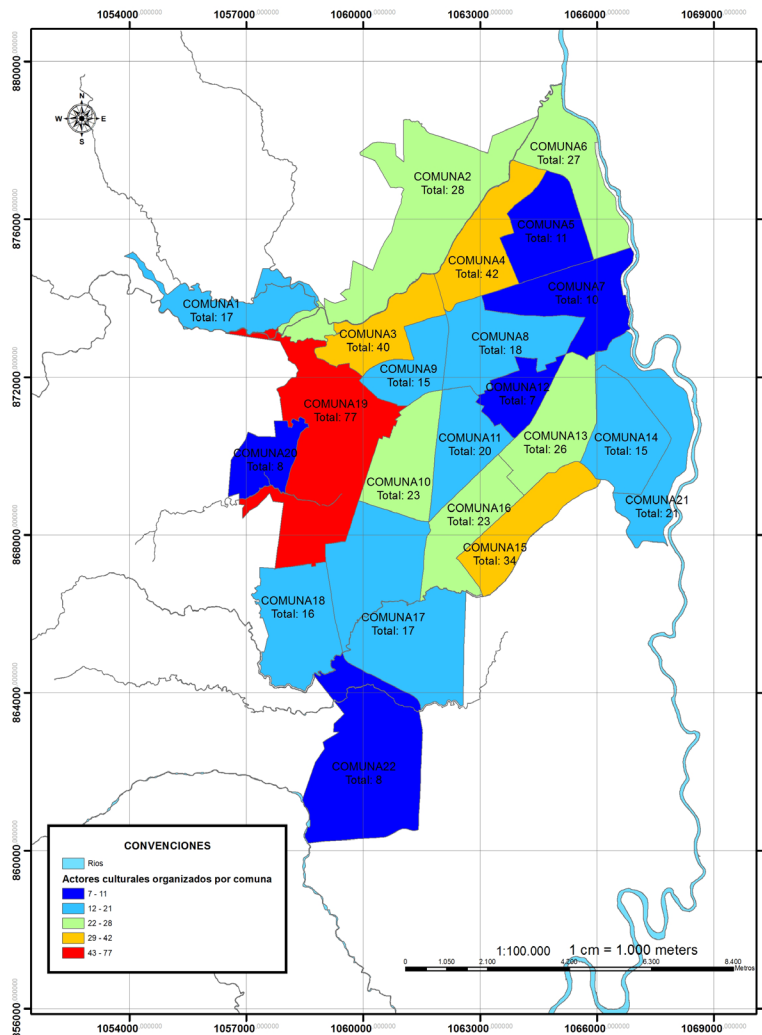
3

RESULTADOS

3.1 Características generales

Fueron censadas 522 actores culturales organizados; de este total, 18 de ellos, el 3,4% tiene su sede principal en la zona rural de Cali y 504, el 96,6% la tiene en la zona urbana.

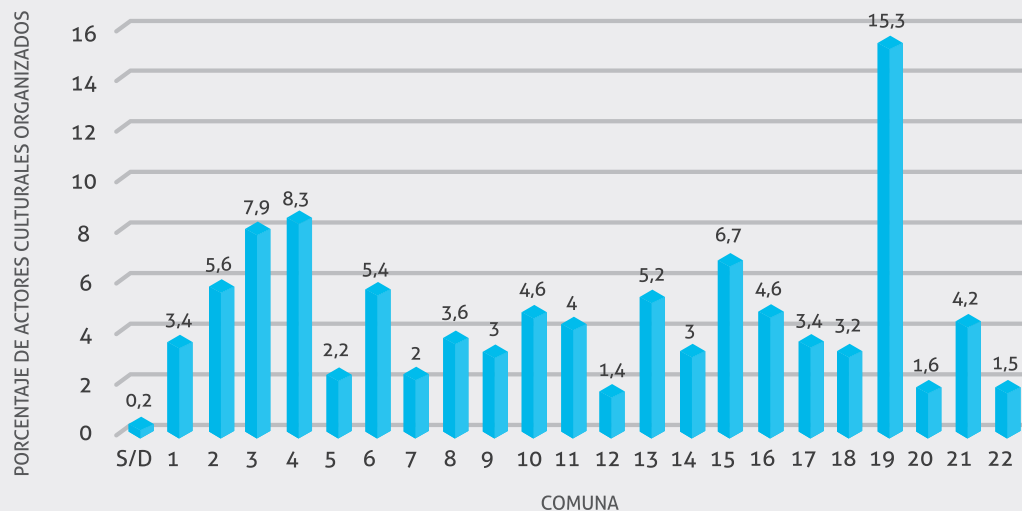
Mapa 1. Distribución porcentual por comuna de los actores culturales organizados en el municipio de Santiago de Cali a 2014



Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali/Secretaría de Cultura y Turismo.

En el mapa 1, se muestra la distribución de organizaciones y empresas culturales en la ciudad, es decir, en la zona urbana. En violeta pueden apreciarse las comunas con menor presencia de actores culturales organizados y en rojo las comunas que mayor presencia tienen. Las comunas en donde más actores culturales organizados se encuentran ubicados es en las comunas 19, con el 15,3% de las organizaciones y empresas culturales, seguida por la Comuna 4 que concentra el 8,3% y la Comuna 3 con el 7,9%. Las comunas con menor porcentaje de actores culturales organizados son las comunas 5, 7, 12, 20 y 22.

Gráfica 1. Distribución porcentual por comuna de los actores culturales organizados en el municipio de Santiago de Cali a 2014

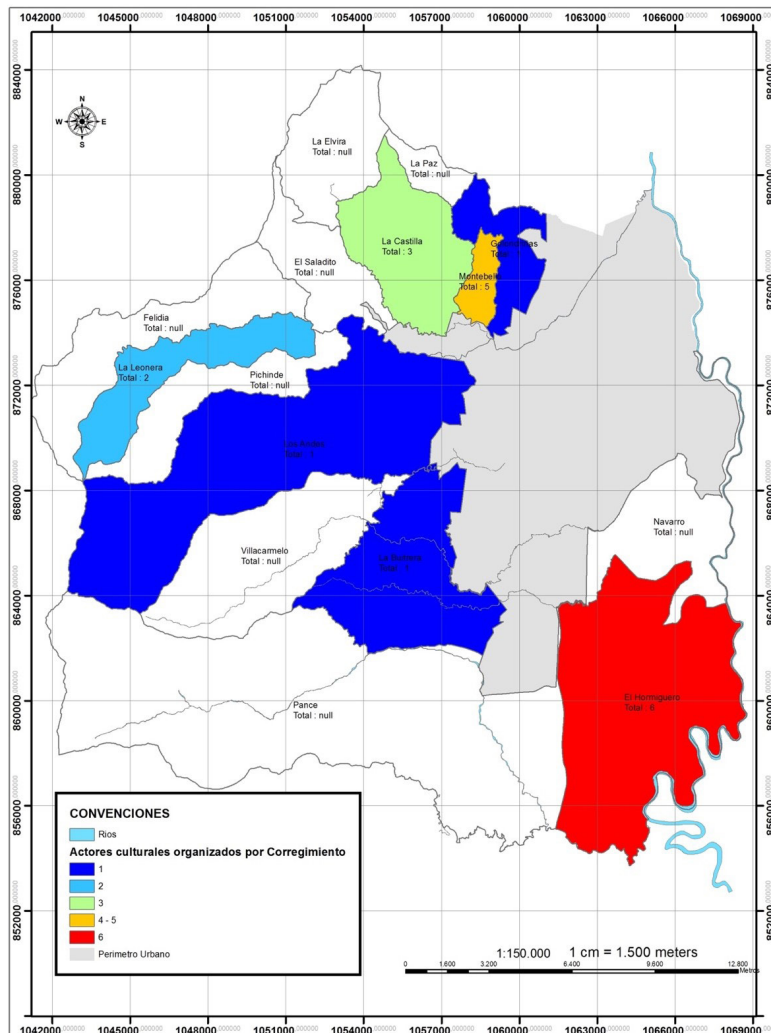


Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali / Secretaría de Cultura y Turismo.

Aunque se realizaron jornadas para censar a las organizaciones culturales de todos los corregimientos, se cuenta con información de 7 de ellos: El Hormiguero, Golondrinas, La Buitrera, La Castilla, La Leonera, Los Andes y Montebello. No se cuenta con datos de El Saladito, Felidia, La Elvira, La Paz, Navarro, Pance, Pichindé y Villacarmelo.

Los corregimientos con mayor presencia de actores culturales organizados son Montebello y El Hormiguero, cada uno con el 27,8% de las organizaciones y empresas culturales de la zona rural de Cali; La Castilla cuenta con el 16,7%, La Leonera con el 11,1%. Golondrinas, La Buitrera y Los Andes, tiene cada una el 5,6% de las organizaciones y empresas culturales.

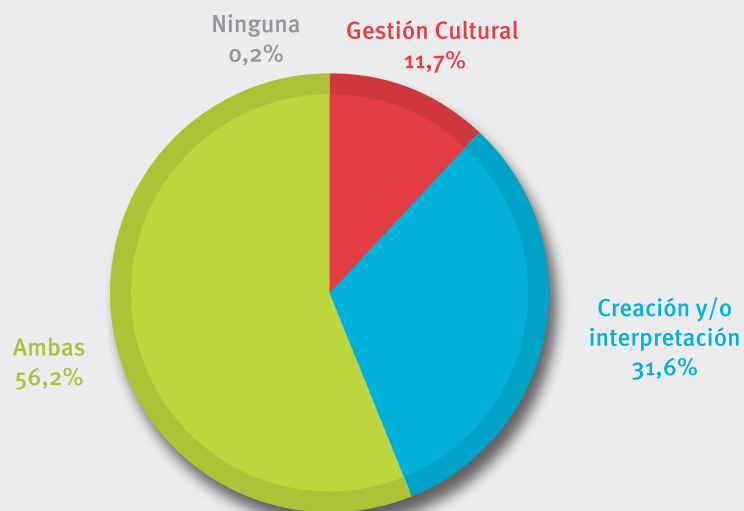
Mapa 2. Distribución porcentual por corregimiento de los actores culturales organizados en el municipio de Santiago de Cali a 2014



Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali / Secretaría de Cultura y Turismo.

En la gráfica 2, se observa que el 56% de los actores culturales organizados, que constituye la mayoría de esta población en el municipio de Cali, tiene como actividad central la gestión cultural y la creación o interpretación artística (ambas actividades); el 31% se centra en la creación y/o interpretación artística y el 12% se dedica únicamente a la gestión cultural.

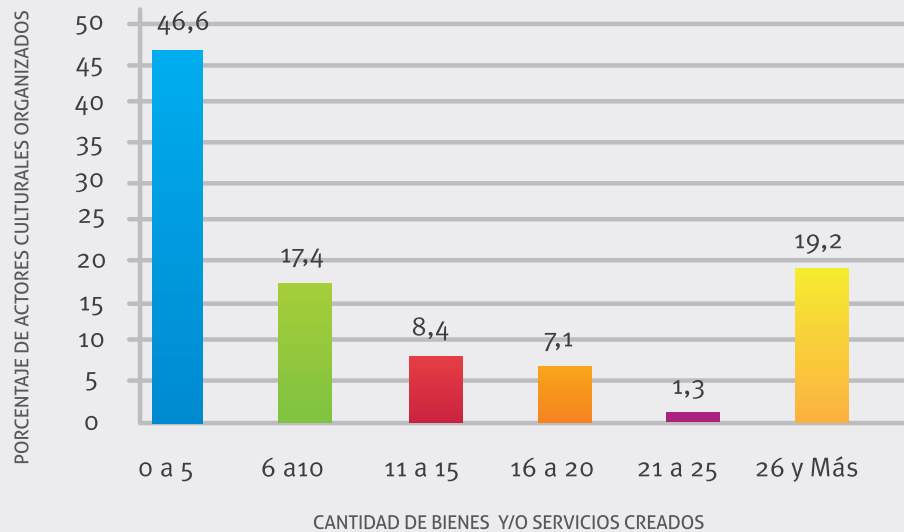
Gráfica 2. Actividad central de los actores culturales organizados en el municipio de Santiago de Cali a 2014



Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali/Secretaría de Cultura y Turismo.

Como se observa la gráfica 3, el 46,6% de actores culturales organizados, creó, interpretó o produjo de 0 a 5 bienes o servicios culturales. Distribuidos en menores porcentajes, el 19,2% creó, interpretó o produjo 26 o más bienes o servicios culturales, el 17,4% de 6 a 10, el 8,4% de 11 a 15, el 7,1% de 16 a 20, el 1,3% de 21 a 25.

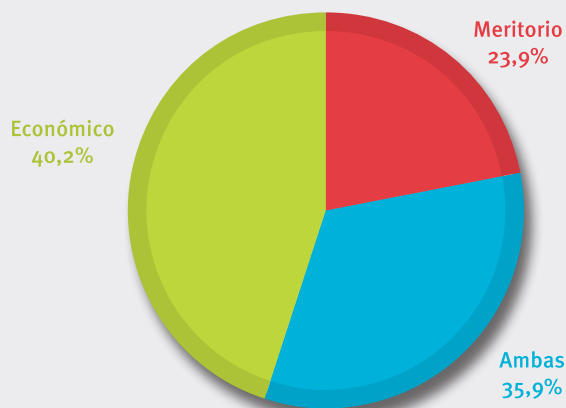
Gráfica 3. Porcentaje de bienes y servicios creados, interpretados o producidos por los actores culturales organizados en el municipio de Santiago de Cali a 2014



Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali/Secretaría de Cultura y Turismo.

Por estos bienes y servicios, el 71,5% de las organizaciones y empresas culturales han recibido algún tipo de reconocimiento, el 28,5% manifiestan no haberlo recibido. Como se observa en la gráfica 4, de aquellos actores culturales organizados que recibieron algún tipo de reconocimiento, el 40% recibió un reconocimiento económico, el 36% recibió ambos y el 24% recibió un reconocimiento meritório.

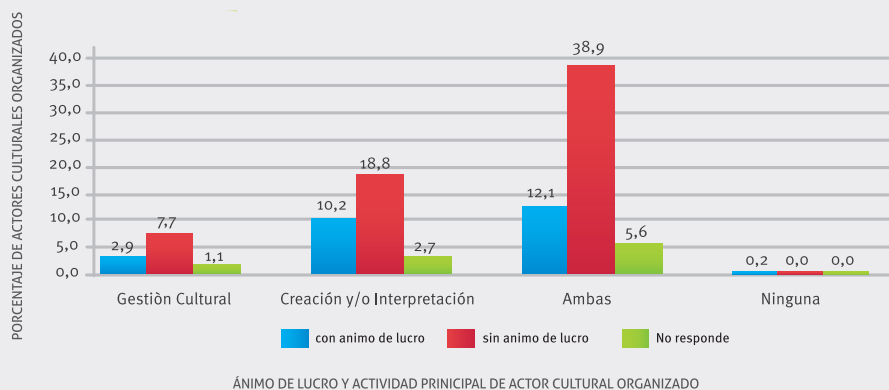
Gráfica 4. Porcentaje de tipo de reconocimiento recibido por actores culturales organizados en el municipio de Santiago de Cali a 2014



Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali/Secretaría de Cultura y Turismo.

El 65,3% de actores culturales organizados no tienen ánimo de lucro; el 25,3% tienen ánimo de lucro y un alto 9,4% no responde. En la gráfica 5, se observa el porcentaje de organizaciones o empresas culturales y la información con respecto al lucro, diferenciada por la actividad en la que se centran (creación/interpretación artística, gestión cultural o ambas).

Gráfica 5. Porcentaje de actores culturales organizados del municipio de Santiago de Cali con/sin ánimo de lucro diferenciado por actividad principal, 2015



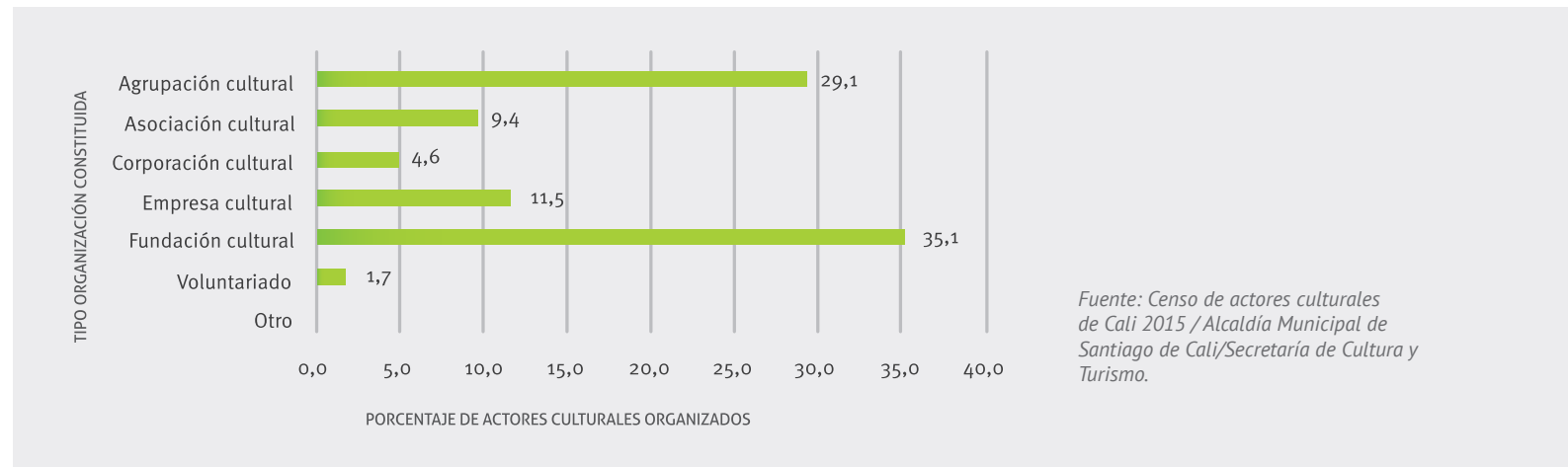
Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali/Secretaría de Cultura y Turismo.

Es mayor el porcentaje de las organizaciones y empresas culturales que no tienen ánimo de lucro. El 38,9% que realizan actividades de gestión cultural y de creación y/o interpretación, no tienen ánimo de lucro, al igual que el 18,8% que únicamente realizan actividades de creación y/o interpretación artística y el 7,7% que se dedican a la gestión cultural.

También son más los actores culturales organizados con ánimo de lucro que desarrollan ambas actividades representando el 12,1% de la población; el 10,2% centran sus actividades en la creación y/o interpretación artística y el 2,9% en la gestión cultural. El 5,6% que centra sus actividades tanto en la gestión cultural como en la creación e interpretación artística no indica si su organización o empresa cultural tiene o no ánimo de lucro; tampoco lo indican el 2,7% que se centran en actividades de creación y/o interpretación ni el 1,1% de las que centran sus actividades en la gestión cultural.

En la gráfica 6, se observa el tipo de figura con la que la organización o empresa cultural se ha creado y/o constituido formalmente: El 35,1% como fundaciones, el 29,1% agrupaciones, el 11,5% empresas, el 9,4% asociaciones, el 8,6% son otro tipo de organización o empresa, el 4,6% son corporaciones y el 1,7% voluntariados.

Gráfica 6. Porcentaje del tipo de organización o empresa cultural constituida en el municipio de Santiago de Cali a 2014



Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali/Secretaría de Cultura y Turismo.

En la gráfica 7 se observa que el 35,7% que constituye la mayoría de las organizaciones y empresas culturales iniciaron actividades entre el 2010 y el 2014, entre 5 años y 1 año. El 20,7% inició actividades entre 2005 y el 2009, es decir que se encuentra desarrollando actividades culturales desde hace 10 a 7 años; el 15% entre 2000 y 2004, hace 15 a 11 años, el 9% entre 1995 y 1999, hace 20 a 16 años, el 5,3% inició actividades este año y en menores porcentajes desde 1994 hacia atrás.

Gráfica 7. Inicio de actividades de actores culturales organizados por quinquenios en el municipio de Santiago de Cali a 2014

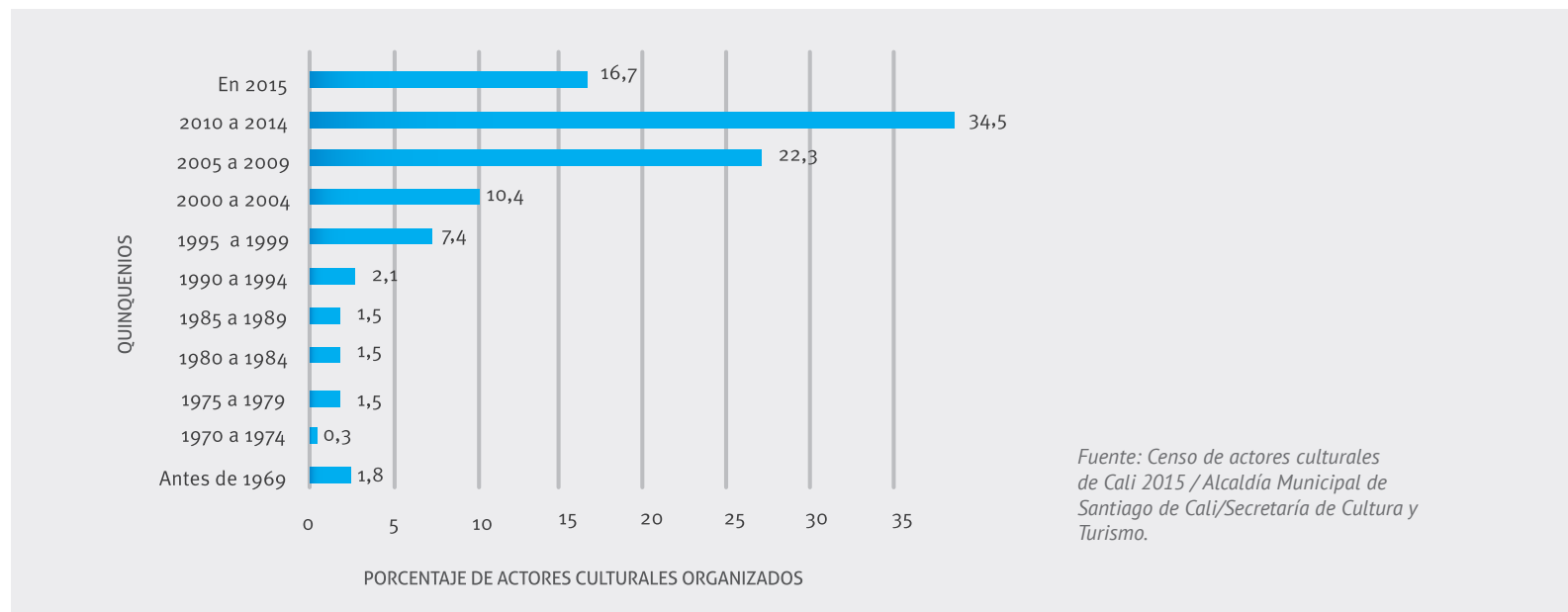


Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali/Secretaría de Cultura y Turismo.

El 64,4% están registradas en Cámara y Comercio y un 35,6% no se encuentran registradas. Como se muestra en la gráfica 8, la mayoría se registraron entre 2010 y 2014 (34,5%), aunque en un porcentaje un poco menor que el de actores culturales organizados que iniciaron actividades en ese periodo de tiempo(35,7%). También entre 2005 y 2009, se encuentra el segundo mayor número de actores culturales organizados que se registraron en Cámara de Comercio, con un porcentaje del 22,3% aunque estas fueron un poco más que las iniciaron actividades en ese mismo periodo (20,7%).

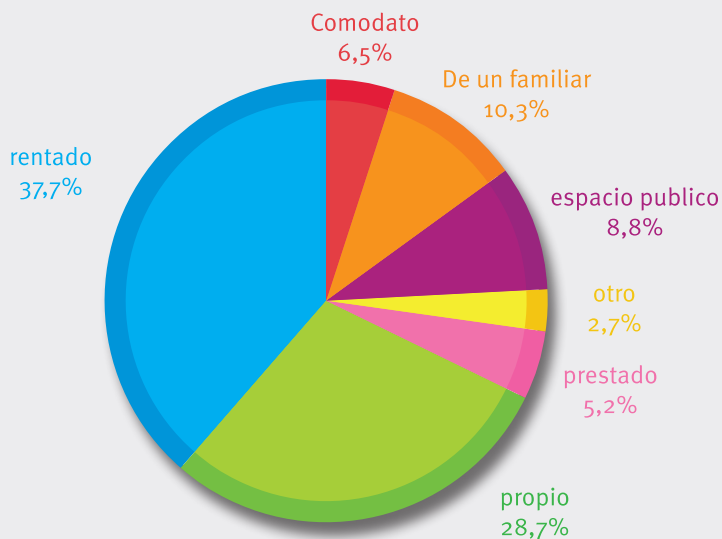
Hay un cambio en 2015, cuando se registró el 16,7% de las organizaciones y empresas culturales (a diferencia del inicio de actividades del 5,3%), aunque entre el 2000 y el 2004, de manera similar al 15% que inició actividades en ese periodo, el 10,4% se registró en Cámara de Comercio. De manera similar, también entre 1995 y 1999, el 7,4% se registró en Cámara de Comercio, comparado con el 5,3% que iniciaron actividades en esos años. Se registraron organizaciones y empresas culturales en menores porcentajes desde 1994 hacia atrás.

Gráfica 8. Registro en Cámara de Comercio de los actores culturales organizados por quinquenios en el municipio de Santiago de Cali a 2014



El 54,6% de organizaciones y empresas culturales residen en el lugar donde se encuentra la sede principal. Como se observa en la gráfica 9, la mayoría realiza sus actividades en una sede rentada (el 37,7%) o propia (el 28,7%); el 10,3% realiza sus actividades en un lugar facilitado por un familiar, el 8,8% en un espacio público, el 6,5% es un espacio facilitado a través de un contrato de comodato, el 5,2% en un espacio prestado y el 2,7% en otra modalidad.

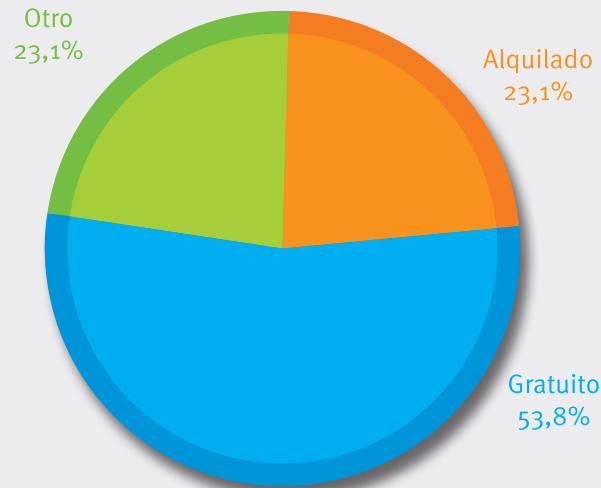
Gráfica 9. Distribución de tenencia de la sede en donde los actores culturales organizados realizan sus actividades en el municipio de Santiago de Cali a 2014



Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali/Secretaría de Cultura y Turismo.

El 55,2% de los actores culturales organizados no tiene acceso a los escenarios culturales públicos del municipio. Del 44,8% que sí tiene acceso, el 53,8% accede a ellos de manera gratuita, el 23,1% lo renta y otro 23,1% de las organizaciones y empresas culturales, utilizan otra modalidad para acceder a ellos.

Gráfica 10. Distribución porcentual según acceso que los actores culturales organizados a los escenarios públicos del municipio de Santiago de Cali a 2014



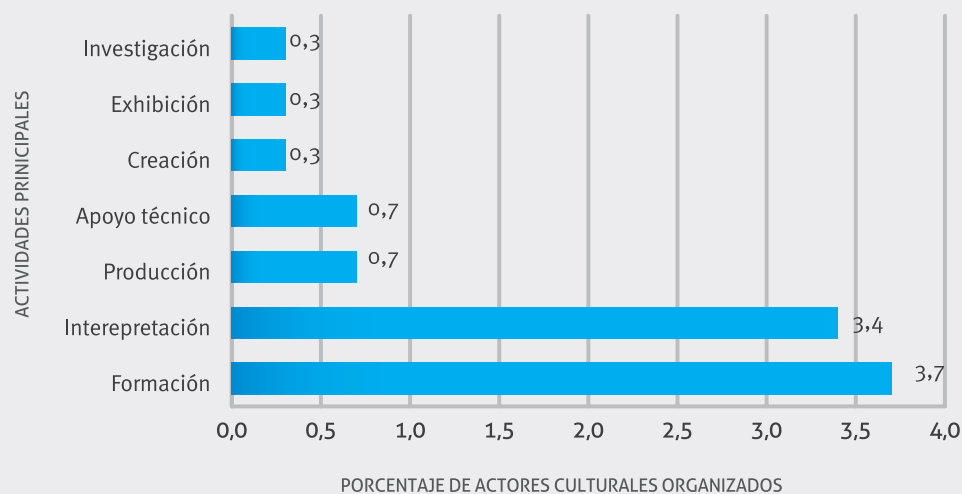
Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali/Secretaría de Cultura y Turismo.

3.2 Caracterización cultural

El 43,1% de los actores culturales organizados, desarrollan todas las siguientes actividades: Creación, interpretación, formación, exhibición, investigación, producción, promoción/difusión, identificación y formación de públicos y apoyo técnico en la producción artística.

El 9,5% se dedica a una sola actividad como se muestra en la gráfica 11: el 3,7% a la formación, el 3,4% a la interpretación, un 0,7% a la producción y otro 0,7% al apoyo técnico a la producción artística y un 0,3% a la creación, otro 0,3% a la exhibición y otro 0,3% a la investigación.

Gráfica 11. Distribución porcentual según acceso de los actores culturales organizados a los escenarios públicos del municipio de Santiago de Cali a 2014



Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali/Secretaría de Cultura y Turismo.

Dentro del 47,4% restante, se encuentran porcentajes mucho menores (del 2,6% hacia abajo) con diferentes combinaciones de actividades.

Para visibilizar esos datos, en la tabla 1 se presenta el porcentaje de actores culturales organizados que realizan cada tipo de actividad o variable considerada (formación, creación, etc.), aunque en la respuesta que brindaron en el censo, hayan indicado que realizaban una combinación de variables y no únicamente la referenciada. Estos

consolidados y los que en adelante se verán en las siguientes tablas, son de presentación de datos y al sumarlos los porcentajes superan el 100% debido a que el número de respuestas es mayor al número de encuestados, y estos pueden elegir más de una respuesta. Para obtener cada porcentaje, se tomó el cuadro en el que se consolidan los resultados de la pregunta (cuadros de salida, anexo C) y se realizó una sumatoria de las respuestas que contenían la variable que se estaba observando.

En la tabla 1, se puede observar que las cuatro principales actividades desarrolladas por los actores culturales organizados del municipio son la formación para el 78,2% de la población, la creación para el 74,8%, la exhibición para el 73,7% y la interpretación para el 71,8%. Las tres actividades menos desarrolladas son la investigación que es una actividad principal para el 39,1% de las organizaciones y empresas culturales, la identificación y formación de públicos que es desarrollada por el 35,3% de la población y el apoyo técnico a la producción artística, que es desarrollado por el 16,5%.

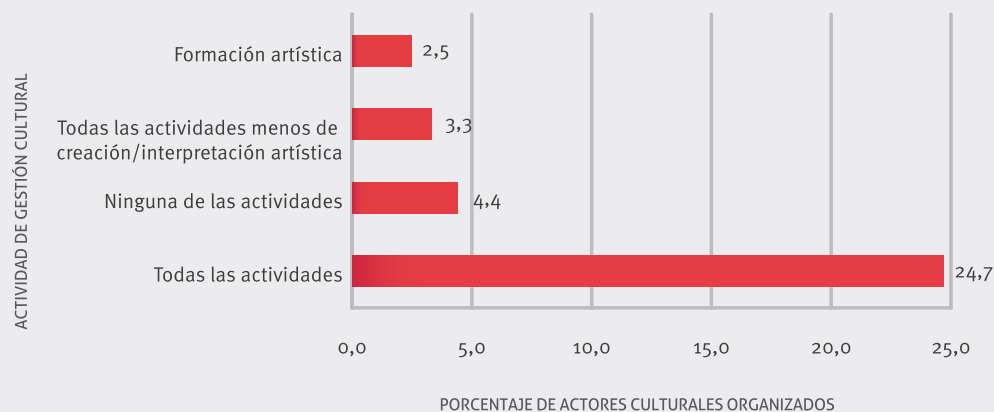
Tabla 1. Consolidados de las principales actividades desarrolladas por los actores culturales organizados en el municipio de Cali a 2014

78,2%	Realizan la actividad de Formación entre otras actividades
74,8%	Realizan la actividad de Creación entre otras actividades
73,7%	Realizan la actividad de Exhibición entre otras actividades
71,8%	Realizan la actividad de Interpretación y entre otras actividades
54,5%	Realizan la actividad de Promoción / Difusión entre otras actividades
53,4%	Realizan la actividad de Producción entre otras actividades
39,1%	Realizan la actividad de Investigación entre otras actividades
35,3%	Realizan la actividad de Identificación y formación de públicos entre otras actividades
16,5%	Realizan la actividad de Apoyo técnico en la producción artística entre otras actividades

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali/Secretaría de Cultura y Turismo.

Con relación al trabajo de gestión cultural realizado por los actores culturales organizados, como se observa en la gráfica 12, el 24,7% realizó todas las actividades de gestión cultural consideradas¹⁸, el 4,4% no realizó ninguna, el 3,3% realizó todas menos la creación/interpretación artística y el 2,5% se dedica únicamente a la formación artística.

Gráfica 12. Principales actividades de gestión cultural que realizan los actores culturales organizados en el municipio de Santiago de Cali a 2014



Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali/Secretaría de Cultura y Turismo.

Solo el 2,3% se dedica a una sola actividad de gestión cultural: el 0,8% a la creación/interpretación artística, el 0,6% a la representación artística, un 0,4% a la apreciación y valoración del arte y la cultura, un 0,2% gestiona proyectos culturales, otro 0,2%, gestiona iniciativas de emprendimiento cultural y otro 0,2% participa en la planeación y seguimiento del sector cultural.

¹⁸ a). Gestiona proyectos culturales, b). Realiza gestión económica, c). Gestiona iniciativas de emprendimiento cultural, d). Realiza representación artística, e). Realiza procesos de formación artística y cultural, f). Promueve la apreciación y valoración del arte y la cultura, g). Administra y/o facilitan un espacio artístico y/o cultural, h). Adelanta estrategias de comunicación e imagen, i). Realiza la producción y/o programación de bienes y servicios artísticos y culturales, j). Gestiona procesos de investigación sobre el sector cultural, k). Participa en la planeación y seguimiento del desarrollo del sector cultural, l). Realiza actividades de creación/interpretación artística.

Dentro del 62,8% restante, los actores culturales organizados realizan dos o más trabajos de gestión cultural, en combinaciones que resultaron en porcentajes que se encuentran por debajo del 2%. Para visibilizar estos datos, se presenta la tabla 2, en la que se observa que las dos tareas de gestión cultural que más desarrollan son la promoción de la apreciación y valoración del arte y la cultura (84,9%) y la realización de procesos de formación artística y cultural (75,1%). Las actividades de gestión cultural menos desarrolladas por los actores culturales organizados son la administración o facilitación de un espacio artístico y/o cultural entre otras actividades y la gestión de procesos de investigación sobre el sector cultural, aunque en ambos casos, se encuentran por encima del 40%.

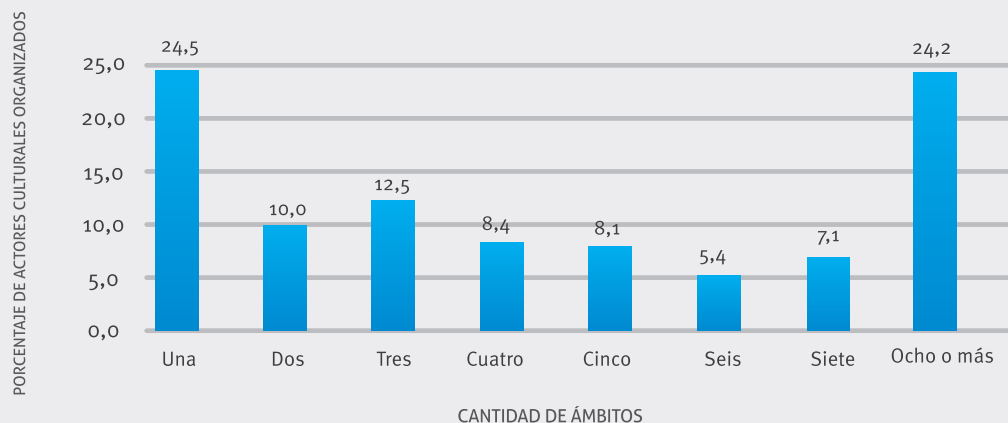
Tabla 2. Consolidados de las principales actividades de gestión cultural desarrolladas por los actores culturales organizados en el municipio de Cali a 2014

84,9%	Promueve la apreciación y valoración del arte y la cultura entre otras
75,1%	Realiza procesos de formación artística y cultural entre otras
64,1%	Gestiona iniciativas de emprendimiento cultural entre otras
60,9%	Gestiona proyectos culturales entre otras
56,2%	Realiza representación artística entre otras
54,2%	Adelanta estrategias de comunicación e imagen entre otras
50,1%	Realiza la producción y/o programación de bienes y servicios artísticos y culturales entre otras
49,9%	Realiza actividades de creación/interpretación artística entre otras
45,8%	Realiza gestión económica entre otras
44,6%	Participa en la planeación y seguimiento del desarrollo del sector cultural entre otras
43,5%	Administra y/o facilitan un espacio artístico y/o cultural entre otras
40,6%	Gestiona procesos de investigación sobre el sector cultural entre otras

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali/Secretaría de Cultura y Turismo.

Con respecto al ámbito en el que las organizaciones y empresas culturales centran sus actividades, como se muestra en la gráfica 13, el 24,5% lo hacen en un solo ámbito, el 24,2% se centra en ocho o más ámbitos, el 12,5% en tres, el 10% en dos, el 8,4% en cuatro, el 8,1% en cinco, el 7,1% en siete y el 5,4% en seis.

Gráfica 13. Cantidad de ámbitos en los que se centran los actores culturales organizados en el municipio de Santiago de Cali a 2014

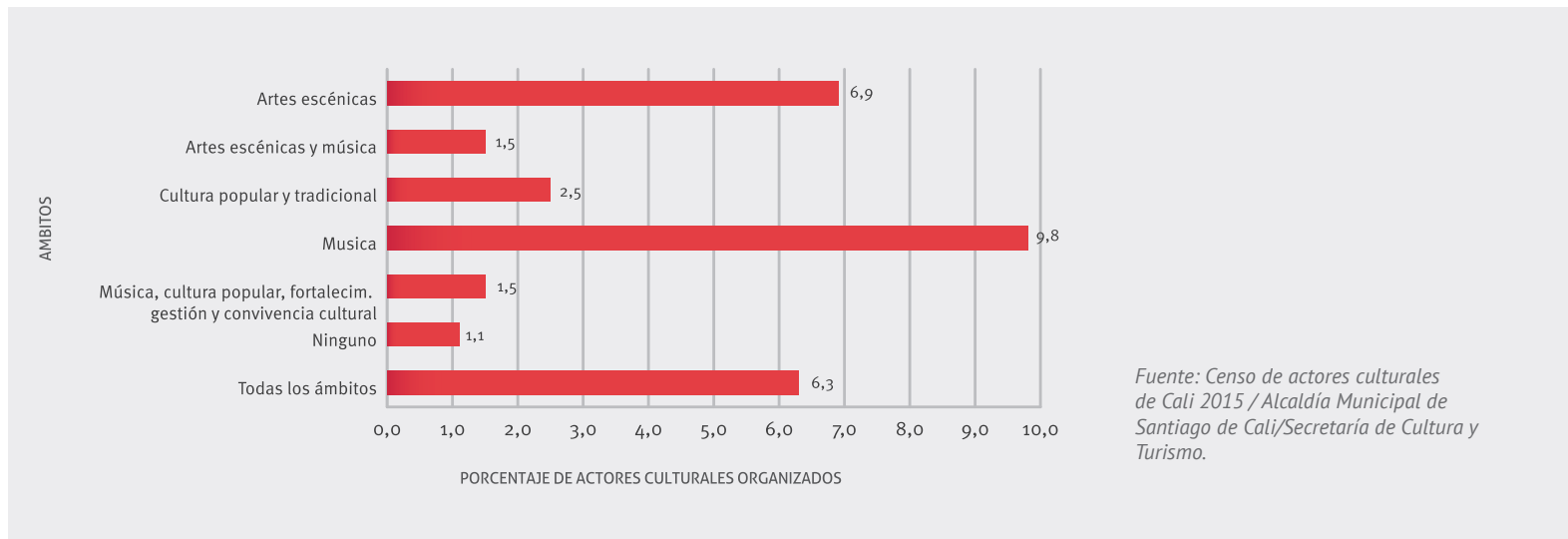


Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali/Secretaría de Cultura y Turismo.

Como se observa en la gráfica 14, los ámbitos en los que las organizaciones y empresas culturales más centran sus actividades, son la música (9,8%), las artes escénicas (6,9%), en todos los ámbitos (6,3%), la cultura popular y tradicional (2,5%), una combinación entre música, fortalecimiento de la gestión cultural y la gestión de estrategias de mejoramiento de la convivencia y el diálogo cultural (1,5%) y una combinación de música y artes escénicas (1,5%).

¹⁹ Las variables eran: a) Patrimonio Cultural, b) Artes escénicas, c) Artes Visuales, d) Artes plásticas, e) Artes literarias, f) Música y fonografía, g) Audiovisual, h) Cine, i) Artes digitales, j) Cultura popular y tradicional, k) Culturas Urbanas, l) Turismo Cultural, m) Fortalecimiento de la gestión cultural y n) Gestiona estrategias enfocadas a mejorar la convivencia y el dialogo cultural.

Gráfica 14. Ámbitos en los que centran sus actividades los actores culturales organizados en el municipio de Santiago de Cali a 2014



Otro 5,3% se dedica a una sola actividad y el 1,1% a ninguna. El 62,7% restante, se centra en diferentes combinaciones de los ámbitos considerados que se encuentran por debajo del 15%.

Para visibilizar estas respuestas, en la tabla 3 se desagrega las combinaciones de ámbitos en los que los actores culturales organizados centran sus actividades. El 64,3% centra su actividades en la cultura popular y tradicional entre otros ámbitos, para el 60,8% lo es entre otros el fortalecimiento de la gestión cultural, el 59,9% gestiona estrategias enfocadas a mejorar la convivencia y el dialogo cultural entre otros ámbitos, el 50,1% se centra en las culturas urbanas. Los porcentajes intermedios se encuentran alrededor de las artes escénicas, la música, el patrimonio cultural y las actividades audiovisuales. Por debajo del 15%, se encuentran los actores culturales que centran sus actividades en las artes digitales y en el cine.

Tabla 3. Porcentajes de los ámbitos en los que los actores culturales organizados del municipio de Cali centran sus actividadesa 2014

64,3%	Cultura popular y tradicional entre otros ámbitos
60,8%	Fortalecimiento de la gestión cultural entre otros ámbitos
59,9%	Gestiona el mejoramiento de la convivencia y el dialogo cultural entre otros ámbitos
50,1%	Culturas Urbanas entre otros ámbitos
49,9%	Artes escénicas entre otros ámbitos
49,9%	Música y fonografía entre otros ámbitos
33,3%	Patrimonio Cultural entre otros ámbitos
24,5%	Audiovisual entre otros ámbitos
21,5%	Turismo Cultural entre otros ámbitos
19,8%	Artes plásticas entre otros ámbitos
18,6%	Artes Visuales entre otros ámbitos
16,8%	Artes literarias entre otros ámbitos
13,3%	Artes digitales entre otros ámbitos
11,8%	Cine entre otros ámbitos

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali/Secretaría de Cultura y Turismo.

La mayoría de las organizaciones y empresas culturales desarrollan sus actividades para rangos de edad en general (el 75,7%), el 2,1% no desarrolla sus actividades para ningún rango de edad y el 4,8% realiza una sola actividad.

²⁰ a) De 0 a 5 años, b) De 6 a 11 años, c) De 12 a 17 años, d) De 18 a 28 años, e) De 29 a 59 años, f) De 60 y más años, g) Grupos etarios en general.

El restante 17,4% desarrolla actividades dirigidas a diferentes combinaciones de grupos etarios en porcentajes menores al 2%. Para visibilizar estos datos, en la tabla 4, se muestra de manera desagregada por rangos de edad, el porcentaje de actores culturales organizados que dirigen sus acciones a ese grupo específico, aunque también la dirija hacia otros intervalos de edades. Los rangos de edad a los que más organizaciones y empresas culturales dirigen sus acciones son a aquellos que se encuentran entre los 18 y 28 años, seguido por el rango de edad entre los 11 y los 17 años y el rango de edad entre los 29 a los 59 años. Las poblaciones con las que los actores culturales organizados menos trabajan son los adultos de 60 años en adelante y los niños y niñas entre 0 y 5 años.

Tabla 4. Rangos de edad a los que los actores culturales organizados del municipio de Cali dirigen sus actividades a 2014

75,8%	18 a 28 entre otros
62,6%	12 a 17 entre otros
59,3%	29 a 59 entre otros
58,2%	6 a 11 entre otros
36,3%	60 y más entre otros
19,8%	0 a 5 entre otros

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali/Secretaría de Cultura y Turismo.

El 90,1% dirigen sus actividades a grupos poblacionales en general, el 1,9% no dirige sus actividades a algún grupo poblacional y el 1,9% lo realiza a un solo grupo poblacional en porcentajes muy bajos (0,8% a 0,2%).

El 6,1% restante, desarrolla actividades dirigidas a diferentes combinaciones de grupos poblacionales en porcentajes menores al 1%.

²¹ a) Mujeres, b) LGTBI, c) Víctimas del conflicto armado, d) Campesinos, e) Comunidades Indígenas, f) Palenque, Raizal, g) Afrodescendientes, h) Rrom-Gitano, i) Habitantes de y en la calle, j) Población con Discapacidad, k) Personas en Proceso de Reintegración o Reintegradas, l) Grupos poblacionales en general.

Para visibilizar esas respuestas, en la tabla 5, se observa de manera desagregada por población, el porcentaje de actores culturales organizados que dirigen sus acciones a ese grupo específico, aunque también lo haga hacia otras poblaciones. Las poblaciones a las que más organizaciones y empresas culturales dirigen sus acciones son a las mujeres, a los y las afrodescendientes, a la población con discapacidad y a la comunidad LGTBI. Las poblaciones con las que los actores culturales organizados menos trabajan son los palenque y raizales y ninguno dirige sus acciones a la población Rrom o gitana.

Tabla 5. Grupos poblacionales a los que los actores culturales organizados del municipio de Cali dirigen sus actividades a 2014

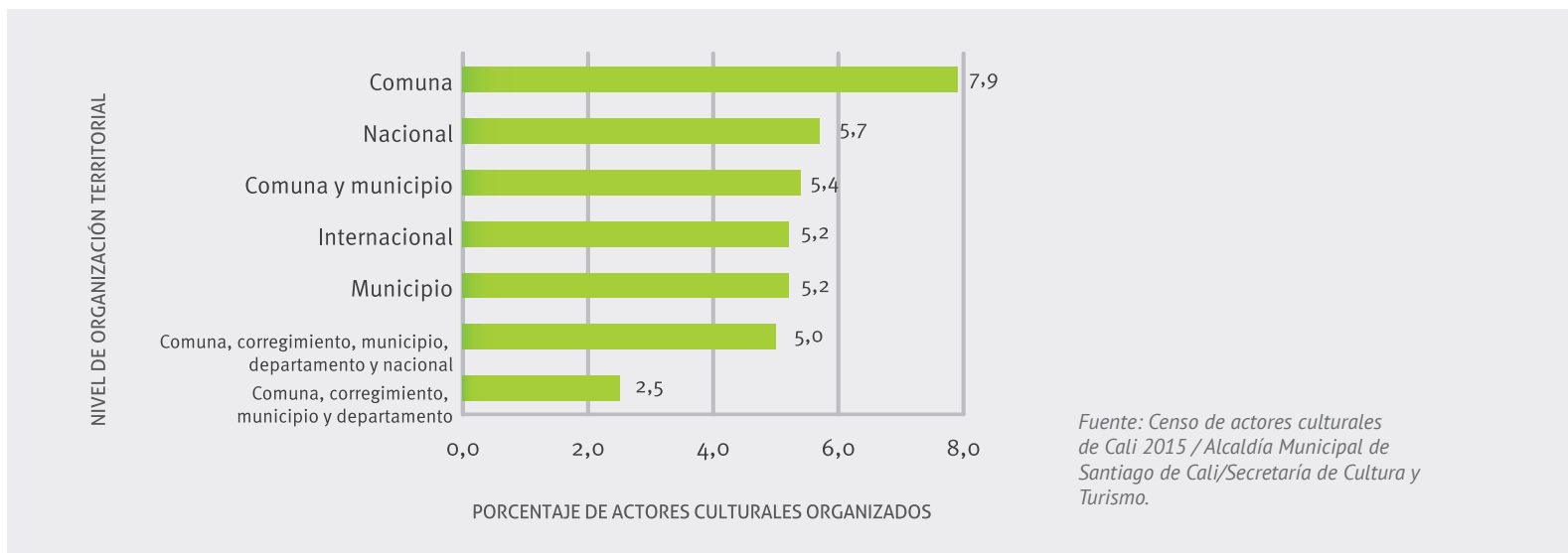
71,9%	Mujeres entre otros grupos poblacionales
56,3%	Afrodescendientes entre otros grupos poblacionales
50,0%	Grupos poblacionales en general entre otros grupos poblacionales
31,3%	Población con discapacidad entre otros grupos poblacionales
31,3%	LGTBI entre otros grupos poblacionales
31,3%	Víctimas conflicto armado entre otros grupos poblacionales
25,0%	Comunidades indígenas entre otros grupos poblacionales
21,9%	Personas en proceso de reintegración o reintegradas entre otros grupos poblacionales
18,8%	Habitantes de y en calle entre otros grupos poblacionales
12,5%	Campesinos entre otros grupos poblacionales
3,1%	Palenque, raizal entre otros grupos poblacionales
0,0%	Población Rrom o gitana entre otros grupos poblacionales

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali/Secretaría de Cultura y Turismo.

El 44,8% de los actores culturales organizados proyectan sus actividades en todos los niveles de organización territorial (corregimiento, comuna, municipio, departamento, nación) y a nivel internacional. El restante 55,2% desarrolla sus actividades en uno de los niveles de organización territorial o en diversas combinaciones de ellos.

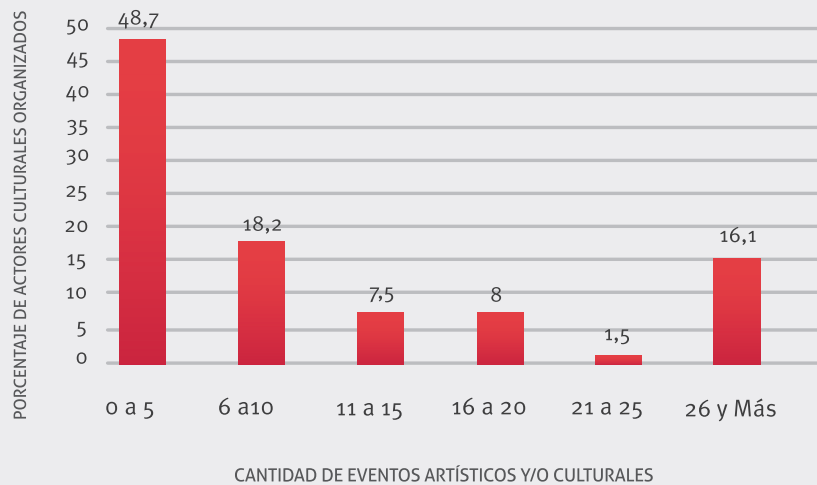
En la gráfica 15, se puede apreciar los porcentajes para las respuestas que se encuentran por encima del 2,5%. El 7,9% tiene proyección a nivel de comuna, el 5,7% a nivel nacional, un 5,4% a nivel de comuna y municipio, el 5,2% a nivel municipal, otro 5,2% a nivel internacional, el 5% en todas la menos internacional y el 2,5% en todas menos en el nivel nacional e internacional.

Gráfica 15. Nivel de organización territorial en el que los actores culturales organizados del municipio de Santiago de Cali dirigen el desarrollo de sus actividades a 2014



Finalmente, como se observa en la gráfica 16, en el último año, el 48,7% de las organizaciones y empresas culturales participó en 0 a 5 eventos artísticos y/o culturales, el 18,2% participó en 6 a 10, el 16,1% en 26 o más, el 8% en 16 a 20, el 7,5% en 11 a 15 y el 1,5% en 21 a 25 eventos artísticos y/o culturales.

Gráfica 16. Porcentaje de participación de los actores culturales organizados en eventos artísticos y/o culturales en el último año en el municipio de Santiago de Cali a 2014



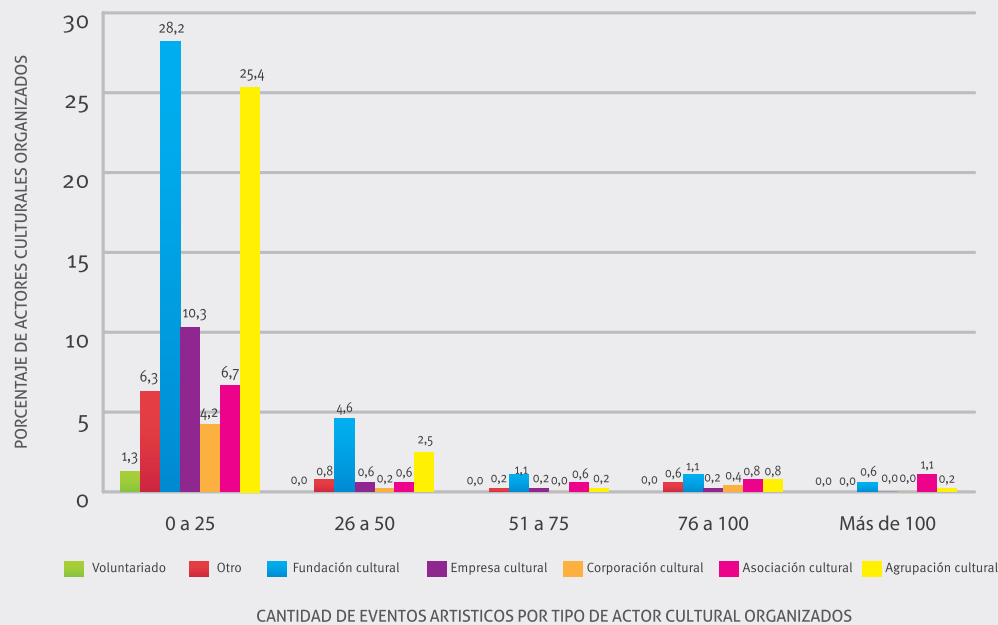
Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali/Secretaría de Cultura y Turismo.

En la gráfica 17 se muestra la participación de las organizaciones y empresas culturales en eventos artísticos y culturales desagregados por tipo de actor: Entre 0 a 5 eventos participaron el 28,2% de las fundaciones, el 25,4% de agrupaciones culturales, el 10,3% de empresas culturales, el 6,7% de asociaciones, el 6,3% de otro tipo de actores culturales organizados, el 4,2% de las corporaciones y el 1,3% de los voluntariados.

Con un porcentaje bastante menor, el 4,6% participó en 26 a 50 actividades artísticas y/o culturales, seguida nuevamente por las asociaciones: el 2,5% participó en la misma cantidad de actividades (mismo intervalo). El 0,8% de otro tipo de organización o de empresa cultural, participó en 26 a 50 actividades artísticas y/o culturales, al igual que el 0,6% de las empresas culturales, el 0,6% de las asociaciones y el 0,2% de las corporaciones.

Para los otros intervalos de cantidad de actividades en las que las organizaciones o empresas culturales participaron, los porcentajes se encuentran por debajo del 1,2%.

Gráfica 17. Porcentaje de participación de los actores culturales organizados de Cali en eventos artísticos y/o culturales por tipo de actor en el último año (2014)

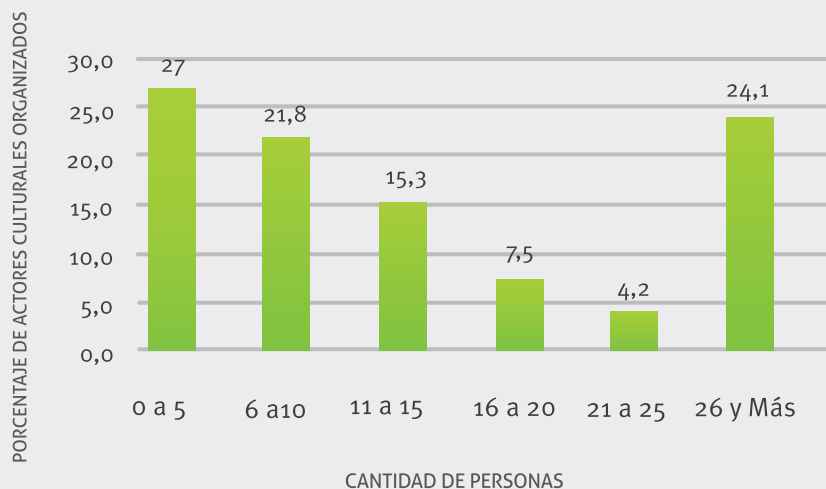


Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali/Secretaría de Cultura y Turismo.

3.3 Caracterización Organizacional

En el 27% de las organizaciones y empresas culturales, el personal o recurso humano está conformado por 1 a 5 personas, en el 24% se conforma por 26 o más personas, del 21,8% hacen parte entre 6 y 10 personas, del 15,3% hacen parte de 11 a 15 personas, del 7,5% hacen parte entre 16 y 20 personas y del 4,2% hacen parte entre 21 y 25 personas.

Gráfica 18. Cantidad de personas que hacen parte de los actores culturales organizados en el municipio de Santiago de Cali a 2014

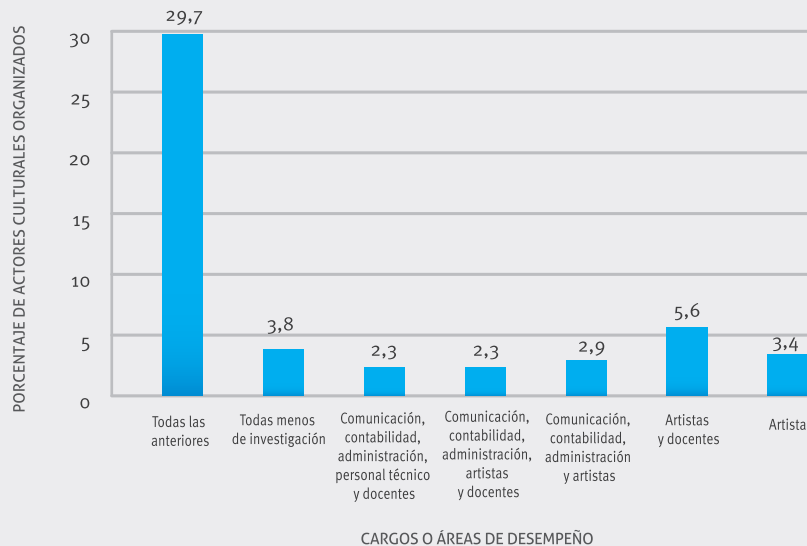


Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali/Secretaría de Cultura y Turismo.

Como se muestra en la gráfica 19, el 29,7% de las organizaciones y empresas culturales, cuenta con personal que se encarga de todas las actividades consultadas²². El 5,6% cuenta con artistas y docentes, el 3,8% cuenta con personal a cargo de todas las actividades, menos de investigación, el 3,4% solo cuenta con artistas, el 2,9% cuenta con personal de comunicación, contabilidad, administración y con artistas, un 2,3% cuenta con todas las anteriores y con docentes y otros 2,3% cuenta con personal de comunicación, contabilidad, administración, de apoyo técnico a la producción artística y docentes.

²² a) Comunicación e Imagen, b) Contabilidad, c) Administración, d) Personal Técnico de apoyo, e) Artistas, f) Docentes, g) Investigadores, h) Otros.

Gráfica 19. Distribución de la planta operativa de los actores culturales organizados en el municipio de Santiago de Cali a 2014



Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali/Secretaría de Cultura y Turismo.

* Elaborada con las respuestas que se encuentran por encima del 2%.

Otro 2,9% cuenta con una sola área de desempeño, un 1% con ninguno y el restante 46,2% de los actores culturales organizados tiene personal que se encarga de realizar más de una actividad, sin embargo, sus combinaciones se encuentran por debajo del 2% cada una.

Para visibilizar estos datos, en la tabla 6, se presentan los porcentajes consolidados sobre los actores culturales organizados que cuentan con personas que se encargan de o se desempeñan en los aspectos considerados, aunque hayan indicado que cuentan con personal que desarrolla otras actividades.

Así, entre otros, el 73,2% de las organizaciones y empresas culturales cuentan con personas que se desempeñan como artistas. En un porcentaje que oscilan entre el 55 y 60%, los actores culturales organizados cuentan con personal técnico de apoyo, personal encargado de la administración y docentes. Los menores porcentajes de personal con el que cuentan las organizaciones y empresas culturales son encargados de investigación, de contabilidad y de otro tipo de actividades.

Tabla 6. Distribución de la planta operativa de los actores culturales organizados dirigen el desarrollo de sus actividades en el municipio de Santiago de Cali a 2014

73,2%	Artistas entre otros
59,8%	Comunicación e imagen entre otros
57,0%	Personal técnico de apoyo entre otros
56,4%	Administración entre otros
56,4%	Docentes entre otros
36,9%	Investigadores entre otros
34,6%	Contabilidad entre otros
16,2%	Otro tipo de personal entre otras respuestas

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali/Secretaría de Cultura y Turismo.

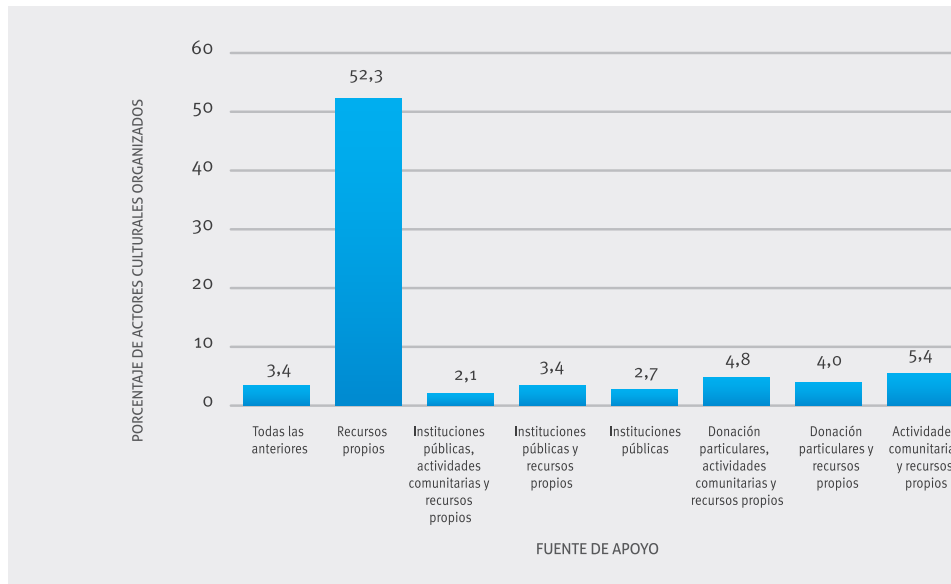
* Elaborada sobre los 131 datos relacionados con las respuestas que se encuentran por debajo de 2% y tienen más de una variable.

Con respecto al apoyo que reciben las organizaciones y empresas culturales para su funcionamiento y sostenibilidad, en la gráfica 20 se presentan los porcentajes más altos, que representan un 78,2% del total. Para el desarrollo de su trabajo, el 52,3% se financia únicamente con recursos propios, el 5,4% realiza actividades comunitarias y se financia con recursos propios, el 4,8% recibe donaciones particulares, realiza actividades comunitarias y se financia con recursos propios, el 4% recibe donación de particulares y se financia con recursos propios, el 3,4% recibe apoyo de instituciones públicas y se financia con recursos propios, otro 3,4% recibe apoyo de todos los actores considerados .

²³ Esto implica que la sumatoria de todos los porcentajes no es igual a 100%.

²⁴ a) Donaciones de empresas, b) Cooperación internacional, c) Instituciones Públicas, d) Donaciones particulares, e) Actividades Comunitarias, f) Recursos propios, g) Otros

Gráfica 20. Origen del apoyo que reciben los actores culturales organizados del municipio de Santiago de Cali a 2014



Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali/Secretaría de Cultura y Turismo.

Otro 4% recibe apoyo de una sola fuente y un 1,5% no recibe apoyo de ninguna fuente ni cuenta con recursos propios. El otro 16,3% de los actores culturales organizados reciben apoyo de diferentes combinaciones de fuentes, sin embargo, se encuentran por debajo del 2% cada una. Para visibilizar estos datos, en la tabla 7 se presentan los porcentajes consolidados de manera desagregada por origen o fuente de apoyo.

Así, entre otros, el 94,1% de las organizaciones y empresas culturales se financian con recursos propios, el 53,7% recibe apoyo de la realización de actividades comunitarias, el 50% de la donación de particulares, el 41% de instituciones públicas, el 28,7% de la donación de empresas y el 8,5% de la cooperación internacional.

²⁵ Esto implica que la sumatoria de todos los porcentajes no es igual a 100%.

Tabla 7. Origen del apoyo que reciben los actores culturales organizados del municipio de Santiago de Cali a 2014

94,1%	Recursos propios entre otros
53,7%	Actividades comunitarias entre otros
50,0%	Donaciones de particulares entre otros
41,0%	Instituciones públicas entre otros
28,7%	Donaciones de empresas entre otros
8,5%	Cooperación internacional entre otros

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali/Secretaría de Cultura y Turismo.

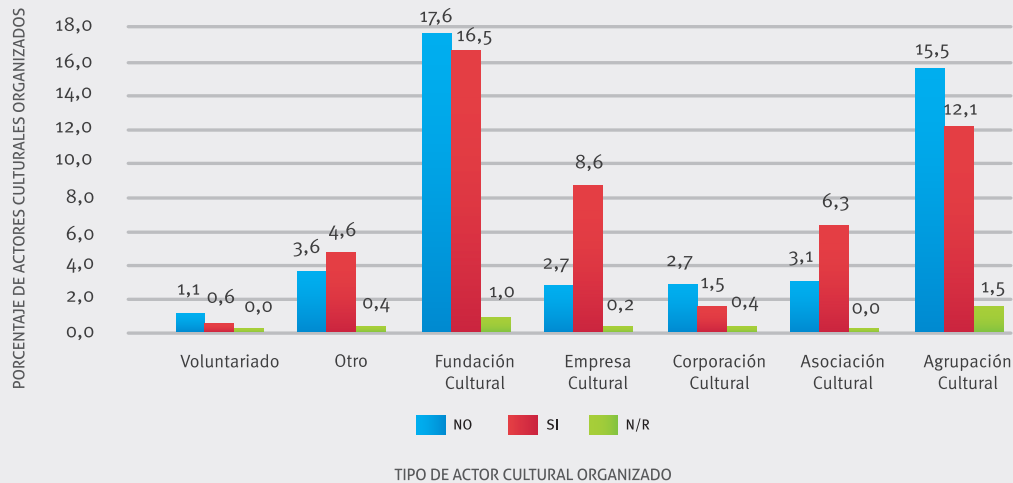
* Elaborada sobre los 188 datos relacionados con las respuestas que se encuentran por debajo de 2% y tienen más de una variable.

Para el 50,2% de los actores culturales organizados, las actividades que desarrollan como organización o empresa cultural, les permite su funcionamiento y sostenibilidad, al 46,4% no se los permite y el 3,4% no contestó.

Como se observa en la gráfica 21, en el caso de la asociación cultural, empresa cultural y otro tipo de figura de constitución, es mayor el porcentaje de actores culturales organizados que obtienen recursos para su sostenibilidad y funcionamiento derivados de las actividades que realizan, que aquellos que constituidos como asociación, empresa u otra figura, no obtienen suficientes recursos.

Es lo contrario para el caso de las fundaciones, agrupaciones, corporaciones y voluntariados, en el que es mayor el porcentaje de los actores culturales organizados que no obtienen los suficientes recursos por la realización de sus actividades. El 16,5% de las fundaciones culturales obtienen recursos como producto de sus actividades que les permiten funcionar y sostenerse; lo mismo ocurre para el 12,1% de las asociaciones, el 8,6% de las empresas culturales

Gráfica 21. Tipo de actor cultural organizado y tenencia o no de recursos para la sostenibilidad y funcionamiento obtenidos por la realización de las actividades culturales realizadas a 2014



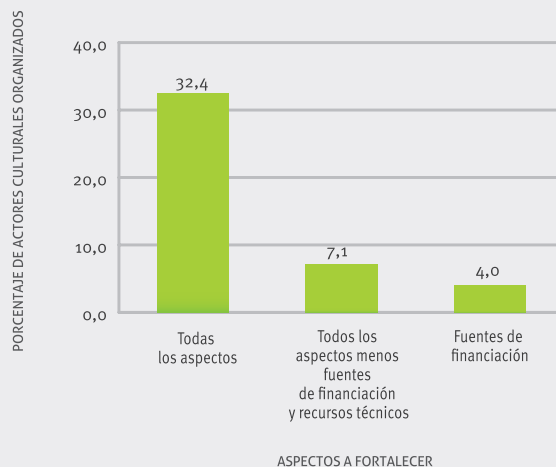
Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali/Secretaría de Cultura y Turismo.

Finalmente, como se observa en la gráfica 22, el 32,4% de las organizaciones y empresas culturales requieren fortalecimiento en todos los aspectos considerados, el 7,1% en todos los aspectos menos en fuentes de financiación y en recursos técnicos y el 4% en fuentes de financiación.

Gráfica 22. Tipo de actor cultural organizado y aspectos a fortalecer a 2014

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali / Secretaría de Cultura y Turismo.

* Elaborada con las respuestas que se encuentran por encima del 2%.



El 3,4% requiere fortalecimiento en un solo aspecto, el 0,4% en ninguno y el restante 52,7% de los actores culturales organizados requieren fortalecimiento en diversas combinaciones de aspectos en porcentajes que se encuentran por debajo del 2%. Para visibilizar esos datos, en la tabla 8 se presentan porcentajes desagregados.

Tabla 8. Porcentajes de necesidades de fortalecimiento los actores culturales organizados del municipio de Santiago de Cali a 2014

70,9%	Fuentes de financiación entre otros
65,4%	Infraestructura cultural entre otros
59,5%	Gestión del producto y/o servicio cultural entre otros
57,9%	Investigación de mercados entre otros
57,0%	Comunicación e imagen entre otros
43,7%	Recursos técnicos entre otros
41,1%	Aspectos de cultura organizacional entre otros

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali / Secretaría de Cultura y Turismo.

*Elaborada sobre los 309 datos relacionados con las respuestas que se encuentran por debajo de 2% y tienen más de una variable.

40,5%	Cualificación del recurso humano entre otros
35,6%	Aspectos administrativos entre otros
33,3%	Gestión contable entre otros

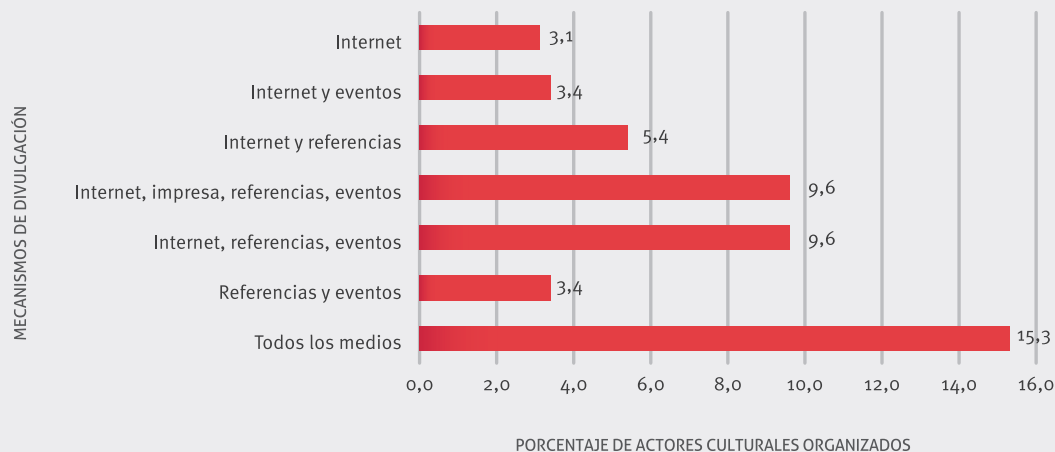
Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali/Secretaría de Cultura y Turismo.

Como se observa, aunque las organizaciones y empresas culturales tienen diversas necesidades de fortalecimiento, el 70,9% considera que una de ellas es las fuentes de financiación, un porcentaje mayor al porcentaje de actores culturales organizados que requieren fortalecimiento en todos los aspectos (32,4% como lo muestra la gráfica 22). El segundo aspecto en el que un mayor porcentaje de organizaciones y empresas culturales han indicado la necesidad de fortalecimiento, es en la infraestructura cultural, seguido de la gestión del producto y/o servicio cultural y la investigación de mercados. Los aspectos en los que menos fortalecimiento requieren es en los aspectos administrativos y en la gestión contable.

Con respecto a los mecanismos de divulgación o de promoción del trabajo de los actores culturales organizados, como se observa en la gráfica 23, el 15,3% dan a conocer su trabajo utilizando todos los medios que tengan a disposición. Las otras organizaciones y empresas culturales utilizan diversas combinaciones de medios: el 9,6% utiliza Internet, las referencias o voz a voz y los eventos/exposiciones; otro 9,6% utiliza Internet, publicidad impresa, las referencias o voz a voz y los eventos/exposiciones, el 5,4% utiliza Internet y referencias o voz a voz, el 3,4% referencias y eventos, otro 3,4% Internet y eventos y el 3,1% Internet.

²⁶ a) Internet, b) Radio, c) Canales Comunitarios, d) Prensa, e) Publicidad Impresa, f) Páginas Amarillas, g) Referencia/ Voz a Voz, h) Perifoneo, i) TV, j) Eventos/Exposiciones, l) Otros.

Gráfica 23. Mecanismos/medios utilizados por los actores culturales organizados del municipio de Santiago de Cali para dar a conocer su trabajo a 2014



Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali / Secretaría de Cultura y Turismo.

El 3,8% utiliza un solo mecanismo de divulgación o promoción de su trabajo, el 0,8% no utiliza ninguno y el restante 45,6% utiliza distintas combinaciones de medios o mecanismos de comunicación, que se encuentran por debajo del 2,5%.

Para visibilizar estos datos, en la tabla 9, se muestran los porcentajes de actores culturales organizados que utilizan el mecanismo indicado aunque también utilice otros. En ella se puede observar que Internet es el medio que más utilizan para dar a conocer su trabajo (el 89,5%) como se podía también apreciar en la gráfica 21, seguido por las referencias o el voz a voz para el 84,9% de los actores culturales organizados y los eventos o exposiciones para el 65,5%. Los medios menos utilizados son el perifoneo, las páginas amarillas y otros medios que son usados por el 26,5%, el 12,6% y el 5,5% de las organizaciones y empresas culturales respectivamente.

Tabla 9. Mecanismos/medios utilizados por los actores culturales organizados del municipio de Santiago de Cali para dar a conocer su trabajo a 2014

89,5%	Internet entre otros
84,9%	Referencias / Voz a voz entre otros
65,5%	Eventos / Exposiciones entre otros
60,1%	Publicidad impresa entre otros
38,2%	Canales comunitarios entre otros
37,8%	Prensa entre otros
36,1%	Radio entre otros
26,9%	Televisión entre otros
26,5%	Perifoneo entre otros
12,6%	Páginas amarillas entre otros
5,5%	Otros mecanismos

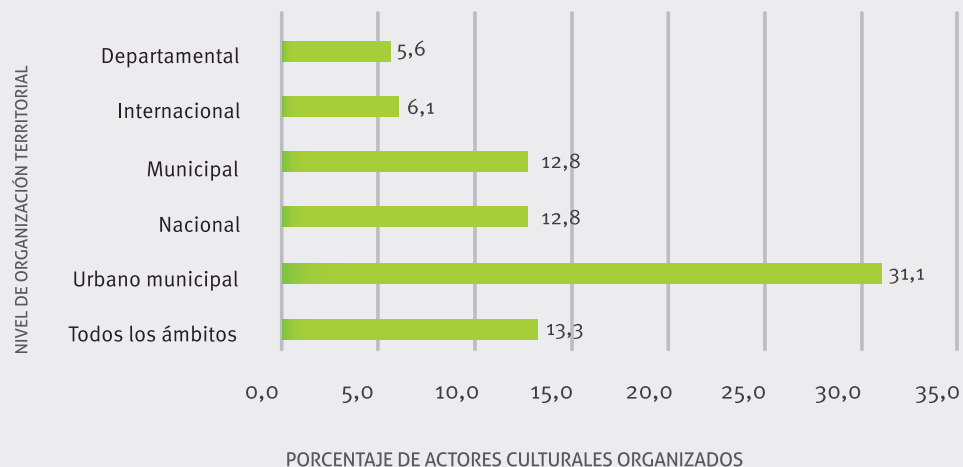
Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali/Secretaría de Cultura y Turismo.

**Elaborada sobre los 238 datos relacionados con las respuestas que se encuentran por debajo de 2% y tienen más de una variable.*

El 62,5% de las organizaciones y empresas culturales no se encuentran adscritas a una red o plataforma cultural.

Como se observa en la gráfica 24, del 37,5% que se encuentra adscrita, el 31,1% lo hace a plataformas o redes que desarrollan sus actividades en las comunas (municipal urbano), el 13,3% en todos los niveles, 12,8% a nivel nacional, otro 12,8% a nivel municipal, el 6,1% a nivel internacional, el 5,6% a nivel departamental y el 3,1% en los niveles nacional e internacional. El 13,8% de las redes y plataformas a las que se encuentran adscritas las organizaciones y empresas culturales, desarrollan sus acciones en todos los ámbitos.

Gráfica 24. Nivel de organización territorial en el que desarrollan sus actividades las redes o plataformas a las que pertenecen los actores culturales organizados del municipio de Santiago de Cali a 2014



Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali / Secretaría de Cultura y Turismo.

*Elaborada con las respuestas que se encuentran por encima del 2%.

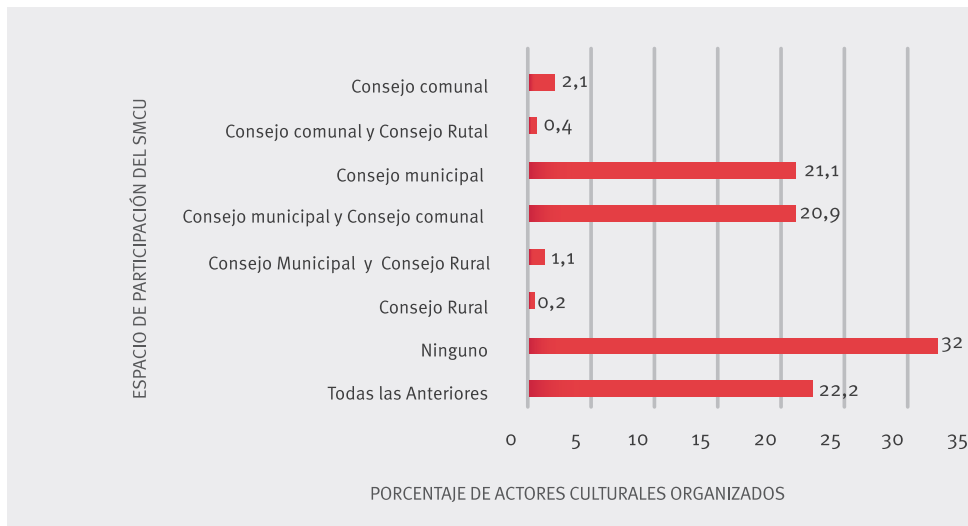
El restante 15,3% de las redes y plataformas a las que se encuentran adscritos los actores culturales organizados, desarrollan sus actividades en diferentes combinaciones de niveles de organización territorial que se encuentran por debajo del 1,5%.

3.4 Espacios de participación

Esta información se encuentra relacionada únicamente a los espacios de participación que se crean para movilizar el Sistema Municipal de Cultura –SMCu: Consejo Municipal de Cultura, Consejos Comunales de Cultura y Consejos Rurales de Cultura. Se indagó si los actores culturales conocían o habían oído hablar de ellos.

Es mayor el porcentaje de actores que desconocen alguno de los espacios de participación del Sistema Municipal de Cultura. El 32% no conoce o ha oído hablar de ningún espacio de participación, el 22,2% conoce o ha oído hablar de todos los espacios, el 21,1% del Consejo Municipal, el 20,9% del Consejo Municipal y del Consejo Comunal, el 2,1% del Consejo Comunal, el 1,1% del Consejo Municipal y del Consejo Rural, un 0,4% del Consejo comunal y del Consejo Rural y otro 0,2% del Consejo Rural.





Gráfica 25. Porcentaje de actores culturales organizados que conocen o han oído hablar sobre los espacios de participación del SMCu con relación a cada espacio de participación del SMCU en el municipio de Santiago de Cali a 2014








Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali / Secretaría de Cultura y Turismo.



4
PRINCIPALES
CONCLUSIONES

-  Fueron censados 522 actores culturales organizados; en la zona urbana es donde se concentran la gran mayoría, particularmente en áreas centrales del municipio. En la zona rural, no parece haber una concentración de organizaciones y empresas culturales por cuenca hidrográfica. Esta diferencia entre la zona urbana y la zona rural, e incluso la presencia de mayor o menor presencia de actores culturales organizados en algunas comunas y corregimientos, debe permitir una lectura diferenciada de las necesidades de los territorios con base en las expresiones artísticas y manifestaciones culturales que se desarrollan en ellos y las potencialidades que se identifiquen con las comunidades.
-  Más del 75% de las organizaciones culturales censadas en el municipio no cuentan con más de 15 años de constitución, lo que estaría indicando una tendencia de aumento tanto de creación de nuevas organizaciones y empresas culturales, como de su formalización registrándolas en Cámara de Comercio particularmente finalizando la década de los noventa hasta el 2014. Sin embargo, han sido las fundaciones, las agrupaciones artísticas y las empresas culturales las que más han aumentado en los últimos años. Esto permite inferir que la constitución de organizaciones y empresas culturales ha sido impulsada de manera reciente, posiblemente derivada de la normatividad resultante de la Ley 397 de 1997 y de una mirada distinta de la cultura en el desarrollo de los países.
-  Solo el 11,7% de los actores culturales organizados se dedican únicamente a la gestión cultural. La mayoría (56,2%) se dedican tanto a la gestión cultural como a la creación y/o interpretación artística, lo cuál estaría indicando una necesidad de actores culturales organizados que se dediquen únicamente a otros eslabones de la cadena de valor de los bienes y servicios culturales. También es probable que estos porcentajes estén señalando la poca especialización que tienen los actores culturales organizados, que terminan realizando todas las actividades que le sean posibles para subsistir, lo que estaría dando elementos para alertar sobre informalidad y vulnerabilidad del sector.
-  Esta baja especialización podría estar siendo respaldada por el dato del 43,1% de las organizaciones y empresas culturales que manifestaron desarrollar todos los procesos que fueron considerados en el censo (formación, creación, investigación, producción etc.).

-  No obstante, la mayoría de los actores culturales organizados no tienen ánimo de lucro y se han constituido como fundaciones, asociaciones y agrupaciones, como consecuencia, las actividades que desarrollan deben tener un fin social; no obstante lo anterior, esto no excluye la posibilidad de que estas organizaciones se enmarquen en o sean un emprendimiento o una industria cultural. Esta relación requeriría una indagación mayor, porque el actor cultural organizado puede promover la apreciación del arte y la cultura, la convivencia cultural o la protección del patrimonio cultural y a su vez, puede ser rentable para el caso de las empresas o sostenible en el caso de los actores culturales organizados sin ánimo de lucro.
-  Si se tiene en cuenta que para el desarrollo de sus actividades el 86,2% de los actores culturales organizados utilizan sus propios recursos y el 54,6% vive en el mismo lugar donde se encuentra la sede principal, es probable que los esfuerzos de sostenimiento de la organización o empresa cultural, estén siendo asumidos por el representante legal o un grupo pequeño de asociados.
-  El 50,2% indicó que obtiene recursos de las actividades que realiza para su funcionamiento y sostenimiento y el 46,5% indicó que no les alcanza, dato que si es observado junto al 46% de los actores culturales organizados que indicaron necesitar fortalecimiento en las fuentes de financiación, se podría estar identificando un grado alto de informalidad y de vulnerabilidad.
-  Los últimos dos factores se relacionan con el hecho de que de mayor a menor porcentaje de fuentes de apoyo, se tenga al individuo (recursos propios), a la comunidad local (actividades comunitarias y particulares), al Estado, a una comunidad ampliada (empresas) y por último a las entidades internacionales. Esto podría estar corroborando que la subsistencia de las organizaciones y empresas culturales, en su mayoría, no se gestionan desde una perspectiva formal y sostenible.
-  También con respecto a los aspectos de fortalecimiento, el hecho de que se esté privilegiando los aspectos financieros y técnicos, está indicando que se le podría estar dando poca relevancia a la gestión, organización y crecimiento de la organización. Recuérdese que solo el 29,7% de los actores culturales

organizados cuentan con personal para cada tarea de la organización o empresa (administrativos, contables, comunicación, etc.). Para las demás organizaciones (un porcentaje que oscila entre el 30 y el 50%) se tiene personal para algunas y para otras no.

- ✎ Los mecanismos de divulgación son un aspecto importante a tener en cuenta. El Internet es el mecanismo más utilizado, seguido por las referencias o voz a voz y por los eventos o exposiciones. Esto podría estar indicando que Internet juega un papel muy importante en la promoción del trabajo de los actores culturales organizados y que tienen menos utilidad, medios tradicionales como la prensa, radio o televisión. No obstante, esta información también podría estar indicando una dificultad en el acceso a esos medios tradicionales.
- ✎ Finalmente, la relación de los actores culturales organizados con los esfuerzos por desarrollar el sector cultural en Cali tendría una respuesta escueta y parcial en las preguntas sobre su pertenencia a redes o plataformas y sobre su conocimiento sobre los espacios de participación del Sistema Municipal de Cultura -SMCu. El 62,5% no pertenece a ninguna red o plataforma cultural y solo el 22,2% de los actores culturales organizados han oído hablar o conocen todos los espacios de participación del SMCu. Esta información probablemente está indicando un bajo nivel de organización del sector cultural y evidenciando la poca articulación a redes y plataformas dentro del municipio y hacia fuera para proyectar el sector.

BIBLIOGRAFÍA

DANE. Censo Sectorial de habitantes de y en calle de Santiago de Cali (2005). Cali : DANE; Secretaría de Desarrollo Territorial y Bienestar Social de la Alcaldía de Cali; la Fundación FES, 2005. Disponible en: <https://goo.gl/I355Lu>

DANE. Manual de Capacitación para la Implementación del Registro para la Localización y Caracterización de las Personas con Discapacidad – 2006 [en línea] <<http://goo.gl/Ga1yIA>> [citado el 18 ago. 2015].

DANE. Metodología de la Cuenta Satélite de Cultura – CSC, 2007 [en línea] <https://goo.gl/TSNiNy> [citado el 2 dic. 2015].

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 397 (07 ago. 1997). Por la cual se desarrollan los Artículos 70, 71 y 72 y demás Artículos concordantes de la Constitución Política y se dictan normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura, se crea el Ministerio de la Cultura y se trasladan algunas. Diario Oficial. Bogotá D.C., 1997, No. 43102.

COLOMBIA. PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA. Decreto 1589 (05 ago. 1998). Por el cual se reglamenta el Sistema Nacional de Cultura –SNCu– y se dictan otras disposiciones. Diario Oficial. Bogotá D.C., 1998.

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 666 (30 jul. 2001). Por medio de la cual se modifica el artículo 38 de la Ley 397 de 1997 y se dictan otras disposiciones. Diario Oficial. Bogotá D.C., 2001, No. 44.503.

DE GREGORIO PRIETO, Albert. Introducción a la gestión aplicada. Análisis de proyectos y organizaciones culturales [en línea]- Barcelona : Universitat de Barcelona Virtual, 2003 [citado el 3 sep. 2015]. Disponible en http://www.gestioncultural.com.uy/vinculos/MGC3B_4.pdf

FERNÁNDEZ, Oscar. *Pierre Bourdieu: ¿Agente o Actor?* [en línea]. <http://goo.gl/Gge5Ci>.

RAPETTI, Sandra. *Buscando caminos. Gestión, financiamiento y problemática de las organizaciones culturales del interior del Uruguay* [en línea] Uruguay : UNESCO (2002) [citado el 3 sep. 2015]. Disponible en <http://goo.gl/qVFvfZ>

SANTIAGO DE CALI. CONCEJO MUNICIPAL. Acuerdo 01 de 1996. Por el cual se dictan normas sobre la estructura de la administración municipal y las funciones de sus dependencias (...).

The background is a solid blue color with a repeating pattern of various white icons. These icons include musical instruments like a violin, a trumpet, and a microphone; artistic tools like a paint palette, a pencil, and a fountain pen; educational symbols like a hand pointing to a triangle, a film strip, and a graduation cap; and other symbols like a camera lens, a pair of scissors, and a globe.

6

ANEXOS

ANEXO A. Formulario de actores culturales organizados (Cuestionario de identificación de organizaciones y empresas artísticas y/o culturales).

 MUNICIPALIDAD DE SANTIAGO DE CALI PARTICIPACIÓN SOCIAL ATENCIÓN AL USUARIO		SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA - SGC - MECI)		EN REVISIÓN	
		CUESTIONARIO DE IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIONES Y EMPRESAS ARTÍSTICAS O CULTURALES		VERSIÓN	1
				FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	
				XX/XX/XXXX	
DATOS DE CONTROL					
Datos del encuestador:					
Fecha:	Hora inicio:	Hora final:	EC	EI	Cuestionario Nº
Supervisor:	Verificado:				
Grabación:	Verificado:				
I. DESEMPEÑO DE LA ORGANIZACIÓN O EMPRESA EN EL SECTOR CULTURAL					
1. ¿Usted está autorizado por parte de la organización o empresa para brindar la información aquí solicitada?					
			a. Si	b. No	
2. ¿El objeto de la organización o empresa contempla el desarrollo de actividades en el sector cultural?					
			a. Si	b. No	
3. ¿Usted puede presentar si se le requiere, documentos que acrediten el trabajo de la organización o empresa en el sector cultural?					
			a. Si	b. No	
II. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN O EMPRESA CULTURAL					
4. Nombre de la organización o empresa:					
5. Si tiene sigla escríbala a continuación:					
6. Nombre del representante legal de la organización o empresa o director de la agrupación:					
7. Número de documento de identidad No					
		tipo de documento		CC	TI
8. Celular	9. Teléfono	10. Correo electrónico			
11. Dirección de funcionamiento de la sede principal:					
a) Barrio:	b) Comuna:	c) Corregimiento:	d) Vereda:		
12. Celular de la sede		13. Teléfono de la sede		14. Correo electrónico	
15. ¿Tiene página web? a) Si <input type="checkbox"/> b) No <input type="checkbox"/> ¿Cuál? <input type="text"/>					
16. Si tiene otras sedes la organización o agrupación artística cultural, indique: ¿Cuántas? <input type="text"/>					
III. CARACTERÍSTICAS GENERALES					
17. ¿Su organización o empresa centra sus actividades en?: (marque las que correspondan)					
<input type="checkbox"/> a) a gestión cultural (introducción, imagen y comunicaciones económicas, incentivos, atractivos, entre otros) <input type="checkbox"/> b) Creación y/o interpretación artística (consorcio, colectivo, agrupación, entre otros)			18. ¿Cuántos bienes y/o servicios crea, interpreta o gestiona la organización o empresa en el último año?:		
			Número <input type="text"/>		
19. De los bienes y/o servicios que ha creado, interpretado o gestionado la organización o empresa, ¿Alguno ha recibido reconocimiento? a) Si <input type="checkbox"/> b) No <input type="checkbox"/>					
20. Si contesto Si, ¿de qué tipo? a) Económico <input type="checkbox"/> b) Meritorio <input type="checkbox"/> c) Ambros <input type="checkbox"/> 21. Su organización o empresa es: a) Sin ánimo de lucro <input type="checkbox"/> b) Con ánimo de lucro <input type="checkbox"/>					
22. Su organización o empresa es: a) Fundación Cultural <input type="checkbox"/> b) Asociación Cultural <input type="checkbox"/> c) Corporación Cultural <input type="checkbox"/> d) Voluntariado <input type="checkbox"/> e) Empresa cultural <input type="checkbox"/> f) Agrupación cultural <input type="checkbox"/> g) Otro <input type="checkbox"/>					
23. ¿La organización o empresa está inscrita en la Cámara de Comercio? a) Si <input type="checkbox"/> b) No <input type="checkbox"/> ¿en qué número? <input type="text"/>					
24. ¿Cuál es la fecha de registro de constitución de la organización o empresa en la Cámara de Comercio? <input type="text"/>					
25. ¿Cuál es la fecha de inicio de actividades de la organización o empresa? <input type="text"/>					
26. ¿Cuáles son las principales actividades que desarrolla la organización o empresa? (Marque las opciones concordientes)					
<input type="checkbox"/> a) Creación <input type="checkbox"/> b) Interpretación <input type="checkbox"/> c) Formación <input type="checkbox"/> d) Exhibición <input type="checkbox"/> e) Investigación <input type="checkbox"/> f) Producción <input type="checkbox"/> g) Promoción/Difusión <input type="checkbox"/> h) Mercantilización y formación de públicos <input type="checkbox"/> i) Apoyo Técnico en la Producción artística <input type="checkbox"/> j) Todas las anteriores					
27. ¿De las siguientes opciones, en cuáles realiza el trabajo de gestión cultural, la organización o empresa? (Marque las opciones concordientes)					
<input type="checkbox"/> a) Gestiona proyectos culturales (Dirección, Licitación, Evaluación, Diseño y elaboración) <input type="checkbox"/> b) Realiza gestión económica (Inversión, financiación, inversión, comercialización, patrocinio). <input type="checkbox"/> c) Gestiona iniciativas de emprendimiento cultural <input type="checkbox"/> d) Realiza representación artística (Manager) <input type="checkbox"/> e) Realiza procesos de formación artística y cultural <input type="checkbox"/> f) Promueve la apreciación y valoración del arte y la cultura <input type="checkbox"/> g) Administra y/o facilita un espacio artístico y/o cultural (Biblioteca, Centros Culturales, Salas, Galería, entre otros). <input type="checkbox"/> h) Adhucina estrategias de comunicación e imagen (difusión, publicidad, marketing, gestión de públicos, audiencias, entre otros). <input type="checkbox"/> i) Realiza la producción y/o programación de bienes y servicios artísticos/culturales (ej. edición libros, películas, obras de teatro) <input type="checkbox"/> j) Gestiona procesos de investigación sobre el sector cultural <input type="checkbox"/> k) Participa en la planeación y seguimiento del desarrollo del sector cultural <input type="checkbox"/> l) Realiza actividades de creación/interpretación artística					
28. El lugar donde funciona la organización o empresa, se utiliza también como lugar de residencia? a. Si <input type="checkbox"/> b. No <input type="checkbox"/>					
29. El lugar donde funciona la organización o empresa es: a. Propio <input type="checkbox"/> b. Comodato <input type="checkbox"/> c. Rentado <input type="checkbox"/> d. De un Familiar <input type="checkbox"/> e. Prestado <input type="checkbox"/> f. Espacio público <input type="checkbox"/> g. Otro <input type="checkbox"/>					
30. ¿Tiene acceso a los espacios culturales públicos del Municipio? a) Si <input type="checkbox"/> b) No <input type="checkbox"/> 31. ¿En qué condiciones? a) Gratuito <input type="checkbox"/> b) Alquilado <input type="checkbox"/> c) Otro <input type="checkbox"/>					
IV. CARACTERIZACIÓN CULTURAL					
32. ¿En qué ámbito centra sus actividades la organización o empresa? (Marque todas las opciones que correspondan):					
<input type="checkbox"/> a) Patrimonio cultural <input type="checkbox"/> b) Artes escénicas <input type="checkbox"/> c) Artes visuales <input type="checkbox"/> d) Artes plásticas <input type="checkbox"/> e) Artes literarias		<input type="checkbox"/> f) Música y fotografía <input type="checkbox"/> g) Audiovisual <input type="checkbox"/> h) Cine <input type="checkbox"/> i) Artes digitales <input type="checkbox"/> j) Cultura popular y tradicional		<input type="checkbox"/> k) Culturas urbanas <input type="checkbox"/> l) Turismo cultural <input type="checkbox"/> m. Fortalecimiento de la gestión cultural <input type="checkbox"/> n) Gestiona estrategias enfocadas a mejorar la convivencia y el diálogo cultural.	
33. Las actividades que desarrolla la organización o la empresa ¿A qué grupos etarios está dirigida? (Marque las que correspondan)					
<input type="checkbox"/> a) Primera infancia (0 a 5 años) <input type="checkbox"/> b) Infancia (6 a 11 años) <input type="checkbox"/> c) Adolescencia (12 a 17 años) <input type="checkbox"/> d) Jóvenes (18 a 28 años)		<input type="checkbox"/> e) Adultos (29 a 59 años) <input type="checkbox"/> f) Adulto mayor (60 y más años) <input type="checkbox"/> g) Grupos etarios en general			
34. Las actividades que desarrolla la organización o la empresa ¿A qué grupos poblacionales está dirigida a? (Marque las que correspondan)					
<input type="checkbox"/> a) Mujeres <input type="checkbox"/> b) LGTB <input type="checkbox"/> c) Víctimas del conflicto armado		<input type="checkbox"/> d) Campesinos <input type="checkbox"/> e) Comunidades indígenas <input type="checkbox"/> f) Población RDM- gitano		<input type="checkbox"/> g) Afrodescendientes <input type="checkbox"/> h) Población ROM- gitano <input type="checkbox"/> i) Habitantes de y en la calle	
		<input type="checkbox"/> j) Población con Discapacidad <input type="checkbox"/> k) Personas en Proceso de Reintegración o Reintegradas <input type="checkbox"/> l) Grupos poblacionales en general			
35. ¿Su trabajo tiene proyección a nivel de: (Marque las que correspondan):					
<input type="checkbox"/> a) Comuna <input type="checkbox"/> b) Corregimiento <input type="checkbox"/> c) Municipio <input type="checkbox"/> d) Departamento <input type="checkbox"/> e) Nacional <input type="checkbox"/> f) Internacional <input type="checkbox"/> g) todas las anteriores					

V. CARACTERÍSTICAS ECONÓMICAS	
36. Indique el número de personas que hacen parte de la organización o empresa actualmente. No.	
37. Dentro de la organización o empresa, hay personas que se encargan de: (Marque todos los que correspondan)	
<input type="checkbox"/> a) Comunicación e imagen <input type="checkbox"/> b) Contabilidad <input type="checkbox"/> c) Administración	<input type="checkbox"/> d) Personal técnico de apoyo <input type="checkbox"/> e) Artistas <input type="checkbox"/> f) Docentes
<input type="checkbox"/> g) Investigadores <input type="checkbox"/> h) Otros	38. Para el desarrollo de su trabajo la organización o agrupación artística cultural recibe apoyo de:
<input type="checkbox"/> a) Donaciones de empresas <input type="checkbox"/> b) Cooperación internacional <input type="checkbox"/> c) Instituciones públicas	<input type="checkbox"/> d) Donaciones de particulares <input type="checkbox"/> e) Actividades comunitarias <input type="checkbox"/> f) Recursos propios
39. Las actividades realizadas le dejan a la organización o empresa, recursos que le permitan su funcionamiento y sostenibilidad	
a. Si <input type="checkbox"/> b. No <input type="checkbox"/>	
VI. FORTALECIMIENTO	
40. ¿En qué aspectos requiere fortalecimiento la organización o empresa? (Marque todos los que correspondan)	
<input type="checkbox"/> a) Comunicación e imagen <input type="checkbox"/> b) Gestión contable <input type="checkbox"/> c) Aspectos administrativos	<input type="checkbox"/> d) Investigación de mercados <input type="checkbox"/> e) Infraestructura Cultural <input type="checkbox"/> f) Aspectos de cultura organizacional
<input type="checkbox"/> g) Gestión del producto y/o servicio cultural <input type="checkbox"/> h) Cualificación del recurso humano <input type="checkbox"/> i) Fuentes de financiación	<input type="checkbox"/> j) Recursos técnicos
VII. DIVULGACIÓN	
41. ¿Qué mecanismos utiliza la organización o empresa para dar a conocer su trabajo?	
<input type="checkbox"/> a) Internet <input type="checkbox"/> b) Radio <input type="checkbox"/> c) Canales Comunitarios	<input type="checkbox"/> d) Prensa <input type="checkbox"/> e) Publicidad impresa <input type="checkbox"/> f) Páginas Amarillas
<input type="checkbox"/> g) Referencias/Voz a Voz <input type="checkbox"/> h) Perifoneo <input type="checkbox"/> i) TV	<input type="checkbox"/> j) Ferias/Exposiciones <input type="checkbox"/> k) Todas las anteriores <input type="checkbox"/> l) Otra
VIII. ASOCIATIVIDAD	
42. ¿Se encuentra la organización o empresa adscrita a una red o plataforma Cultural?	
a. Si <input type="checkbox"/> b. No <input type="checkbox"/>	
43. El ámbito de acción de la red o plataforma es: (Marque los que correspondan):	
<input type="checkbox"/> a) Urbana a nivel municipal <input type="checkbox"/> b) Rural a nivel municipal <input type="checkbox"/> c) Municipal	<input type="checkbox"/> d) Departamental <input type="checkbox"/> e) Nacional <input type="checkbox"/> f) Internacional <input type="checkbox"/> g) Todas las anteriores
44. Su organización o empresa en cuántos eventos artísticos y/o culturales participó en el último año?	
Número <input type="text"/> <input type="text"/>	
IX. PERCEPCIÓN DE LOS ESPACIOS DE PARTICIPACIÓN CULTURAL - SMG	
45. ¿ Conoce o ha oído hablar de? (Marque los que correspondan)	
<input type="checkbox"/> a) Consejo Municipal de Cultura de Santiago de Cali? <input type="checkbox"/> b) Consejo Comunal de Cultura de Santiago de Cali?	<input type="checkbox"/> c) Consejo Rural de Cultura de Santiago de Cali? <input type="checkbox"/> d) Ninguno

PROTECCIÓN DE DATOS:	
<p>En cumplimiento a lo estipulado en la ley 1581 de 2012 y a lo previsto en el artículo 10 del Decreto 1377 de 2013 – numeral 3 y su parágrafo, se informa a quienes sus datos personales se encuentran en nuestra base de datos, y teniendo en cuenta la imposibilidad de solicitar autorización en forma individual, la Secretaría de Cultura y Turismo de Santiago de Cali, informa que hace uso del mecanismo alternativo establecido en el numeral y manifiesta que los datos personales incluidos en sus bases de datos se han recopilado para el desarrollo de diversos procedimientos relacionados directamente con su actividad. El uso y manejo de los mismos, se efectúa bajo estrictos estándares de responsabilidad, dentro de los cuales el respeto al debido proceso y a la protección de la información</p>	
ACEPTA LOS TÉRMINOS:	
FIRMA	_____
FIRMA ACUDIENTE	_____

OBSERVACIONES

ANEXO B. Cuadros de salida actores culturales organizados

- Cuadro 1 Actores culturales organizados por zona (rural o urbana) a 2014
- Cuadro 2 Actores culturales organizados por comuna a 2014
- Cuadro 3 Actores culturales organizados por corregimiento a 2014
- Cuadro 4 Actores culturales organizados y número de sedes a 2014
- Cuadro 5 Actores culturales organizados y actividad en la que se centra a 2014
- Cuadro 6 Actores culturales organizados y cantidad de bienes y servicios creados, interpretados y/o gestionados, a 2014
- Cuadro 7 Actores culturales organizados que han recibido reconocimientos a 2014
- Cuadro 8 Actores culturales organizados y tipo de reconocimiento recibido a 2014
- Cuadro 9 Actores culturales organizados y ánimo de lucro a 2014
- Cuadro 10 Actores culturales organizados y tipo a 2014
- Cuadro 11 Actores culturales organizados y registro en Cámara de Comercio a 2014
- Cuadro 12 Actores culturales organizados y año de registro en Cámara de Comercio a 2014
- Cuadro 13 Actores culturales organizados y año de inicio de actividades a 2014
- Cuadro 14 Actores culturales organizados y actividades principales a 2014
- Cuadro 15 Actores culturales organizados y actividades de gestión cultural a 2014
- Cuadro 16 Actores culturales organizados y sede como lugar de residencia a 2014
- Cuadro 17 Actores culturales organizados y tipo lugar de residencia en el que se encuentra la sede principal a 2014
- Cuadro 18 Actores culturales organizados y acceso a escenarios culturales públicos a 2014
- Cuadro 19 Actores culturales organizados y modalidad de acceso a los escenarios públicos a 2014
- Cuadro 20 Actores culturales organizados y ámbito a 2014

Cuadro	21	Actores culturales organizados y grupo etario al que dirigen sus actividades a 2014
Cuadro	22	Actores culturales organizados y grupo poblacional al que dirigen sus actividades a 2014
Cuadro	23	Actores culturales organizados y nivel de organización territorial de proyección a 2014
Cuadro	24	Actores culturales organizados y número de personas que hacen parte a 2014
Cuadro	25	Actores culturales organizados y áreas de desempeño del personal a 2014
Cuadro	26	Actores culturales organizados y fuentes de apoyo a 2014
Cuadro	27	Actores culturales organizados y funcionamiento y sostenibilidad con recursos de actividades realizadas a 2014
Cuadro	28	Actores culturales organizados y aspectos de fortalecimiento a 2014
Cuadro	29	Actores culturales organizados y mecanismos de promoción (divulgación trabajo) a 2014
Cuadro	30	Actores culturales organizados adscritos a una red o plataforma cultural a 2014
Cuadro	31	Nivel organizativo territorial de proyección de las redes o plataformas culturales a las que pertenecen los actores culturales organizados a 2014
Cuadro	32	Actores culturales organizados y número de participación en eventos artísticos y culturales a 2014
Cuadro	33	Actores culturales organizados y espacios de participación del SMCu a 2014
Cuadro	34	Tipo de actividad en la que se centra el actor cultural organizado y ánimo de lucro a 2014
Cuadro	35	Actores culturales organizados y recursos que quedaban de realizar sus actividades para el funcionamiento y sostenimiento a 2014
Cuadro	36	Tipo de actores culturales organizados y cantidad de eventos artísticos y culturales en los que participó a 2014
Cuadro	37	Tipo de actores culturales organizados y percepción sobre los espacios de participación del SMCu a 2014
Cuadro	38	Tipo de actores culturales organizados y año de inicio de actividades a 2014

Cuadro 1. Actores culturales organizados por zona (rural o urbana) a 2014

Zona	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Rural	18	3.45	3.4
Urbano	504	96.55	100.0
Total	522	100.00	

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali /Secretaría de Cultura y Turismo.

Cuadro 2. Actores culturales organizados por comuna a 2014

Comuna	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Sin dato	1	.2	.2
1	17	3.4	3.6
2	28	5.6	60.3
3	40	7.9	75.6
4	42	8.3	83.9
5	11	2.2	86.1
6	27	5.4	91.5
7	10	2.0	93.5
8	18	3.6	97.0
9	15	3.0	100.0
10	23	4.6	8.1
11	20	4.0	12.1
12	7	1.4	13.5
13	26	5.2	18.7

Comuna	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
14	15	3.0	21.6
15	34	6.7	28.4
16	23	4.6	32.9
17	17	3.4	36.3
18	16	3.2	39.5
19	77	15.3	54.8
20	8	1.6	61.9
21	21	4.2	66.1
22	8	1.6	67.7
Total	504	100.0	

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali /Secretaría de Cultura y Turismo.

Cuadro 3. Actores culturales organizados por corregimiento a 2014

Corregimiento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
El Hormiguero	5	27.8	27.8
Golondrinas	1	5.6	33.3
La Buitrera	1	5.6	38.9
La Castilla	3	16.7	55.6
La Leonera	2	11.1	66.7
Los Andes	1	5.6	72.2
Montebello	5	27.8	100.0
Total	18	100.0	

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali /Secretaría de Cultura y Turismo.

Cuadro 4. Actores culturales organizados y número de sedes a 2014

# de sedes	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
1	26	47.3	47.3
2	19	34.5	87.3
3	3	5.5	94.5
4	2	3.6	98.2
6	1	1.8	100.0
11	1	1.8	50.9
12	1	1.8	52.7
20	1	1.8	89.1
100	1	1.8	49.1
Total	55	100.0	

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali / Secretaría de Cultura y Turismo.

Cuadro 5. Actores culturales organizados y actividad en la que se centra a 2014

Actividad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
a) Gestión Cultural	61	11.7	11.7
b) Creación y/o Interpretación	165	31.6	43.3
c) Ambas	295	56.5	99.8
d) Ninguna	1	.2	100.0
Total	522	100.0	

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali / Secretaría de Cultura y Turismo.

Cuadro 6. Actores culturales organizados y cantidad de bienes y servicios creados, interpretados y/o gestionados a 2014

Bienes y servicios	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulativo
0- 5	243	46.6	46.6
6 - 10	91	17.4	64.0
11 - 15	44	8.4	72.4
16 - 20	37	7.1	79.5
21 - 25	7	1.3	80.8
26 y Más	100	19.2	100.0
Total	522	100.0	

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali /Secretaría de Cultura y Turismo.

Cuadro 7. Actores culturales organizados que han recibido reconocimientos a 2014

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
NO	149	28.5	28.5
SI	373	71.5	100.0
Total	522	100.0	

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali /Secretaría de Cultura y Turismo.

Cuadro 8. Actores culturales organizados y tipo de reconocimiento recibido a 2014

Tipo de reconocimiento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Ambos	134	35.9	35.9
Económico	150	40.2	76.1
Meritorio	89	23.9	100.0
Total	373	100.0	

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali /Secretaría de Cultura y Turismo.

Cuadro 9. Actores culturales organizados y ánimo de lucro a 2014

Ánimo de lucro	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Con ánimo de lucro	132	25.3	34.7
Sin ánimo de lucro	341	65.3	100.0
No Responde	49	9.4	9.4
Total	522	100.0	

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali / Secretaría de Cultura y Turismo.

Cuadro 10. Actores culturales organizados y tipo a 2014

Tipo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Agrupación cultural	152	29.1	29.1
Asociación cultural	49	9.4	38.5
Corporación cultural	24	4.6	43.1
Empresa cultural	60	11.5	54.6
Fundación cultural	183	35.1	89.7
Voluntariado	9	1.7	100.0
Otro	45	8.6	98.3
Total	522	100.0	

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali / Secretaría de Cultura y Turismo.

Cuadro 11. Actores culturales organizados y registro en Cámara de Comercio a 2014

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
NO	186	35.6	35.6
SI	336	64.4	100.0
Total	522	100.0	

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali / Secretaría de Cultura y Turismo.

Cuadro 12. Actores culturales organizados y año de registro en Cámara de Comercio a 2014

Intervalos de tiempo en años	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
<= 1969	6	1.8	1.8
1970 - 1974	1	.3	2.1
1975 - 1979	5	1.5	3.6
1980 - 1984	5	1.5	5.1
1985 - 1989	5	1.5	6.5
1990 - 1994	7	2.1	8.6
1995 - 1999	25	7.4	16.1
2000 - 2004	35	10.4	26.5
2005 - 2009	75	22.3	48.8
2010 - 2014	116	34.5	83.3
2015	56	16.7	100.0
Total	336	100.0	

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali /Secretaría de Cultura y Turismo.

Cuadro 13. Actores culturales organizados y año de inicio de actividades a 2014

Intervalos de tiempo en años	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
<= 1969	8	1.7	1.7
1970 - 1974	5	1.1	2.8
1975 - 1979	12	2.6	5.3
1980 - 1984	15	3.2	8.5
1985 - 1989	8	1.7	10.3
1990 - 1994	19	4.1	14.3
1995 - 1999	42	9.0	23.3
2000 - 2004	70	15.0	38.2

Intervalos de tiempo en años	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
2005 - 2009	97	20.7	59.0
2010 - 2014	167	35.7	94.7
2015	25	5.3	100.0
Total	468	100.0	

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali /Secretaría de Cultura y Turismo.

Cuadro 14. Actores culturales organizados y actividades principales a 2014²⁸

Actividad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
a	1	.2	.2
ab	2	.4	.6
abc	2	.4	1.0
abcd	14	2.7	3.6
abcde	3	.6	4.2
abcdef	7	1.3	5.6
abcdefg	12	2.3	7.9
abcdefgh	12	2.3	10.2
abcdefh	2	.4	10.5
abcdeg	1	.2	10.7
abcdegh	3	.6	11.3
abcdeghi	3	.6	11.9
abcdeh	5	1.0	12.8
abcdei	1	.2	13.0

²⁸ a) Creación, b) Interpretación, c) Formación, d) Exhibición, e) Investigación, f) Producción, g) Promoción / Difusión, h) Identificación y formación de públicos, i) Apoyo técnico en la producción artística, j) Todas las Anteriores, z) Ninguna.

Actividad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
abcdf	3	.6	13.6
abcdfg	5	1.0	14.6
abcdfgh	6	1.1	15.7
abcdfghi	1	.2	15.9
abcdfh	2	.4	16.3
abcdfi	1	.2	16.5
abcdg	4	.8	17.2
abcdgh	2	.4	17.6
abcdghi	3	.6	18.2
abcdgi	1	.2	18.4
abce	2	.4	18.8
abcef	2	.4	19.2
abcefg	1	.2	19.3
abcefg	1	.2	19.5
abcefgi	1	.2	19.7
abcefh	1	.2	19.9
abcegh	1	.2	20.1
abcf	1	.2	20.3
abcfg	2	.4	20.7
abcfgh	3	.6	21.3
abcfgi	1	.2	21.5
abcfhi	1	.2	21.6
abcg	1	.2	21.8
abcg	1	.2	22.0

Actividad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
abd	2	.4	22.4
abdef	1	.2	22.6
abdefg	2	.4	23.0
abdefgh	1	.2	23.2
abdefghi	1	.2	23.4
abdf	2	.4	23.8
abdfg	4	.8	24.5
abdfgh	2	.4	24.9
abdfghi	2	.4	25.3
abdfgi	1	.2	25.5
abdg	3	.6	26.1
abe	1	.2	26.2
abefgh	1	.2	26.4
abefgi	1	.2	26.6
abf	4	.8	27.4
abfi	1	.2	27.6
abgh	1	.2	27.8
ac	3	.6	28.4
acd	1	.2	28.5
acde	3	.6	29.1
acdef	1	.2	29.3
acdefg	1	.2	29.5
acdefgh	2	.4	29.9
acdefghi	1	.2	30.1

Actividad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
acdefgi	1	.2	30.3
acdefh	1	.2	30.5
acdeg	2	.4	30.8
acdegh	2	.4	31.2
acdeghe	1	.2	31.4
acdf	2	.4	31.8
acdfg	1	.2	32.0
acdfgh	1	.2	32.2
acdfgi	1	.2	32.4
acdfh	1	.2	32.6
acdghi	1	.2	32.8
acdeghe	1	.2	31.4
acdf	2	.4	31.8
acdfg	1	.2	32.0
acdfgh	1	.2	32.2
acdfgi	1	.2	32.4
acdfh	1	.2	32.6
acdghi	1	.2	32.8
acdfgh	1	.2	32.2
acdh	1	.2	33.0
ace	1	.2	33.1
acefg	1	.2	33.3
acefgh	2	.4	33.7
acfg	1	.2	33.9

Actividad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
acfgi	1	.2	34.1
acg	1	.2	34.3
adefg	1	.2	34.5
adf	3	.6	35.1
adfg	1	.2	35.2
adfgh	2	.4	35.6
adfgi	1	.2	35.8
adfhi	1	.2	36.0
adfi	1	.2	36.2
adg	3	.6	36.8
adgh	1	.2	37.0
af	1	.2	37.2
afgh	1	.2	37.4
afhi	1	.2	37.5
afi	3	.6	38.1
b	10	1.9	40.0
bbcd	1	.2	40.2
bc	3	.6	40.8
bcd	10	1.9	42.7
bcde	1	.2	42.9
bcdefg	1	.2	43.1
bcdefgh	1	.2	43.3
bcdeg	2	.4	43.7
bcdeghi	1	.2	43.9

Actividad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
bcdf	1	.2	44.1
bcd fgh	1	.2	44.3
bcdg	1	.2	44.4
bcdgh	1	.2	44.6
bcdh	1	.2	44.8
bcefg	1	.2	45.0
bcfh	1	.2	45.2
bd	6	1.1	46.4
bdf	1	.2	46.6
bdfghi	1	.2	46.7
bdg	1	.2	46.9
bdh	1	.2	47.1
c	11	2.1	49.2
cd	3	.6	49.8
cdefgh	3	.6	50.4
cdeg	1	.2	50.6
cdeh	1	.2	50.8
cdg	3	.6	51.3
ce	1	.2	51.5
ceg	2	.4	51.9
cegi	1	.2	52.1
cfg	1	.2	52.3
cfh	1	.2	52.5
cg	2	.4	52.9

Actividad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
cgh	2	.4	53.3
ch	1	.2	53.4
ci	2	.4	53.8
d	1	.2	54.0
deg	1	.2	54.2
dh	1	.2	54.4
e	1	.2	54.6
f	2	.4	55.0
fg	1	.2	55.2
fghi	1	.2	55.4
fgi	2	.4	55.7
fh	1	.2	55.9
i	2	.4	56.3
j	225	43.1	99.4
z	3	.6	100.0
Total	522	100.0	

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali / Secretaría de Cultura y Turismo.

Cuadro 15 Actores culturales organizados y actividades de gestión cultural a 2014 ²⁹

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
a	1	.2	.2
ab	1	.2	.4
abcde	1	.2	.6
abcdef	2	.4	1.0
abcdefghi	1	.2	1.1
abcdefghij	2	.4	1.5
abcdefghijk	17	3.3	4.8
abcdefghijkl	6	1.1	5.9
abcdefghik	2	.4	6.3
abcdefghikl	1	.2	6.5
abcdefghil	1	.2	6.7
abcdefghjk	1	.2	6.9
abcdefghjkl	2	.4	7.3
abcdefghjl	1	.2	7.5
abcdefghkj	1	.2	7.7
abcdefgijl	1	.2	7.9
abcdefgjk	1	.2	8.0
abcdefgl	2	.4	8.4
abcdefhi	1	.2	8.6
abcdefhiikl	1	.2	8.8

29 a) Gestiona proyectos culturales, b) Realiza gestión económica, c) gestiona iniciativas de emprendimiento cultural, d) Realiza representación artística, e) Realiza procesos de formación artística y cultural, f) Promueve la apreciación y valoración del arte y la cultura, g) Administra y/o facilitan un espacio artístico y/o cultural, h) Adelanta estrategias de comunicación e imagen, i) Realiza la producción y/o programación de bienes y servicios artísticos y culturales, j) Gestiona procesos de investigación sobre el sector cultural, k) Participa en la planeación y seguimiento del desarrollo del sector cultural, l) Realiza actividades de creación/interpretación artística, m) Todas las Anteriores, z) Ninguna

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
abcdefghijkl	1	.2	9.0
abcdefghijl	2	.4	9.4
abcdefghjk	2	.4	9.8
abcdefghijkl	3	.6	10.3
abcdefi	1	.2	10.5
abcdefghijk	1	.2	10.7
abcdefghijkl	1	.2	10.9
abcdefik	1	.2	11.1
abcdefil	1	.2	11.3
abcdefl	3	.6	11.9
abcdeg	1	.2	12.1
abcdeghi	1	.2	12.3
abcdeghil	1	.2	12.5
abcdeghl	1	.2	12.6
abcdehijk	1	.2	12.8
abcdekl	1	.2	13.0
abcdfgh	2	.4	13.4
abcdfhij	1	.2	13.6
abcdfhil	1	.2	13.8
abcdfiil	1	.2	14.0
abcdh	1	.2	14.2
abcdhijk	1	.2	14.4
abcefgghi	1	.2	14.6
abcefgghijk	2	.4	14.9
abcefgghijkl	3	.6	15.5

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
abcefg hik	1	.2	15.7
abcefg hil	1	.2	15.9
abcefg hj	1	.2	16.1
abcefg hjk	1	.2	16.3
abcefg hjkl	4	.8	17.0
abcefg hjl	1	.2	17.2
abcefg hk	1	.2	17.4
abcefg ijk	1	.2	17.6
abcefg kl	1	.2	17.8
abce fhi	1	.2	18.0
abce fhijk	1	.2	18.2
abce fhikl	1	.2	18.4
abce fhil	2	.4	18.8
abce fhjkl	1	.2	19.0
abce fhjl	1	.2	19.2
abce fijkl	1	.2	19.3
abce fjl	1	.2	19.5
abce hijk	1	.2	19.7
abce i	1	.2	19.9
abce fghijk	1	.2	20.1
abce fghijkl	1	.2	20.3
abce fhil	1	.2	20.5
abce fijkl	1	.2	20.7
abce fik	1	.2	20.9
abce fil	1	.2	21.1

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
abcfjkl	1	.2	21.3
abd	1	.2	21.5
abde	3	.6	22.0
abdefg	1	.2	22.2
abdefghijk	2	.4	22.6
abdefhij	1	.2	22.8
abdefhk	1	.2	23.0
abdeghik	1	.2	23.2
abef	1	.2	23.4
abefghil	1	.2	23.6
abefgik	1	.2	23.8
abefgikl	1	.2	23.9
abefgl	1	.2	24.1
abefjk	1	.2	24.3
abfgil	1	.2	24.5
abfhij	2	.4	24.9
abfijk	1	.2	25.1
abhi	1	.2	25.3
ac	1	.2	25.5
acd	1	.2	25.7
acdefghijk	4	.8	26.4
acdefghijkl	1	.2	26.6
acdefghijl	2	.4	27.0
acdefghil	2	.4	27.4
acdefghjkl	1	.2	27.6

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
acdefghk	1	.2	27.8
acdefgi	1	.2	28.0
acdefgikl	1	.2	28.2
acdefgl	1	.2	28.4
acdefhijk	3	.6	28.9
acdefhijkl	1	.2	29.1
acdefhil	2	.4	29.5
acdefhj	1	.2	29.7
acdefhkl	1	.2	29.9
acdefl	1	.2	30.1
acdfghj	1	.2	30.3
acdfgk	1	.2	30.5
ace	1	.2	30.7
acefghij	1	.2	30.8
acefghijk	1	.2	31.0
acefghjkl	1	.2	31.2
acefghkl	1	.2	31.4
acefgl	2	.4	31.8
acefhil	2	.4	32.2
acefhjk	1	.2	32.4
acefi	1	.2	32.6
acefijkl	1	.2	32.8
acefj	1	.2	33.0
acefjl	1	.2	33.1
acf	1	.2	33.3

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
acfgjk	1	.2	33.5
acfhjk	1	.2	33.7
acfikl	1	.2	33.9
acfjk	1	.2	34.1
acfkl	1	.2	34.3
acfl	1	.2	34.5
acgl	2	.4	34.9
ad	1	.2	35.1
ade	3	.6	35.6
adehijkl	1	.2	35.8
adefhl	1	.2	36.0
adefi	1	.2	36.2
adefj	2	.4	36.6
adf	1	.2	36.8
adfg	1	.2	37.0
adfj	1	.2	37.2
adfl	1	.2	37.4
adi	1	.2	37.5
aefg	1	.2	37.7
aefghi	1	.2	37.9
aefgl	1	.2	38.1
aefhijk	1	.2	38.3
aefhil	1	.2	38.5
aefhjk	1	.2	38.7
aefkl	1	.2	38.9

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
aeg	1	.2	39.1
aegh	1	.2	39.3
aeh	1	.2	39.5
aei	1	.2	39.7
afgijkl	1	.2	39.8
afhijk	1	.2	40.0
afl	1	.2	40.2
afl	1	.2	40.4
bcdefghijl	1	.2	40.6
bcdefghil	3	.6	41.2
bcdefghjk	1	.2	41.4
bcdefghjkl	1	.2	41.6
bcdefgikl	1	.2	41.8
bcdefhijkl	1	.2	42.0
bcdfgk	1	.2	42.1
bcdfhij	1	.2	42.3
bcdfhikl	1	.2	42.5
bcefg	1	.2	42.7
bcefgijl	1	.2	42.9
bcefgjhl	1	.2	43.1
bcefhjkl	1	.2	43.3
bcefh	1	.2	43.5
bcefl	1	.2	43.7
bcfhikl	1	.2	43.9
bcfil	1	.2	44.1

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
bcfl	1	.2	44.3
bde	1	.2	44.4
bdefghil	1	.2	44.6
bdefhk	2	.4	45.0
bdfghi	1	.2	45.2
bdfhil	1	.2	45.4
befgijk	1	.2	45.6
c	1	.2	45.8
cdef	1	.2	46.0
cdefghijl	1	.2	46.2
cdefghikl	1	.2	46.4
cdefghkl	2	.4	46.7
cdefgikl	1	.2	46.9
cdefgil	2	.4	47.3
cdefgjl	1	.2	47.5
cdefgl	1	.2	47.7
cdefhil	1	.2	47.9
cdefhjkl	1	.2	48.1
cdefhjl	1	.2	48.3
cdefijk	1	.2	48.5
cdefijkl	1	.2	48.7
cdefjk	1	.2	48.9
cdefk	2	.4	49.2
cdefl	3	.6	49.8
cdfghijkl	1	.2	50.0

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
cdfgjk	1	.2	50.2
cdfhl	1	.2	50.4
ce	1	.2	50.6
cefg	1	.2	50.8
cefghjkl	1	.2	51.0
cefgjk	2	.4	51.3
cefhjk	1	.2	51.5
cefjk	3	.6	52.1
cefl	2	.4	52.5
cehi	1	.2	52.7
cehk	1	.2	52.9
cfgk	1	.2	53.1
cfgik	1	.2	53.3
cfhil	1	.2	53.4
cfhjk	1	.2	53.6
cl	1	.2	53.8
d	3	.6	54.4
deek	1	.2	54.6
def	1	.2	54.8
defg	1	.2	55.0
defghi	1	.2	55.2
defghijl	1	.2	55.4
defghik	1	.2	55.6
defghil	2	.4	55.9
defhl	1	.2	56.1

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
defil	2	.4	56.5
defjk	1	.2	56.7
defl	2	.4	57.1
del	1	.2	57.3
df	2	.4	57.7
dfgi	1	.2	57.9
dfhi	1	.2	58.0
dfhij	1	.2	58.2
dfhijkl	1	.2	58.4
dfl	2	.4	58.8
dghi	1	.2	59.0
dhil	1	.2	59.2
dil	2	.4	59.6
dk	1	.2	59.8
dl	2	.4	60.2
e	13	2.5	62.6
ef	4	.8	63.4
efghkl	1	.2	63.6
efgl	1	.2	63.8
efh	1	.2	64.0
efhik	1	.2	64.2
efhikl	1	.2	64.4
efhjkl	1	.2	64.6
efi	3	.6	65.1
efil	2	.4	65.5

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
efjkl	1	.2	65.7
efk	1	.2	65.9
efkl	2	.4	66.3
efl	3	.6	66.9
eghk	1	.2	67.0
eghl	1	.2	67.2
el	1	.2	67.4
f	2	.4	67.8
fh	1	.2	68.0
fihl	1	.2	68.2
fijl	1	.2	68.4
fil	1	.2	68.6
fl	4	.8	69.3
ghik	1	.2	69.5
hi	1	.2	69.7
hl	1	.2	69.9
k	1	.2	70.1
l	4	.8	70.9
m	129	24.7	95.6
z	23	4.4	100.0
Total	522	100.0	

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali / Secretaría de Cultura y Turismo.

Cuadro 16. Actores culturales organizados y sede como lugar de residencia a 2014

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
NO	237	45.4	45.4
SI	285	54.6	100.0
Total	522	100.0	

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali /Secretaría de Cultura y Turismo.

Cuadro 17. Actores culturales organizados y tipo lugar de residencia en el que se encuentra la sede principal a 2014

Tipo de lugar	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Comodato	34	6.5	6.5
De un familiar	54	10.3	16.9
Espacio publico	46	8.8	25.7
Prestado	27	5.2	33.5
Propio	150	28.7	62.3
Rentado	197	37.7	100.0
Otro	14	2.7	28.4
Total	522	100.0	

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali /Secretaría de Cultura y Turismo.

Cuadro 18. Actores culturales organizados y acceso a escenarios culturales públicos a 2014

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
NO	288	55.2	55.2
SI	234	44.8	100.0
Total	522	100.0	

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali /Secretaría de Cultura y Turismo.

Cuadro 19. Actores culturales organizados y modalidad de acceso a los escenarios públicos a 2014

Modalidad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Alquilado	54	23.1	23.1
Gratuito	126	53.8	76.9
Otro	54	23.1	100.0
Total	234	100.0	

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali / Secretaría de Cultura y Turismo.

Cuadro 20. Actores culturales organizados y ámbito a 2014 ³⁰

Ámbito	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
a	1	.2	.2
ab	2	.4	.6
abcdefghijklmn	2	.4	1.0
abcdefghijklm	1	.2	1.1
abcdefghijklmn	2	.4	1.5
abcdefgjlmn	1	.2	1.7
abcdefhijkm	1	.2	1.9
abcdeglm	1	.2	2.1
abcdfgijklmn	1	.2	2.3
abcdgjklmn	1	.2	2.5
abcefgijklmn	1	.2	2.7
abcefgjklmn	1	.2	2.9
abcejlln	1	.2	3.1

30 a) Patrimonio Cultural, b) Artes escénicas, c) Artes Visuales, d) Artes plásticas, e) Artes literarias, f) Música y fonografía, g) Audiovisual, h) Cine, i) Artes digitales, j) Cultura popular y tradicional, k) Culturas Urbanas, l) Turismo Cultural, m) Fortalecimiento de la gestión cultural, n) Gestión estrategias enfocadas a mejorar la convivencia y el dialogo cultural, o) Todas las Anteriores, z) Ninguna.

Ámbito	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
abceghijklmn	1	.2	3.3
abceghjkm	1	.2	3.4
abcfghijklmn	1	.2	3.6
abcfgjkmn	1	.2	3.8
abcfjklmn	1	.2	4.0
abcfjkl	1	.2	4.2
abcfjmn	1	.2	4.4
abcgjk	1	.2	4.6
abdef	1	.2	4.8
abdefgi	1	.2	5.0
abdefjkmn	1	.2	5.2
abdefjln	1	.2	5.4
abdfjkmn	1	.2	5.6
abdfjlmn	1	.2	5.7
abdfkmn	1	.2	5.9
abdjklmn	1	.2	6.1
abdjkn	1	.2	6.3
abefjklmn	1	.2	6.5
abefjmn	1	.2	6.7
abej	1	.2	6.9
abfgjmn	1	.2	7.1
abfjkmn	1	.2	7.3
abfikmn	1	.2	7.5
abfj	2	.4	7.9
abfjkkln	1	.2	8.0

Ámbito	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
abfjklm	1	.2	8.2
abfjklmn	4	.8	9.0
abfjkl	1	.2	9.2
abfjkmn	3	.6	9.8
abgjkmn	1	.2	10.0
abijm	1	.2	10.2
abikmn	1	.2	10.3
abj	2	.4	10.7
abjklmn	1	.2	10.9
abjkmn	2	.4	11.3
abk	1	.2	11.5
abklmn	1	.2	11.7
abl	1	.2	11.9
acdm	1	.2	12.1
acdmn	1	.2	12.3
acghijklmn	1	.2	12.5
acghilmn	1	.2	12.6
acghimn	1	.2	12.8
acgjkl	1	.2	13.0
adfgijklmn	1	.2	13.2
adm	1	.2	13.4
aeklmn	1	.2	13.6
af	1	.2	13.8
afghikmn	1	.2	14.0
afgi	1	.2	14.2

Ámbito	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
afgjklmn	3	.6	14.8
afgjlmn	1	.2	14.9
afj	4	.8	15.7
afjk	2	.4	16.1
afjklm	1	.2	16.3
afjklmn	1	.2	16.5
afjkmn	3	.6	17.0
afjkn	1	.2	17.2
afjlmn	1	.2	17.4
afkmn	1	.2	17.6
afm	1	.2	17.8
afmn	1	.2	18.0
aghjm	1	.2	18.2
ahkmn	1	.2	18.4
aijklm	1	.2	18.6
aj	2	.4	19.0
ajklm	1	.2	19.2
ajkm	1	.2	19.3
ajkmn	2	.4	19.7
ajm	2	.4	20.1
ajmn	4	.8	20.9
ajn	1	.2	21.1
akmn	1	.2	21.3
aljmkn	1	.2	21.5
am	2	.4	21.8

Ámbito	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
b	36	6.9	28.7
bcdefghijklmn	1	.2	28.9
bcdefghijmn	2	.4	29.3
bcdefghn	1	.2	29.5
bcdefglmn	1	.2	29.7
bcdefjklmn	1	.2	29.9
bcdefjmn	1	.2	30.1
bcdfghhijmn	1	.2	30.3
bcdfikkmn	1	.2	30.5
bcdfkmn	1	.2	30.7
bcdfmn	1	.2	30.8
bcdkn	1	.2	31.0
bcdm	1	.2	31.2
bcefgjkmn	1	.2	31.4
bcejkmn	1	.2	31.6
bceghjlmn	1	.2	31.8
bcejmn	1	.2	32.0
bcfg	1	.2	32.2
bcfghijklmn	1	.2	32.4
bcfgik	1	.2	32.6
bcfgjmn	1	.2	32.8
bcgh	1	.2	33.0
bcgklmn	1	.2	33.1
bdefghjklm	1	.2	33.3

Ámbito	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
bdefgijklmn	1	.2	33.5
bdefgjkmn	1	.2	33.7
bdefhjk	1	.2	33.9
bdefjjmn	1	.2	34.1
bdefjkn	1	.2	34.3
bdefjmn	1	.2	34.5
bdeijjln	1	.2	34.7
bdfgj	1	.2	34.9
bdfhj	1	.2	35.1
bdfjkmn	2	.4	35.4
bdghijkmn	1	.2	35.6
bdgjkkmn	1	.2	35.8
bdjkn	1	.2	36.0
bdjmn	2	.4	36.4
bdn	1	.2	36.6
bef	2	.4	37.0
befjkmn	2	.4	37.4
befjn	1	.2	37.5
bejk	1	.2	37.7
bf	8	1.5	39.3
bfgjk	1	.2	39.5
bfgjm	1	.2	39.7
bfgk	1	.2	39.8
bfgm	1	.2	40.0

Ámbito	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
bfhklmn	1	.2	40.2
bfj	1	.2	40.4
bfjk	1	.2	40.6
bfjkmn	2	.4	41.0
bfjllm	1	.2	41.2
bfjmn	1	.2	41.4
bfmn	1	.2	41.6
bgjk	1	.2	41.8
bgjklmn	1	.2	42.0
bgjn	1	.2	42.1
bgkl	1	.2	42.3
bhjmn	1	.2	42.5
bj	4	.8	43.3
bjk	2	.4	43.7
bjklmn	2	.4	44.1
bjkmn	4	.8	44.8
bjkn	1	.2	45.0
bjl	1	.2	45.2
bjlmm	1	.2	45.4
bjm	4	.8	46.2
bjmn	1	.2	46.4
bjn	4	.8	47.1
bk	3	.6	47.7

Ámbito	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
bkmn	1	.2	47.9
bkn	1	.2	48.1
blm	1	.2	48.3
bm	4	.8	49.0
bmknl	1	.2	49.2
bmn	6	1.1	50.4
bn	1	.2	50.6
bnfm	1	.2	50.8
bnkm	1	.2	51.0
c	2	.4	51.3
cdefjn	1	.2	51.5
cdfgkm	1	.2	51.7
cdgn	1	.2	51.9
cdn	1	.2	52.1
ceikmn	1	.2	52.3
cfgijkmn	1	.2	52.5
cfgik	2	.4	52.9
cfgk	1	.2	53.1
cgh	1	.2	53.3
cghjklmn	1	.2	53.4
chk	1	.2	53.6
ci	1	.2	53.8
d	7	1.3	55.2
dejkn	1	.2	55.4

Ámbito	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
dekmn	1	.2	55.6
hj	1	.2	80.3
hnim	1	.2	80.5
j	13	2.5	83.0
jk	3	.6	83.5
jklmn	1	.2	83.7
jkm	2	.4	84.1
jkn	2	.4	84.5
jlmn	1	.2	84.7
jm	5	1.0	85.6
jmkl	1	.2	85.8
jmn	6	1.1	87.0
jn	4	.8	87.7
k	4	.8	88.5
kln	1	.2	88.7
kmn	4	.8	89.5
l	1	.2	89.7
lmn	1	.2	89.8
m	4	.8	90.6
mn	3	.6	91.2
n	7	1.3	92.5
o	33	6.3	98.9
z	6	1.1	100.0
Total	522	100.0	

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali / Secretaría de Cultura y Turismo.

Cuadro 21 Actores culturales organizados y grupo etario al que dirigen sus actividades a 2014 ³¹

Grupo etario	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
a	2	.4	.4
ab	5	1.0	1.3
abc	1	.2	1.5
abcd	5	1.0	2.5
abcde	2	.4	2.9
abcdef	1	.2	3.1
abcdeg	1	.2	3.3
abe	1	.2	3.4
abf	1	.2	3.6
acd	1	.2	3.8
b	3	.6	4.4
bc	4	.8	5.2
bcd	8	1.5	6.7
bcde	5	1.0	7.7
bcdef	5	1.0	8.6
bcdefg	3	.6	9.2
bcdf	2	.4	9.6
bce	1	.2	9.8
bcf	1	.2	10.0
bcg	1	.2	10.2
bd	1	.2	10.3
bde	2	.4	10.7

31 a) De 0 a 5 años, b) De 6 a 11 años, c) De 12 a 17 años, d) De 18 a 28 años, e) De 29 a 59 años, f) De 60 y más años, g) Grupos etarios en general (que incluye haber marcado todas las anteriores), z) Sin respuesta.

Grupo etario	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
bdef	1	.2	10.9
be	2	.4	11.3
c	1	.2	11.5
cd	5	1.0	12.5
cde	4	.8	13.2
cdef	3	.6	13.8
cdefg	2	.4	14.2
cdf	1	.2	14.4
cedf	1	.2	14.6
d	4	.8	15.3
de	8	1.5	16.9
def	6	1.1	18.0
df	1	.2	18.2
e	4	.8	19.0
ed	1	.2	19.2
ef	5	1.0	20.1
f	2	.4	20.5
g	404	77.4	97.9
z	11	2.1	100.0
Total	522	100.0	

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali / Secretaría de Cultura y Turismo.

Cuadro 22. Actores culturales organizados y grupo poblacional al que dirigen sus actividades a 2014 ³²

GRUPOS			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
a	1	.2	.2
ab	1	.2	.4
abcdegi	1	.2	.6
abcgjkl	1	.2	.8
abcgl	1	.2	1.0
abcl	1	.2	1.1
abejl	1	.2	1.3
abg	2	.4	1.7
abjl	1	.2	1.9
acegjkl	1	.2	2.1
acj	1	.2	2.3
adec	1	.2	2.5
adeg	1	.2	2.7
aecdfjkl	1	.2	2.9
aeg	1	.2	3.1
ag	1	.2	3.3
agikl	1	.2	3.4
agj	2	.4	3.8

32 a) Mujeres, b) LGTBI, c) Víctimas del conflicto armado, d) Campesinos, e) Comunidades Indígenas, f) Palenque, Raizal, g) Afrodescendientes, h) Rrom-Gitano, i) Habitantes de y en la calle, j) Población con Discapacidad, k) Personas en Proceso de Reintegración o Reintegradas, l) Grupos poblacionales en general (incluye haber marcado todas las anteriores, z) Ninguna

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
ai	1	.2	4.0
aj	1	.2	4.2
al	1	.2	4.4
alc	1	.2	4.6
bcgi	1	.2	4.8
egkl	1	.2	5.0
g	1	.2	5.2
gk	1	.2	5.4
gl	3	.6	5.9
i	2	.4	6.3
ik	1	.2	6.5
il	1	.2	6.7
j	4	.8	7.5
jl	1	.2	7.7
k	2	.4	8.0
l	470	90.1	98.1
z	10	1.9	100.0
Total	522	100.0	

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali / Secretaría de Cultura y Turismo.

Cuadro 23. Actores culturales organizados y nivel de organización territorial de proyección a 2014 ³³

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
a	41	7.9	7.9
ab	1	.2	8.0
abc	11	2.1	10.2
abcd	13	2.5	12.6
abcde	26	5.0	17.6
abd	1	.2	17.8
ac	28	5.4	23.2
acd	12	2.3	25.5
acde	8	1.5	27.0
acdef	9	1.7	28.7
ace	1	.2	28.9
acef	1	.2	29.1
ae	1	.2	29.3
af	1	.2	29.5
b	2	.4	29.9
bc	1	.2	30.1
bcd	1	.2	30.3
bcde	1	.2	30.5
bcdef	1	.2	30.7
bce	1	.2	30.8
c	27	5.2	36.0
cd	3	.6	36.6
cde	6	1.1	37.7

33 a) Comuna, b) Corregimiento, c) Municipio, d) Departamento, e) Nacional, f) Internacional, g) Todas las Anteriores, z) Ninguna

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
cdef	5	1.0	38.7
ce	1	.2	38.9
cef	2	.4	39.3
cf	2	.4	39.7
d	10	1.9	41.6
de	1	.2	41.8
def	2	.4	42.1
e	30	5.7	47.9
ef	9	1.7	49.6
f	27	5.2	54.8
g	234	44.8	99.6
z	2	.4	100.0
Total	522	100.0	

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali /Secretaría de Cultura y Turismo.

Cuadro 24. Actores culturales organizados y número de personas que hacen parte a 2014

Número de persona	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
0 - 5	141	27.0	27.0
6 - 10	114	21.8	48.9
11 - 15	80	15.3	64.2
16 - 20	39	7.5	71.6
21 - 25	22	4.2	75.9
26 y Más	126	24.1	100.0
Total	522	100.0	

Cuadro 25 Actores culturales organizados y áreas de desempeño del personal a 2014 ³⁴

Áreas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
abc	7	1.3	1.3
abcd	10	1.9	3.3
abcde	6	1.1	4.4
abcdef	20	3.8	8.2
abcdefg	40	7.7	15.9
abcdefh	4	.8	16.7
abcdeg	2	.4	17.0
abcdf	12	2.3	19.3
abcdfg	10	1.9	21.3
abcdfh	1	.2	21.5
abcdg	4	.8	22.2
abcdh	1	.2	22.4
abce	15	2.9	25.3
abcef	12	2.3	27.6
abcefg	4	.8	28.4
abceg	7	1.3	29.7
abcf	1	.2	29.9
abcg	2	.4	30.3
abch	1	.2	30.5
abde	1	.2	30.7
abdefg	2	.4	31.0
abdeg	1	.2	31.2

34 a) Comunicación e Imagen, b) Contabilidad, c) Administración, d) Personal Técnico de apoyo , e) Artistas, f) Docentes, g) Investigadores, h) Otros, m) Todas las Anteriores, z) Ninguna

Áreas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
abdf	1	.2	31.4
abef	1	.2	31.6
ac	4	.8	32.4
acde	4	.8	33.1
acdef	5	1.0	34.1
acdefg	3	.6	34.7
acdeg	5	1.0	35.6
acdf	2	.4	36.0
acdg	1	.2	36.2
ace	3	.6	36.8
acef	5	1.0	37.7
acefg	2	.4	38.1
acefgh	1	.2	38.3
acefh	1	.2	38.5
aceg	3	.6	39.1
acfg	1	.2	39.3
ach	1	.2	39.5
ad	1	.2	39.7
adef	4	.8	40.4
adefg	1	.2	40.6
adefgh	1	.2	40.8
adefh	2	.4	41.2
adeh	3	.6	41.8
adfg	4	.8	42.5
adg	1	.2	42.7

Áreas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
adh	2	.4	43.1
ae	5	1.0	44.1
aef	3	.6	44.6
aefg	5	1.0	45.6
aefgh	1	.2	45.8
aefh	1	.2	46.0
aeg	2	.4	46.4
af	3	.6	46.9
ag	1	.2	47.1
b	2	.4	47.5
bc	1	.2	47.7
bcd	2	.4	48.1
bcde	6	1.1	49.2
bcdef	6	1.1	50.4
bcdefg	1	.2	50.6
bcdeg	1	.2	50.8
bcdegh	1	.2	51.0
bcdeh	1	.2	51.1
bcdf	1	.2	51.3
bcdg	1	.2	51.5
bce	2	.4	51.9
bcef	7	1.3	53.3
bcefg	1	.2	53.4
bcf	1	.2	53.6
bd	1	.2	53.8

Áreas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
bdef	2	.4	54.2
bdf	1	.2	54.4
bdfg	1	.2	54.6
be	3	.6	55.2
befg	2	.4	55.6
bf	1	.2	55.7
c	3	.6	56.3
cd	7	1.3	57.7
cde	3	.6	58.2
cdef	3	.6	58.8
cdefg	1	.2	59.0
cdefh	1	.2	59.2
ce	3	.6	59.8
cef	8	1.5	61.3
cefg	1	.2	61.5
cf	3	.6	62.1
d	2	.4	62.5
de	1	.2	62.6
def	6	1.1	63.8
defg	3	.6	64.4
deg	1	.2	64.6
df	1	.2	64.8
dfh	1	.2	64.9
e	18	3.4	68.4

Áreas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
ef	29	5.6	73.9
efg	1	.2	74.1
efgh	1	.2	74.3
efh	2	.4	74.7
eg	2	.4	75.1
eh	1	.2	75.3
f	3	.6	75.9
fgh	1	.2	76.1
h	5	1.0	77.0
m	115	22.0	99.0
z	5	1.0	100.0
Total	522	100.0	

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali / Secretaría de Cultura y Turismo.

Cuadro 26. Actores culturales organizados y fuentes de apoyo a 2014 ³⁵

Fuentes	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
a	2	.4	.4
abcdef	2	.4	.8
abcf	1	.2	1.0
abd	1	.2	1.1
abdef	1	.2	1.3
abdefg	2	.4	1.7
acde	2	.4	2.1

35 a) Donaciones de empresas, b) Cooperación internacional, c) Instituciones Públicas, d) Donaciones particulares, e) Actividades Comunitarias, f) Recursos propios, g) Otros, m) Todas las Anteriores, z) Ninguna

Fuentes	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
acdef	8	1.5	3.6
acdefg	1	.2	3.8
acdf	7	1.3	5.2
acdfg	1	.2	5.4
acef	2	.4	5.7
acf	7	1.3	7.1
adef	3	.6	7.7
adf	4	.8	8.4
aef	2	.4	8.8
aefg	1	.2	9.0
af	9	1.7	10.7
bcd	1	.2	10.9
bce	1	.2	11.1
bcf	2	.4	11.5
bcfg	1	.2	11.7
bdf	1	.2	11.9
bef	1	.2	12.1
bf	2	.4	12.5
c	14	2.7	15.1
cd	1	.2	15.3
cdef	7	1.3	16.7
cdf	3	.6	17.2
ce	1	.2	17.4
cef	11	2.1	19.5
cf	18	3.4	23.0

Fuentes	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
d	5	1.0	23.9
de	2	.4	24.3
def	25	4.8	29.1
df	21	4.0	33.1
dg	1	.2	33.3
e	5	1.0	34.3
ef	28	5.4	39.7
eg	1	.2	39.8
f	273	52.3	92.1
fg	6	1.1	93.3
g	9	1.7	95.0
m	18	3.4	98.5
z	8	1.5	100.0
Total	522	100.0	

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali / Secretaría de Cultura y Turismo.

Cuadro 27. Actores culturales organizados y funcionamiento y sostenibilidad con recursos de actividades realizadas a 2014

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
NO	242	46.4	49.8
SI	262	50.2	100.0
No Responde	18	3.4	3.4
Total	522	100.0	

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali / Secretaría de Cultura y Turismo.

Cuadro 28. Actores culturales organizados y aspectos de fortalecimiento a 2014 ³⁶

Aspectos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
a	2	.4	.4
abc	1	.2	.6
abcdefg	1	.2	.8
abcdefgh	37	7.1	7.9
abcdefghi	5	1.0	8.8
abcdefij	1	.2	9.0
abcdeghi	1	.2	9.2
abcdegi	1	.2	9.4
abcdegij	1	.2	9.6
abcdei	1	.2	9.8
abcdeij	1	.2	10.0
abcdfghi	1	.2	10.2
abcdghij	1	.2	10.3
abcegi	1	.2	10.5
abceh	1	.2	10.7
abcei	1	.2	10.9
abcfghij	1	.2	11.1
abddefgh	1	.2	11.3
abdefghi	6	1.1	12.5
abdefghj	2	.4	12.8
abdefgij	2	.4	13.2
abdefhij	1	.2	13.4

36 a) Comunicación e imagen, b) Gestión contable, c) Aspectos administrativos , d) Investigación de mercados , e) Infraestructura, cultural, f) aspectos de cultura organizacional, g) Gestión del producto y/o servicio cultural, g) Cualificación del recurso humano, i) Fuentes de financiación, j) Recursos técnicos, k) Todas las Anteriores, z) Ninguna

Aspectos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
abdeghij	3	.6	14.0
abdeghj	1	.2	14.2
abdei	1	.2	14.4
abdfghi	1	.2	14.6
abefghij	1	.2	14.8
abeghij	1	.2	14.9
abeij	1	.2	15.1
ac	1	.2	15.3
acde	1	.2	15.5
acdefghi	4	.8	16.3
acdefghj	1	.2	16.5
acdefhij	2	.4	16.9
acdfghi	1	.2	17.0
acdgi	1	.2	17.2
acdgj	1	.2	17.4
ace	1	.2	17.6
acefgij	1	.2	17.8
acefhi	1	.2	18.0
acei	1	.2	18.2
ad	3	.6	18.8
addefg	1	.2	19.0
adefghi	2	.4	19.3
adefghij	8	1.5	20.9
adefgij	2	.4	21.3
adefij	2	.4	21.6
adeghi	1	.2	21.8
adeghij	3	.6	22.4

Aspectos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
adeji	1	.2	22.6
adejij	2	.4	23.0
adeij	1	.2	23.2
adfgi	1	.2	23.4
adfgij	2	.4	23.8
adfgj	1	.2	23.9
adfi	1	.2	24.1
adgi	3	.6	24.7
adgij	1	.2	24.9
adgj	1	.2	25.1
adhij	1	.2	25.3
adi	3	.6	25.9
adij	2	.4	26.2
ae	2	.4	26.6
aefgi	1	.2	26.8
aefgij	1	.2	27.0
aeghij	2	.4	27.4
aegi	2	.4	27.8
aegij	6	1.1	28.9
aehij	3	.6	29.5
aehj	1	.2	29.7
aei	2	.4	30.1
aeij	2	.4	30.5
aej	1	.2	30.7
afdeghij	1	.2	30.8
ag	4	.8	31.6

Aspectos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
aghi	1	.2	31.8
agi	4	.8	32.6
agij	1	.2	32.8
ahi	1	.2	33.0
ahij	1	.2	33.1
ai	3	.6	33.7
aij	2	.4	34.1
b	1	.2	34.3
bcdefghi	2	.4	34.7
bcdegij	2	.4	35.1
bcdehij	1	.2	35.2
bcdf	1	.2	35.4
bcefg hij	1	.2	35.6
bcei	1	.2	35.8
bcej	1	.2	36.0
bcfg hij	1	.2	36.2
bcgi	1	.2	36.4
bci	2	.4	36.8
bcij	2	.4	37.2
bdefgij	1	.2	37.4
bdegi	1	.2	37.5
bdf	1	.2	37.7
bdfghi	1	.2	37.9
bdfghij	1	.2	38.1
bdg	1	.2	38.3
bdi	1	.2	38.5

Aspectos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
bdij	1	.2	38.7
befghij	1	.2	38.9
bf	1	.2	39.1
bi	1	.2	39.3
cd	1	.2	39.5
cdefhi	1	.2	39.7
cdefij	1	.2	39.8
cdegi	1	.2	40.0
cdehij	1	.2	40.2
cdej	1	.2	40.4
cdfg	1	.2	40.6
cdfgij	1	.2	40.8
cdgi	1	.2	41.0
cdi	1	.2	41.2
cdij	1	.2	41.4
ceghi	1	.2	41.6
cegi	1	.2	41.8
cegij	1	.2	42.0
cei	1	.2	42.1
cfgj	1	.2	42.3
cghij	1	.2	42.5
cgi	1	.2	42.7
chi	2	.4	43.1
ci	1	.2	43.3
cj	1	.2	43.5
d	3	.6	44.1

Aspectos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
dcei	1	.2	44.3
de	1	.2	44.4
defgi	4	.8	45.2
defgij	1	.2	45.4
defhij	1	.2	45.6
defi	1	.2	45.8
deghij	2	.4	46.2
deghj	2	.4	46.6
degij	2	.4	46.9
dei	1	.2	47.1
deij	1	.2	47.3
dfgi	1	.2	47.5
dfi	2	.4	47.9
dfij	1	.2	48.1
dg	3	.6	48.7
dgij	2	.4	49.0
di	5	1.0	50.0
e	1	.2	50.2
ef	2	.4	50.6
eg	1	.2	50.8
eghi	1	.2	51.0
eghij	2	.4	51.3
egi	2	.4	51.7
egj	1	.2	51.9
eh	2	.4	52.3
ehi	1	.2	52.5

Aspectos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
ehij	1	.2	52.7
ei	6	1.1	53.8
eij	10	1.9	55.7
ej	4	.8	56.5
fei	1	.2	56.7
fg hi	1	.2	56.9
fi	1	.2	57.1
fij	1	.2	57.3
fj	1	.2	57.5
g	4	.8	58.2
ghj	1	.2	58.4
gi	4	.8	59.2
gij	1	.2	59.4
gj	1	.2	59.6
h	7	1.3	60.9
i	21	4.0	64.9
ij	9	1.7	66.7
j	3	.6	67.2
k	169	32.4	99.6
z	2	.4	100.0
Total	522	100.0	

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali / Secretaría de Cultura y Turismo.

Cuadro 29. Actores culturales organizados y mecanismos de promoción (divulgación trabajo) a 2014 ³⁷

Mecanismos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
a	16	3.1	3.1
abcdefj	1	.2	3.3
abcdeg	11	2.1	5.4
abcdeghj	1	.2	5.6
abcdegi	2	.4	5.9
abcdegj	11	2.1	8.0
abcdegl	1	.2	8.2
abcdfh	1	.2	8.4
abcdgh	1	.2	8.6
abcdgi	3	.6	9.2
abcefg	1	.2	9.4
abcegh	1	.2	9.6
abcegi	1	.2	9.8
abcej	2	.4	10.2
abcf	1	.2	10.3
abcg	1	.2	10.5
abcghi	1	.2	10.7
abcghj	1	.2	10.9
abcgij	1	.2	11.1
abchj	1	.2	11.3
abci	1	.2	11.5

37 a) Internet, b) Radio, c) Canales Comunitarios, d) Prensa, e) Publicidad Impresa, f) Páginas Amarillas, g) Referencia/ Voz a Voz, h) Perifoneo, i) TV, j) Eventos/ Exposiciones, l) Otros, m) Todas las Anteriores, z) Ninguna

Mecanismos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
abdeg	1	.2	11.7
abdegh	1	.2	11.9
abdeghi	1	.2	12.1
abdegi	3	.6	12.6
abdegij	2	.4	13.0
abdegj	4	.8	13.8
abdeij	1	.2	14.0
abdghi	1	.2	14.2
abdgij	3	.6	14.8
abdgj	3	.6	15.3
abdgl	1	.2	15.5
abefgi	1	.2	15.7
abeghj	1	.2	15.9
abegij	2	.4	16.3
abegj	2	.4	16.7
abej	1	.2	16.9
abg	1	.2	17.0
abgi	1	.2	17.2
abgij	2	.4	17.6
abgj	4	.8	18.4
abi	1	.2	18.6
acdegh	2	.4	19.0
acdegi	1	.2	19.2
acdegj	1	.2	19.3
acdfgi	1	.2	19.5

Mecanismos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
acdj	1	.2	19.7
acdh	1	.2	19.9
acefgh	1	.2	20.1
acefgj	1	.2	20.3
acegh	1	.2	20.5
aceghij	1	.2	20.7
aceghj	7	1.3	22.0
acegij	5	1.0	23.0
acegj	6	1.1	24.1
acej	1	.2	24.3
acfhij	1	.2	24.5
acghij	3	.6	25.1
acgij	3	.6	25.7
acgj	4	.8	26.4
acgjl	1	.2	26.6
adefg	2	.4	27.0
adefgj	2	.4	27.4
adefj	1	.2	27.6
adeghj	1	.2	27.8
adegj	4	.8	28.5
adehj	1	.2	28.7
adfghij	1	.2	28.9
adg	1	.2	29.1
adggj	1	.2	29.3
adghj	1	.2	29.5

Mecanismos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
adgi	1	.2	29.7
adgij	2	.4	30.1
adgj	5	1.0	31.0
adh	1	.2	31.2
adi	1	.2	31.4
adij	2	.4	31.8
ae	2	.4	32.2
aefghj	1	.2	32.4
aefgj	6	1.1	33.5
aeg	8	1.5	35.1
aegh	3	.6	35.6
aeghij	1	.2	35.8
aeghj	6	1.1	37.0
aeghjl	1	.2	37.2
aegi	2	.4	37.5
aegij	2	.4	37.9
aegj	50	9.6	47.5
aegjl	1	.2	47.7
aei	1	.2	47.9
aeij	1	.2	48.1
aej	4	.8	48.9
afg	1	.2	49.0
afgi	1	.2	49.2
afgj	1	.2	49.4
afhj	1	.2	49.6

Mecanismos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
afj	1	.2	49.8
ag	28	5.4	55.2
agh	1	.2	55.4
aghj	8	1.5	56.9
agij	4	.8	57.7
agj	50	9.6	67.2
agl	2	.4	67.6
ah	2	.4	68.0
aij	1	.2	68.2
ail	1	.2	68.4
aj	18	3.4	71.8
bcegj	1	.2	72.0
bdeghj	1	.2	72.2
begj	1	.2	72.4
bej	2	.4	72.8
c	1	.2	73.0
cegj	1	.2	73.2
cf	1	.2	73.4
cg	1	.2	73.6
cgj	1	.2	73.8
dfgj	1	.2	73.9
dgj	1	.2	74.1
e	1	.2	74.3
eg	3	.6	74.9
eghj	2	.4	75.3

Mecanismos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
eghjl	1	.2	75.5
egj	1	.2	75.7
egjl	1	.2	75.9
fgl	1	.2	76.1
g	12	2.3	78.4
ghj	1	.2	78.5
gi	1	.2	78.7
gj	18	3.4	82.2
gjl	1	.2	82.4
hj	1	.2	82.6
j	5	1.0	83.5
jl	1	.2	83.7
l	1	.2	83.9
m	80	15.3	99.2
z	4	.8	100.0
Total	522	100.0	

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali /Secretaría de Cultura y Turismo.

Cuadro 30. Actores culturales organizados adscritos a una red o plataforma cultural a 2014

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
NO	326	62.5	62.5
SI	196	37.5	100.0
Total	522	100.0	

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali /Secretaría de Cultura y Turismo.

Cuadro 31. Nivel organizativo territorial de proyección de las redes o plataformas culturales a las que pertenecen los actores culturales organizados a 2014 ³⁸

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
a	61	31.1	31.1
abc	2	1.0	32.1
abce	1	.5	32.7
ac	3	1.5	34.2
acd	1	.5	34.7
acdef	2	1.0	35.7
ace	1	.5	36.2
acef	1	.5	36.7
ade	2	1.0	37.8
ae	3	1.5	39.3
af	1	.5	39.8
b	2	1.0	40.8
c	25	12.8	53.6
cd	2	1.0	54.6
cde	1	.5	55.1
ce	3	1.5	56.6
d	11	5.6	62.2
def	2	1.0	63.3
e	25	12.8	76.0
ef	6	3.1	79.1
f	12	6.1	85.2
g	26	13.3	98.5
z	3	1.5	100.0
Total	196	100.0	

38 a) Urbano a Nivel Municipal, b) Rural a Nivel Municipal, c) Municipal, d) Departamental, e) Nacional, f) Internacional, g) Todas las Anteriores, z) Ninguna

Cuadro 32. Actores culturales organizados y número de participación en eventos artísticos y culturales a 2014

Número	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
0 - 5	254	48.7	48.7
6 - 10	95	18.2	66.9
11 - 15	39	7.5	74.3
16 - 20	42	8.0	82.4
21 - 25	8	1.5	83.9
26 y Más	84	16.1	100.0
Total	522	100.0	

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali / Secretaría de Cultura y Turismo.

Cuadro 33. Actores culturales organizados y espacios de participación del SMCu a 2014

Espacios de participación del SMCu	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Consejo Municipal de Cultura de Santiago de Cali	110	21.1	21.1
Consejo Comunal de Cultura de Santiago de Cali	11	2.1	23.2
Consejo Rural de Cultura de Santiago de Cali	1	.2	23.4
Consejo Municipal y Comunal de Cultura de Santiago de Cali	109	20.9	76.2
Consejo Municipal y Rural de Cultura de Santiago de Cali	6	1.1	77.4
Consejo Comunal y Rural de Cultura de Santiago de Cali	2	.4	77.8
Todas las Anteriores	116	22.2	100.0
Ninguno	167	32.0	55.4
Total	522	100.0	

Cuadro 34. Tipo de actividad en la que se centra el actor cultural organizado y ánimo de lucro a 2014

Actividad	Con ánimo de lucro	Sin ánimo de lucro	No Responde	Total
Gestión cultural	15	40	6	61
Creación y/o Interpretación	53	98	14	165
Ambas	63	203	29	295
Ninguna	1	0	0	1
Total	132	341	49	522

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali /Secretaría de Cultura y Turismo.

Cuadro 35. Actores culturales organizados y recursos que quedan de la realización de sus actividades artísticas y culturales para el funcionamiento y sostenimiento, 2015

	NO	SI	No Responde	Total
Agrupación cultural	81	63	8	152
Asociación cultural	16	33	0	49
Corporación cultural	14	8	2	24
Empresa cultural	14	45	1	60
Fundación cultural	92	86	5	183
Voluntariado	6	3	0	9
Otro	19	24	2	45
Total	242	262	18	522

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali /Secretaría de Cultura y Turismo.

Cuadro 36. Tipo de actores culturales organizados y cantidad de eventos artísticos y culturales en los que participó a 2014

	0- 25	26 - 50	51 - 75	76 - 100	Más de 100	Total
Agrupación cultural	121	12	1	4	1	139
Asociación cultural	32	3	3	4	5	47
Corporación cultural	20	1	0	2	0	23
Empresa cultural	49	3	1	1	0	54
Fundación cultural	134	22	5	5	3	169
Otro	30	4	1	3	0	38
Voluntariado	6	0	0	0	0	6
Total	392	45	11	19	9	476

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali /Secretaría de Cultura y Turismo.

Cuadro 37. Tipo de actores culturales organizados y percepción sobre los espacios de participación del SMCu a 2014

Tipo organización	CANTIDAD DE EVENTOS								Total
	Mpal	Comunal	Rural	Mpaly Comunal	Mpal y rural	Comunal y rural	Todas	Ninguna	
Agrupación cultural	30	4	0	25	3	0	31	59	152
Asociación cultural	4	3	0	17	0	0	16	9	49
Corporación cultural	8	0	0	5	0	0	4	7	24
Empresa cultural	15	2	0	8	1	0	10	24	60
Fundación cultural	43	2	1	43	1	2	46	45	183
Voluntariado	2	0	0	1	0	0	4	2	9
Otro	8	0	0	10	1	0	5	21	45
Total	110	11	1	109	6	2	116	167	522

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali /Secretaría de Cultura y Turismo.

Cuadro 38. Tipo de actores culturales organizados y año de inicio de actividades a 2014

Tipo de actor cultural organizado	INTERVALO DE AÑOS											Total
	<= 1969	1970 - 1974	1975 - 1979	1980 - 1984	1985 - 1989	1990 - 1994	1995 - 1999	2000 - 2004	2005 - 2009	2010 - 2014	2015	
Agrupación cultural	0	0	1	2	1	5	8	15	28	52	14	126
Asociación cultural	1	2	1	3	1	2	4	6	8	17	0	45
Corporación cultural	0	0	0	1	0	1	4	5	5	7	0	23
Voluntariado	0	0	0	1	1	2	4	6	12	21	8	55
Otro	1	1	8	5	3	8	21	33	38	53	1	172
Fundación cultural	6	2	2	3	1	1	1	4	4	13	2	39
Empresa cultural	0	0	0	0	1	0	0	1	2	4	0	8
Total	8	5	12	15	8	19	42	70	97	167	25	468

Fuente: Censo de actores culturales de Cali 2015 / Alcaldía Municipal de Santiago de Cali / Secretaría de Cultura y Turismo.

Construyendo hoy la Cali del mañana

ALCALDÍA DE CALI



ALCALDÍA DE
SANTIAGO DE CALI
SECRETARÍA DE CULTURA
Y TURISMO

