



Estudio **IMPACTO** económico



Departamento de Economía

Grupo de Investigación en
Desarrollo Regional, GIDR

EQUIPO LIDER DE INVESTIGACIÓN:

Luis F. Aguado, Ph.D. Director del Proyecto.
Ana María Osorio, Ph.D.
Alexei Arbona, M.A.



The World Games
2013 CALI
Los Juegos Mundiales
Juego Limpio al Planeta
Fair Play to the Planet

Comité Local Organizador de Cali



con Acreditación
Institucional
de Alta Calidad
por **8** años



Estudio impacto económico: The World Games 2013 Cali

Luis Fernando Aguado Quintero [laguado@javerianacali.edu.co]

Ana María Osorio Mejía [anao@javerianacali.edu.co]

Alexei Arbona Estrada [aarbona@javerianacali.edu.co]

ISBN 978-958-8856-00-1

© Sello Editorial Javeriano

Concepto Gráfico:
Carolina Yara [cyarahoyos@gmail.com]

2013

ISBN: 978-958-8856-00-1



9 789588 856001

.....

Aguado Quintero, Luis Fernando

Estudio impacto económico: The World Games 2013 Cali / Luis Fernando Aguado Quintero, Ana María Osorio Mejía, Alexei Arbona Estrada. -- Santiago de Cali : Pontificia Universidad Javeriana, Sello Editorial Javeriano, 2013.

80 p. : ilustraciones ; 29 cm.

Incluye referencias bibliográficas.

ISBN 978-958-8856-00-1

1. The World Games 2013 Cali (9: 2013 jul. 25 – ago. 4 : Cali, Colombia) -- Aspectos económicos 2. Análisis del impacto económico -- Cali (Colombia) -- 2013 3. Campeonatos deportivos -- Aspectos económicos -- Cali (Colombia) -- 2013 I. Osorio Mejía, Ana María II. Arbona Estrada, Alexei III. Pontificia Universidad Javeriana (Cali). Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Departamento de Economía. Grupo de Investigación en Desarrollo Regional.



EQUIPO DE TRABAJO

Pontificia Universidad Javeriana, Seccional Cali Grupo de Investigación en Desarrollo Regional, GIDR

Luis F. Aguado, Ph.D. Director del Proyecto.
Ana María Osorio, Ph.D. Investigadora.
Alexei Arbona, M.A. Investigador.

Equipo de Apoyo

Henry Duque Sandoval, M.Sc.
Experto en Cuentas Regionales.
Paula Andrea Garizado, Economista. Esp.
Experta en Cuentas Regionales.
Carlos Augusto Alban, Periodista, M.A. Experto en
Análisis de Medios. Director Quijote Comunicación
Estratégica S.A.S.
Carlos Enrique Ortiz E.; Gina Betancourt
Gabriel Ossa; Grace Abadía
Jennifer Ibeth Molano; Jose Barona
Equipo Quijote Comunicación
Estratégica S.A.S.
Gustavo Rincón, MBA. Experto en asuntos
deportivos. Enlace Comité Local Organizador de
Cali de Los Juegos Mundiales Cali 2013.
Bladimir Carabali, M.A. Asistente de Investigación.
Jaqueline Miranda, Ingeniera. Esp. Apoyo
administrativo.
Carolina Yara. Diseñadora Gráfica.
Diseño y diagramación.
Alexandra Simpson. Economista. Traducción
resumen ejecutivo.

Estudiantes, Carrera de Economía, Pontificia
Universidad Javeriana, Seccional Cali, apoyo
procesamiento de encuestas:

Natalia Parrado, Juan Fernando Álvarez, Daniel
Virgen, Matheo Arellano y Sebastián Velandia.

Voluntarios/as de Los Juegos Mundiales que aplicaron las encuestas a los espectadores:

[Abraham Mera; Adrian Krigsfeld; Adriana
Nisimblat; Adriana Rivas; Alba Argüelles; Alba
Zuluaga; Alejandro Brand; Amparo Viveros; Andrés
Viveros; Andrés Rodríguez; Andrés Real; Angela
López; Angela Velasco; Angélica Carrillo; Antonio
Salcedo; Camilo Gutiérrez; Camilo Ruiz; Carlos
Mazorra; Cesar Cano; Claudia Vélez; Diego Soto;
Edwin Zambrano; Esperanza Buritica; Giselle
Urbano; Gloria Cañón; Guillermo Roldan; Ivan Neira;
José Ballesteros; Juan Levy; Juan Rodríguez; Juan
Suarez; Juanita Castellanos; Juanita Gómez; Julia
Rayo; Juliana Espitia; Justine Velásquez; Laura
Florido; Laura Pabón; Lucero Arroyo; María
Murgueitio; María Del Mar Buitrago; María
Restrepo; María Osorio; María Orozco; María
Largacha; María Fory; Marlyn Merizalde; Melissa
Arias; Melissa Vargas; Oscar Medina; Oscar
Bolaños; Paulo Robledo; Rodrigo Murcia; Valeria
Velásquez; Walter Muñoz; Yamid Barbosa].

Fotografías tomadas del Servicio de Fotografía para la
Disfusión del Deporte, el Medio Ambiente y la Salud
durante Los Juegos Mundiales 2013 Cali (Coldeportes)
y Comité Local Organizador Los Juegos Mundiales
2013 Cali.



AGRADECIMIENTOS

El equipo de trabajo del “Estudio de Impacto Económico de Los Juegos Mundiales 2013 Cali” quiere expresar su agradecimiento a las distintas instituciones y personas que contribuyeron en sus distintas etapas de desarrollo. Sin duda, este estudio no habría podido culminarse exitosamente sin su invaluable apoyo. El equipo de trabajo extiende agradecimiento especial a la Unidad Administrativa Especial Migración Colombia, por su apoyo al habilitar temporalmente la categoría especial ‘Juegos Mundiales’ en el sistema de registro de los diferentes puestos de control migratorio en el país.

LIMITACIONES

Este estudio no está exento de limitaciones. Cualquier recomendación, sugerencia o comentario que ayude a mejorar futuras evaluaciones de impacto de mega-eventos deportivos son bienvenidas. Para cualquier duda o información, por favor póngase en contacto con nuestro grupo de investigación a través del correo: gidr@javerianacali.edu.co. Los resultados y posibles errores son responsabilidad exclusiva de los autores y no comprometen a la Pontificia Universidad Javeriana Cali, ni al Comité Local Organizador de Cali de Los Juegos Mundiales 2013 Cali.



Equipo de Trabajo	1
Agradecimientos	2
Limitaciones	3
Resumen Ejecutivo	6
Los Juegos Mundiales 2013 Cali en Cifras	12
Executive Summary	13
The World Games 2013 Cali in Figures	19
Introducción	20
1. Perfil de Los Juegos Mundiales 2013 Cali	21
2. Aspectos metodológicos y alcance	25
3. Perfil de los espectadores	31
3.1. Estimación del número de espectadores	33
3.2. Características generales	36
3.3. Nivel de satisfacción	38
3.4. Estimación del gasto	39
4. Impacto Económico	43
4.1. Efecto Directo	45
4.2. Efecto Indirecto	48
4.3. Efecto Total sobre la producción	50
4.4. Efecto sobre el empleo	52
5. Análisis de Medios	55
5.1. Cobertura de medios y contenido de las noticias	57
5.2. Conversión monetaria del impacto mediático	58
5.3. Percepciones de los periodistas	59
6. El 'legado de Los Juegos'	61
7. Conclusiones	65
Bibliografía	69
Anexos	71



Figura 1 Impactos de un megaevento deportivo sobre el territorio [ciudad/país]	22
Figura 2 Metodología Impacto Económico Los Juegos Mundiales 2013 Cali	26
Figura 3 Espectadores de fuera del Área Metropolitana de Santiago de Cali	49
Figura 4 Actores y acciones para sostener 'el legado de Los Juegos'	64



Cuadro 1 El perfil de Los Juegos Mundiales 2013 Cali	23
Cuadro 2 Perfil socio-demográfico de los asistentes a Los Juegos Mundiales 2013 Cali	37
Cuadro 3 Nivel de satisfacción de los asistentes a Los Juegos Mundiales 2013 Cali	38
Cuadro 4 Medio de transporte de los asistentes a Los Juegos Mundiales 2013 Cali	40
Cuadro 5 Gasto medio de los espectadores [cifras en pesos]	41
Cuadro 6 Gasto total de los espectadores por tipo de consumo [cifras en pesos]	42
Cuadro 7 Inversión en Infraestructura Deportiva	45
Cuadro 8 Gasto en Gestión, Logística y Organización	47
Cuadro 9 Homologación de las partidas del COC con los sectores de la	47
Cuadro 10 Estimación del Efecto Indirecto	49
Cuadro 11 Impacto de Los Juegos Mundiales 2013 Cali sobre la Producción de Cali y A.M.	51
Cuadro 12 Impacto sobre el empleo por sectores económicos	53
Cuadro 13 Impacto por tipo de empleo	54
Cuadro 14 Análisis de medios Los Juegos Mundiales 2013 Cali	56
Cuadro 15 Número de noticias asociadas a la celebración de Los Juegos Mundiales 2013 Cali	57
Cuadro 16 Conversión monetaria del impacto mediático: dinero que se tendría que haber pagado por contratar espacios publicitarios	58
Cuadro 17 Valoración de los periodistas [Nacionales/Internacionales] que cubrieron Los Juegos Mundiales 2013 Cali	59
Cuadro 18 El legado de Los Juegos Mundiales 2013 Cali	62



Gráfico 1 Tasa de Ocupación Hotelera en Cali 2010-2013	28
Gráfico 2 Número de espectadores* que presenciaron Los Juegos Mundiales 2013 Cali	35
Gráfico 3 Duración media de la estancia, número medio de competiciones y acompañantes de los asistentes a Los Juegos Mundiales 2013 Cali	39
Gráfico 4 Tipo de hospedaje de los asistentes a Los Juegos Mundiales 2013 Cali	40
Gráfico 5 Gasto total de los espectadores [cifras en pesos]	42
Gráfico 6 Impacto agregado sobre el empleo	52



RESUMEN EJECUTIVO

Los megaeventos deportivos generan diversos efectos sobre el territorio que los acoge, algunos puntuales y evidentes, de corto plazo, vinculados a la producción y el empleo adicionales que su realización supone. Y, otros que pueden ser permanentes, más de largo plazo, relacionados con el aumento y diversidad en la práctica deportiva, los sentimientos de orgullo por parte de los residentes locales, la marca de ciudad y la formación de capital humano entrenado en la organización y gestión de eventos de escala internacional.

En el caso de los efectos de corto plazo, a partir de un modelo Insumo–Producto se estima la actividad económica adicional generada en la ciudad de Cali y Área Metropolitana asociada a la

celebración de la IX edición de Los Juegos Mundiales [25 de julio – 04 de agosto de 2013]. Asimismo, a través de un análisis de medios se mide la exposición internacional y nacional de la ciudad de Cali vinculada a su celebración. En el caso de los efectos de largo plazo, se identifican algunas acciones necesarias para incorporar de forma permanente la continuidad del legado del megaevento deportivo.

En conocimiento de los autores este sería el primer estudio de este tipo aplicado a un megaevento deportivo en Colombia. El Cuadro 1 ofrece algunas características y cifras representativas que permiten clasificar a Los Juegos Mundiales dentro de la categoría de megaevento deportivo.

Los Juegos Mundiales 2013 Cali

CARACTERÍSTICAS	DESCRIPCIÓN
GOBIERNO DEL EVENTO	International World Games Association (IWGA) Comité Local Organizador de Cali (CLOC) Comité Nacional Organizador
ÁMBITO GEOGRÁFICO	Internacional 97 países: 40 [Europa] + 23 [América] + 23 [Asia] + 2 [Oceanía] + 9 [África].
FRECUENCIA DE REALIZACIÓN	Cada 4 años con cambio de sede
DURACIÓN	11 días (10 de competiciones + 1 de inauguración)
COMPETIDORES	2,929 deportistas: 1,511 [Europa] + 823 [América] + 407 [Asia] + 110 [Oceanía] + 78 [África]
DELEGACIONES	1,903 delegados de las federaciones deportivas, jueces internacionales, delegaciones nacionales –entrenadores, médicos, ayudantes–
DEPORTES	31 [26 oficiales + 5 invitacionales]
ESCENARIOS	25 [20 Cerrados + 5 al aire libre]
VOLUNTARIADO	2,539 voluntarios
INTERÉS MEDIÁTICO	Cali compitió por ser sede con las ciudades de Johannesburgo [Sudáfrica] y San Petersburgo [Rusia]. 96 periodistas de 34 países
NOVEDAD EN AMÉRICA LATINA	Primera edición organizada por una ciudad de habla hispana y situada en un país de América del Sur.

LOS PRINCIPALES RESULTADOS ENCONTRADOS EN ESTE ESTUDIO SE RESUMEN EN LOS SIGUIENTES PUNTOS:

- Los Juegos Mundiales trajeron a los distintos escenarios como espectadores a **2,174** turistas internacionales, **11,250** turistas nacionales, además de **90,249** residentes de Cali y su Área Metropolitana.
- Un turista extranjero estuvo en promedio **4.8** días en la ciudad, asistió a **4.4** competiciones y gastó **\$1,805,237** pesos, que dinamizaron sectores como la hostelería, el transporte y el comercio local. Por su parte, un turista nacional tuvo una estancia media de **4.1** días, asistió a **4** competiciones y gastó **\$696,242** pesos. Los residentes locales asistieron durante **4.5** días a **4.3** competiciones con un gasto de **\$211,099** pesos.
- La inversión para garantizar la infraestructura física deportiva y la organización y logística de Los Juegos Mundiales ascendió a **\$106,412 millones** de pesos, representados por aportes del gobierno nacional –Coldeportes–, del gobierno local –Alcaldía de Santiago de Cali– y del gobierno departamental –Gobernación del Valle del Cauca–. Por su parte, el gasto de los espectadores ascendió a **\$30,808 millones** de pesos. En total la movilización de recursos en torno a Los Juegos Mundiales fue de **\$137,220 millones** de pesos. De este total, **\$101,313 millones** de pesos significaron un nuevo flujo de ingreso monetario derivado de agentes de fuera de Cali y A.M. [Gobierno Nacional; Turistas Extranjeros y Nacionales] que dinamizaron la actividad económica local, y que de no haberse realizado Los Juegos Mundiales no hubiese llegado a la ciudad.
- La inyección de **\$101,313 millones** de pesos generó un impacto total acumulado de **\$571,099 millones** de pesos sobre la economía de la ciudad de Cali y A.M. y creó **9,619** puestos de trabajo equivalentes a **7,728** empleos de tiempo completo.
- Los **\$571,099** millones de pesos de actividad económica adicional son el resultado conjunto de la dinámica en la producción de diversos sectores, debido a que el impulso de las fuentes de demanda inicial se irriga por toda la economía local vía relaciones intersectoriales y de consumo (ver Cuadro 2).
- Los **9,619** puestos de trabajo generados [equivalentes a **7,728** empleos de tiempo completo] beneficiaron principalmente a sectores vinculados con la logística de la organización de los juegos y con la 'turbina de gasto' de los turistas. En el sector comercio y servicios de reparación se generaron **2,484** empleos equivalentes de tiempo completo, en el sector de servicios de transporte **1,090**, en el sector de producción agropecuaria, silvicultura y pesca **753** y en el sector de alojamiento, suministro de comidas y bebidas **620** (ver Cuadro 3).

**Impacto de Los Juegos Mundiales 2013 Cali
sobre la Producción de Cali y A.M. [miles de millones de \$]**

SECTOR	DESCRIPCIÓN [EJEMPLO DE GASTO/INVERSIÓN]	INYECCIÓN DE NUEVOS RECURSOS	IMPACTO SOBRE LA PRODUCCIÓN
Servicios a las empresas	[p.e. gastos en gestión del CLOC; montaje y adecuación de escenarios; intervención obras civiles; alquiler de equipos de medición y cronometraje; transporte de equipos; servicios de vigilancia]	\$ 27,817	\$ 159,576 27.94%
Construcción y reparación de edificaciones	[p.e. inversión en infraestructura de escenarios]	\$ 23,229	\$ 134,648 23.58%
Alojamiento, suministro de comidas y bebidas	[p.e. gasto de los espectadores en alojamiento y alimentación]	\$ 20,110	\$ 122,739 21.49%
Otra Industria Manufacturera	[p.e. gasto en uniformes de voluntarios]	\$ 11,748	\$ 46,899 8.21%
Servicios de Transporte	[p.e. gasto en transporte local de los turistas y delegaciones]	\$ 6,563	\$ 38,807 6.80%
Servicios de esparcimiento	[p.e. gasto de los espectadores en ocio/diversión, boletería]	\$ 4,249	\$ 25,839 4.52%
Comercio y servicios de reparación	[p.e. gasto de los espectadores en compras de recuerdos]	\$ 3,253	\$ 19,536 3.42%
Servicios financieros e inmobiliarios	[p.e. gasto en arrendamiento sedes, bodegas]	\$ 1,808	\$ 10,873 1.90%
Correo y telecomunicaciones	[p.e. gasto en promoción y medios de comunicación]	\$ 1,115	\$ 6,755 1.18%
Maquinaria y equipo de transporte	[p.e. gasto en compra PC, impresoras, celulares, etc.]	\$ 1,421	\$ 5,428 0.95%
TOTAL		\$ 101,313	\$ 571,099 100%

Fuente: Elaboración propia.

Impacto de Los Juegos Mundiales 2013 Cali sobre el Empleo

SECTOR	DESCRIPCIÓN [EJEMPLO DE GASTO/INVERSIÓN] OCUPADOS	NÚMERO DE EMPLEOS*	
		OCUPADOS	EQUIVALENTE DE TIEMPO COMPLETO
Comercio y servicios de reparación	[p.e. gasto de los espectadores en compras de recuerdos]	3,092	2,484 32.14%
Servicios de Transporte	[p.e. gasto en transporte local de los turistas y delegaciones]	1,357	1,090 14.11%
Producción agropecuaria, silvicultura y pesca	[p.e. demanda derivada]	937	753 9.74%
Alojamiento, suministro de comidas y bebidas	[p.e. gasto de los espectadores en alojamiento y alimentación]	772	620 8.02%
Construcción y reparación de edificaciones	[p.e. gastos en infraestructura de escenarios]	642	515 6.67%
Servicios de enseñanza y salud de mercado	[p.e. gasto de logística en el área médica y manejo de dopaje]	559	449 5.82%
Servicios de esparcimiento	[p.e. gasto de los espectadores en ocio/diversión, boletería]	482	387 5.01%
Servicios a las empresas	[p.e. gastos en gestión del CLOC; montaje y adecuación de escenarios; intervención en obras civiles; alquiler de equipos de medición y cronometraje; transporte de equipos; servicios de vigilancia]	482	387 5.01%
Otra Industria Manufacturera	[p.e. gasto en uniformes de voluntarios]	384	308 3.99%
Servicios del gobierno	[p.e. demanda derivada]	240	193 2.50%
Correo y telecomunicaciones	[p.e. gasto en promoción y medios de comunicación]	234	188 2.44%
Industria Alimenticia	[p.e. demanda derivada]	201	161 2.09%
Servicios financieros e inmobiliarios	[p.e. gasto en arrendamiento sedes, bodegas]	143	115 1.49%
Maquinaria y equipo de transporte	[p.e. gasto en compra PC, impresoras, celulares, etc.]	42	34 0.44%
Trabajos de construcción, construcción de obras civiles y servicios de arrendamiento de equipo con operario	[p.e. demanda derivada]	28	22 0.29%
Electricidad, gas, agua y saneamiento básico	[p.e. demanda derivada]	23	19 0.24%
Productos de minería	[p.e. demanda derivada]	1	1 0.01%
TOTAL		9,619	7,728 100%

* Se corrige el número de puestos de trabajo generados [ocupados] por el número de horas trabajadas de forma que queden expresados en número de empleos considerados de tiempo completo. De acuerdo con el DANE, los empleos (u ocupados) hacen referencia al contrato explícito o implícito entre una persona y una unidad institucional para realizar un trabajo a cambio de remuneración, durante un período definido o hasta nuevo aviso, y se dividen en dos grandes grupos: los asalariados y los independientes. Estos trabajos pueden ser de tiempo completo, medio tiempo o empleos ocasionales.

Fuente: Elaboración propia.

- Los Juegos Mundiales generaron **723** noticias en medios de comunicación seleccionados: **238** en medios internacionales, **178** en medios nacionales y **307** en medios locales.

Por ejemplo, el 26 de Julio el Diario Global Times de China tituló 'Cali promete brillar como anfitriona de Los Juegos Mundiales' puesto que además es [...] la primera ciudad de América Latina que es sede de Los Juegos Mundiales'; 'Cali respondió a la 'vitrina mundial'' tituló el Diario El Tiempo/Cali el 5 de Agosto de 2013. Del total de **723** noticias, **39** fueron desfavorables con la organización y logística de Los Juegos concentradas en la ausencia del presidente de la República a la ceremonia de inauguración y en el error ortográfico en la inscripción de las medallas.

- Un impacto equivalente a la promoción mediática que obtuvo la ciudad como consecuencia de la celebración de Los Juegos Mundiales, en el contexto local y nacional, requeriría una inversión publicitaria de **\$9,068 millones** de pesos.
- **97** de cada **100** espectadores residentes en Cali y A.M. consideraron que la celebración de Los Juegos Mundiales tuvo un efecto positivo sobre el **'orgullo y sentido de pertenencia de los caleños por su ciudad'**.

En efecto, en el contexto local, el nuevo 'aire' depositivismo y sentido de pertenencia que le imprimieron Los Juegos a la ciudad se vio reflejado en el lema **'Se Lució Cali, Se Lució'**.

- El **89%** de los periodistas internacionales encuestados que cubrieron el evento, consideraron que Cali proyecta una imagen de ciudad 'deportiva, moderna y competitiva'.
- El **92.2%** de los turistas extranjeros calificaron su experiencia como espectadores de Los Juegos Mundiales como buena y muy buena.
- El 'legado de Los Juegos', implica aprovechar por parte de los agentes de interés local las oportunidades, es decir el éxito inicial de Los Juegos reflejado en los efectos positivos de corto plazo mencionados anteriormente. El principal reto una vez concluidos Los Juegos se dirige a consolidar las ventajas competitivas que ha adquirido la ciudad en la organización de mega-eventos deportivos dentro de una visión estratégica global de gestión del territorio.

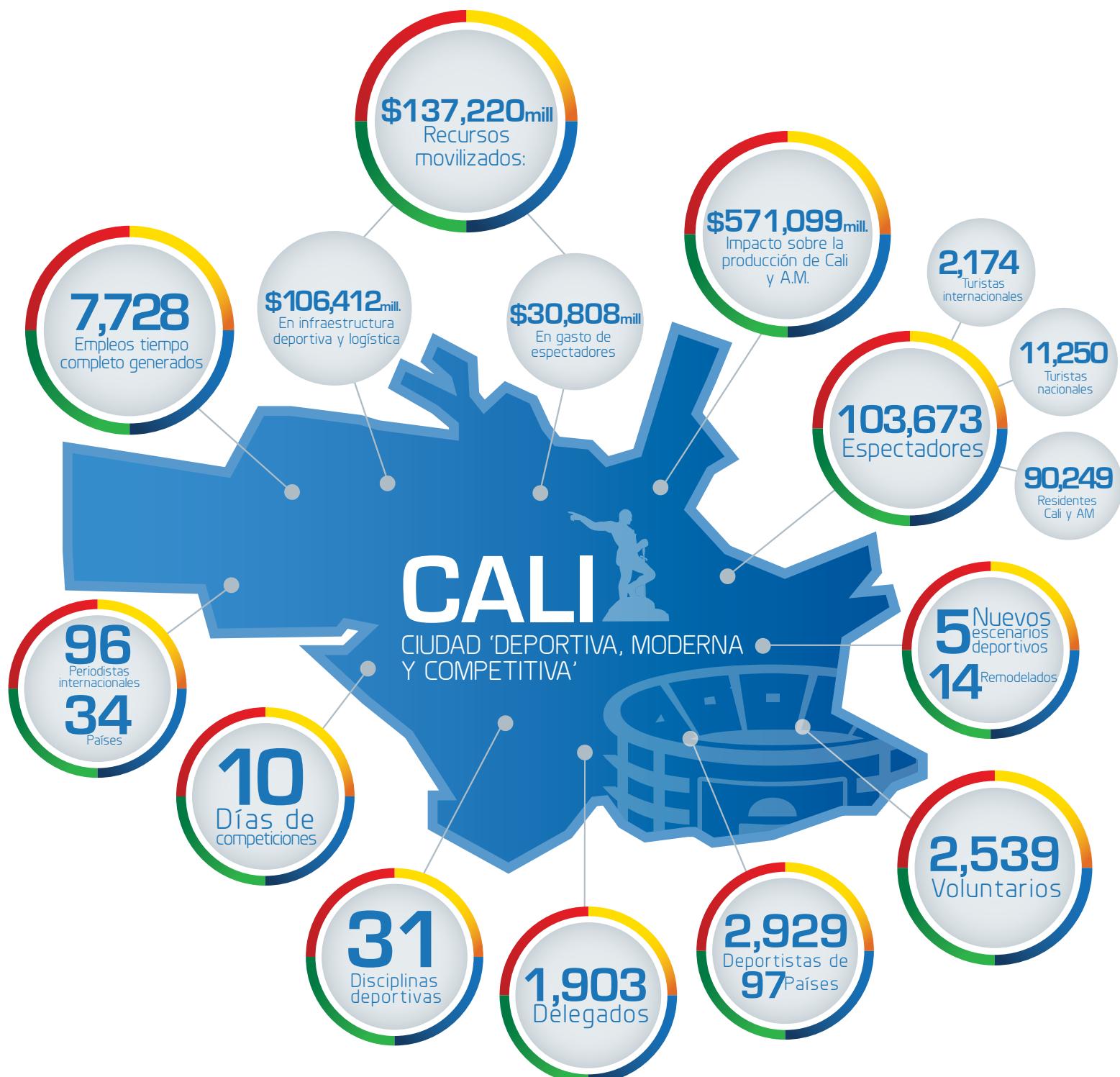
La Figura 1 identifica los actores clave [sector público, sector privado, sector deportivo y comunidad] y sus interrelaciones a través de un conjunto de acciones que permiten incorporar de forma permanente los efectos positivos de largo plazo: infraestructura deportiva y urbana; capital humano y social; sentido de pertenencia y marca de ciudad.

Actores y acciones para sostener 'el legado de Los Juegos'





LOS JUEGOS MUNDIALES EN CIFRAS...



Fuente: Elaboración propia.



EXECUTIVE SUMMARY

This study calculates the additional economic activity created in Cali and its metropolitan area, resulting from the IX edition of The World Games [July 25th – August 4th, 2013]. The study is complemented with a media clipping that measures the international and national exposure of Cali. Additionally, some necessary actions are determined in order to permanently incorporate the competitive advantages that the city has acquired in the organization of sporting mega-events from the globally strategic viewpoint of territory management. To our knowledge, this would be the first study of this kind applied to a sporting mega-event in Colombia.

Sporting mega-events produce diverse effects on the territory that hosts them; some are short-term, one-off and noticeable, linked to production and employment that their celebration implies. And others can be long-term and permanent, related to the increase and diversity of the practice of sport, the feelings of pride of the local residents, the brand for the city and the formation of human capital trained in the organization and event management on an international scale.

Table 1 presents some characteristics and representative figures that allow classifying The World Games within the category of a sporting mega-event.

The World Games 2013 Cali

CHARACTERISTICS	DESCRIPTION
GOVERNANCE	International World Games Association (IWGA)
	Local Organizing Committee (Cali) National Organizing Committee
GEOGRAPHIC CONTEXT	International 97 countries: 40 [Europe] + 23 [America] + 23 [Asia] + 2 [Oceania] + 9 [Africa].
FREQUENCY	Every four years in different cities
DURATION	11 days (10 of competitions + 1 opening ceremony)
COMPETITORS	2,929 athletes: 1,511 [Europe] + 823 [America] + 407 [Asia] + 110 [Oceania] + 78 [Africa]
DELEGATIONS	1,903 delegates of sports federations, international judges, national delegations – coaches, physicians, helpers, including representatives of international media
SPORTS	31 [26 officials + 5 invitationals]
VENUES	25 [20 under cover + 5 open air]
VOLUNTEERS	2,539 volunteers
MEDIA INTEREST	Cali competed for host status with the cities of Johannesburg [South Africa] and Saint Petersburg [Russia]. 96 journalists from 34 countries
NOVELTY	First edition organized by a Hispanic city and located in a South American country.

Source: author

THE MAIN RESULTS FOUND IN THIS STUDY ARE SUMMARIZED AS FOLLOWS:

- The World Games attracted **2,174** foreign tourists, **11,250** local tourists and **90,249** residents of Cali and its metropolitan area to the different venues.
- A foreign tourist spent in average **4.8** days in the city, attended **4.4** competitions and spent **\$1,805,237** pesos, which boosted sectors such as the hotel industry, transportation and local business. A local visitor stayed **4.1** days on average, attended 4 competitions and spent **\$696,242** pesos. Local residents attended **4.3** competitions with an expenditure of **\$211,099** pesos.
- The investment required to guarantee the sports infrastructure, together with the organization and logistics of The World Games amounted to **\$106,412** million pesos, which came from national government contributions (Coldeportes), from local government (the Governor's Office of Santiago de Cali) and from the departmental government (the Governor's Office of Valle del Cauca). At the same time, the spectators' expenditure amounted to **\$30,808** million pesos. The total amount spent on The World Games was **\$137,220** million pesos. Of this, **101,313** million pesos came from a new source of income from outside the city and its metropolitan area [national government;

foreign and local tourists], which provided a boost to local economic activity, which would not have happened had it not been for The World Games.

- The sum of **\$101,313** million pesos was injected, creating an accumulated impact of **\$571,099** million pesos on the economy of Cali and its metropolitan area, resulting in **9,619** employment opportunities, the equivalent of **7,728** full-time jobs.
- This **\$571,099** million pesos of additional economic activity is the joint result of the production dynamic of different sectors, due to the fact that the boost provided by the initial demand filtered through the local economy via inter-sectorial and consumer-related relationships (Table 2).
- The **9,619** employment positions created [equivalent to **7,728** full-time jobs] mainly benefited the sectors linked to the Games' organization logistics and money spent by tourists. In the wholesale and retail trade sector and repair services **2,484** full-time jobs were created, **1,090** in the transportation sector, **753** in the agriculture, forestry and fishing sector, and **620** in the accommodation, food and beverage supply sector (Table 3).

**Impact of The World Games 2013 Cali
on the production of Cali and M.A [billions of \$]**

SECTOR	DESCRIPTION (EXAMPLE OF EXPENDITURE/INVESTMENT)	INJECTION OF NEW RESOURCES	IMPACT ON PRODUCTION
Services for companies	[e.g., CLOCs managerial expenditure; venue preparation and adaptation; hire of measuring and timekeeping equipment; equipment transportation; surveillance services]	\$ 27,817	\$ 159,576 27.94%
Construction and repair of buildings	[e.g., investment in venue infrastructure]	\$ 23,229	\$ 134,648 23.58%
Accommodation, food and beverage service activities	[e.g., spectators' expenditure on accommodation and food]	\$ 20,110	\$ 122,739 21.49%
Other manufacturing industry	[e.g., volunteer uniforms expenditure]	\$ 11,748	\$ 46,899 8.21%
Transportation	[e.g., expenditure on local transportation of tourists and delegations]	\$ 6,563	\$ 38,807 6.80%
Recreation activities	[e.g., spending by spectators in leisure/fun, tickets]	\$ 4,249	\$ 25,839 4.52%
Wholesale and retail trade and repair services	[e.g., spending by spectators on souvenirs]	\$ 3,253	\$ 19,536 3.42%
Financial and real estate activities	[e.g., expenditure on hire of venues and warehouses]	\$ 1,808	\$ 10,873 1.90%
Information and communications	[e.g., expenditure on publicity and communication media]	\$ 1,115	\$ 6,755 1.18%
Machinery and transport equipment	[e.g., expenditure on the purchase of pc's printers, cell phones, etc]	\$ 1,421	\$ 5,428 0.95%
TOTAL		\$ 101,313	\$ 571,099 100%

Source: author

Impact of The World Games 2013 Cali on Employment

SECTOR	DESCRIPTION (EXAMPLE OF EXPENDITURE/INVESTMENT)	NUMBER OF JOBS*	
		EMPLOYMENT	EQUIVALENT TO FULL-TIME JOBS
Wholesale and retail trade and repair services	[e.g., spending by spectators on souvenirs]	3,092	2,484 32.14%
Transportation	[e.g., expenditure on local transportation of tourists and delegations]	1,357	1,090 14.11%
Agriculture, forestry and fishing	[e.g., derived demand]	937	753 9.74%
Accommodation, food and beverage service activities	[e.g., spectators' expenditure on accommodation and food]	772	620 8.02%
Construction and repair of buildings	[e.g., investment in venue infrastructure]	642	515 6.67%
Learning services and health market	[e.g., expenditure on logistics for the medical area and doping control]	559	449 5.82%
Recreation services	[e.g., spending by spectators in leisure/fun, tickets]	482	387 5.01%
Services for companies	[e.g., CLOC's managerial expenditure; venue preparation and adaptation; hire of measuring and timekeeping equipment; equipment transportation; surveillance services]	482	387 5.01%
Other manufacturing industry	[e.g., volunteer uniforms expenditure]	384	308 3.99%
Government's services	[e.g., derived demand]	240	193 2.50%
Information and communications	[e.g., expenditure on publicity and communication media]	234	188 2.44%
Food industry	[e.g., derived demand]	201	161 2.09%
Financial and real-estate activities	[e.g., expenditure on hire of venues and warehouses]	143	115 1.49%
Machinery and transportat equipment	[e.g., expenditure on the purchase of PC's printers, cell phones, etc]	42	34 0.44%
Construction works, civil works and services of hiring equipment with operator	[e.g., derived demand]	28	22 0.29%
Electricity, gas, water and basic sanitation	[e.g., derived demand]	23	19 0.24%
Mining products	[e.g., derived demand]	1	1 0.01%
TOTAL		9,619	7,728 100%

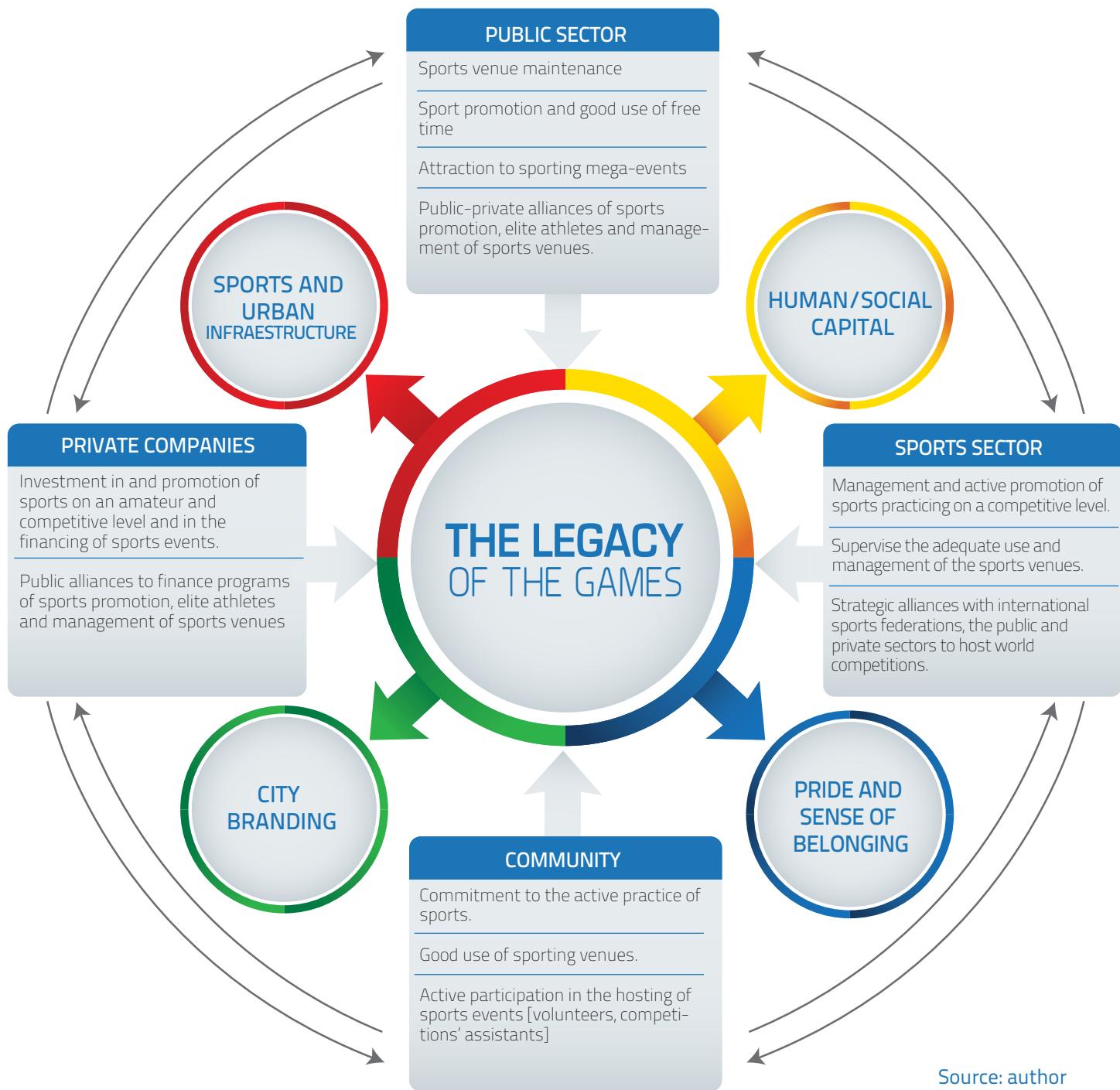
*The number of employment positions created was corrected by the number of hours worked in the way that are expressed in the number of full-time jobs. According to the DANE, the employments refer to the explicit or implicit contract between a person and an institution to perform a job in exchange for a remuneration, during a defined period of time or until notice. They are divided into two large groups: the salaried and the independent. These jobs can be full-time, part-time or occasional.

Source: author

- The World Games created 723 news features in communication media: 238 in international media, 178 national and 307 local. For instance, the Global Times of China announced on the 26th of July: "Cali promises to shine as the host of The World Games", also commenting that it was "[...] the first Latin American city hosting The World Games"; according to the Newspaper El Tiempo/Cali August 5th, 2013: "Cali responded to the 'global shop window'". Of the 723 mentions, 39 unfavorable news items related to the Games' organization and logistics, focusing on the absence of the President of the Republic at the opening ceremony and the spelling mistake on the medals.
- An impact equivalent to the media promotion that the city enjoyed as a consequence of The World Games, taking into account both local and national contexts, would require an advertising investment of \$9,068 million pesos.
- 97 out of 100 resident spectators in Cali and its metropolitan area considered that The World Games celebration had a positive effect on the "pride and the sense of belonging of the people of Cali for its city". In fact, the new air of positivism and sense of belonging that The Games gave to the city was reflected in the motto 'Se Lució Cali, Se Lució'.
- 89% of the international journalists consulted who covered the event thought that Cali projected a decidedly 'sporting, modern and competitive image as a city'.
- 92.2% of the foreign tourists described their experience as spectators of The World Games as 'good' and 'very good'.
- The 'legacy of The Games' suggests that those who have a local interest should take advantage of opportunities, namely the initial success of The Games, reflected in the short-term positive effects previously mentioned. Once The Games are over, the main challenge is to consolidate the competitive advantages that the city has acquired in the organization of sporting mega events within the strategic global strategy vision of territorial management.

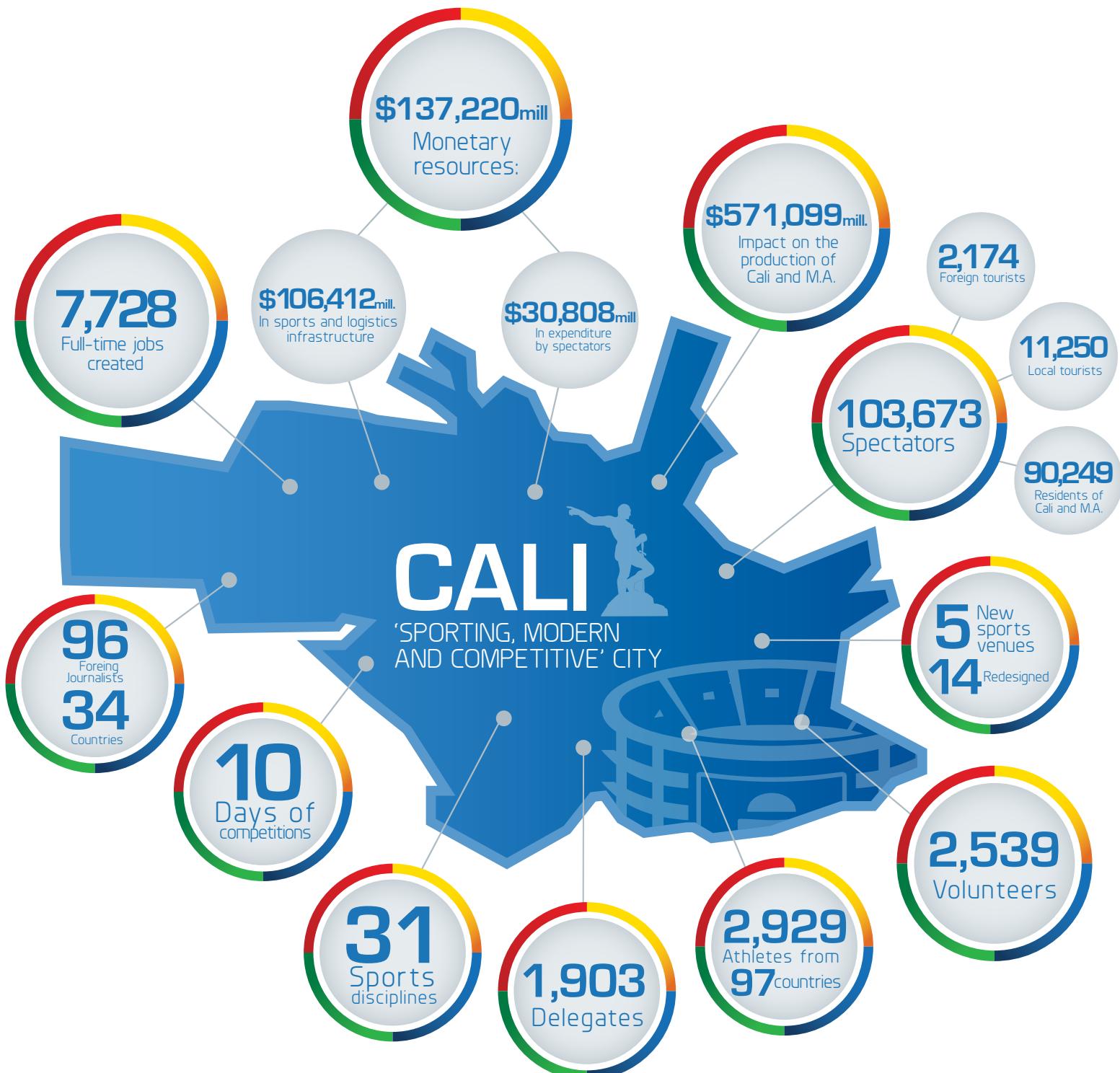
Graph 1 identifies the key stakeholders [public sector, private companies, sports sector and community] and the relationships between them that permanently bring together the long-term positive effects: sports and urban infrastructure, human and social capital, sense of belonging and city branding.

Stakeholders and actions to sustain 'The legacy of The Games'





THE WORLD GAMES IN FIGURES



Source: author



INTRODUCCIÓN

El presente estudio ofrece una evaluación del impacto económico a corto plazo sobre la ciudad de Santiago de Cali y su Área Metropolitana [en adelante A.M.], asociado a la celebración de la IX edición de Los Juegos Mundiales [The World Games]. Esta edición llevada a cabo entre el 25 de julio y el 04 de agosto de 2013 ha sido la primera organizada por una ciudad de habla hispana y situada en un país de América del Sur¹.

La realización de megaeventos deportivos se vincula con la generación de impactos de diverso orden; **Económicos**, puesto que atraen flujos de espectadores extranjeros que dinamizan la generación de ingresos y empleos en la prestación de servicios vinculados con el turismo (hotelería, restauración); **Renovación urbana**, puesto que incentivan la inversión en infraestructura física (deportiva, de seguridad y transporte); **Cohesión social**, puesto que fortalecen la identidad deportiva y los sentimientos de orgullo por parte de los residentes locales y **Marca de Ciudad**, puesto que ayudan a posicionar el nombre de la ciudad en el contexto nacional e internacional.

Los Juegos Mundiales como megaevento deportivo, involucraron la competición simultánea en 31 disciplinas deportivas², el desplazamiento de 2,929 deportistas y de 1,903 delegados de 97

países de los cinco continentes. Adicionalmente, la novedad y la diversidad que implica en el contexto de América Latina la presencia de atletas de élite en deportes poco conocidos y practicados como el Sumo, el Wushu y el Korfball, por mencionar algunos³.

La evaluación del impacto económico resulta útil para ofrecer una imagen cuantitativa de la actividad económica adicional generada en la ciudad por la celebración de Los Juegos Mundiales. Por un lado, referida a la focalización de las inversiones –públicas y privadas– en infraestructura deportiva y urbana y el gasto en gestión y logística para llevar a cabo el megaevento deportivo. Por otro lado, referida a la generación de gasto de los asistentes –turistas– en bienes y servicios relacionados con su estadía en la ciudad. Ambas fuentes de nueva demanda generan un efecto multiplicador sobre la economía de la ciudad a través de la interrelación sectorial capturada a partir de un modelo Insumo–Producto. Finalmente, la evaluación de impacto económico se complementa con un análisis de medios que intenta medir la exposición internacional y nacional de Cali, como ciudad realizadora de grandes eventos deportivos, con una imagen de ciudad 'deportiva, moderna y competitiva'.

¹ Los primeros Juegos Mundiales se realizaron en 1981 en la ciudad de Santa Clara (Estados Unidos). Desde entonces 8 ciudades han sido sede: Londres (Reino Unido), Karlsruhe (Alemania), La Haya (Países Bajos), Lahti (Finlandia), Akita (Japón), Duisbur (Alemania) y Kaohsiung (China). La próxima edición en 2017 se llevará a cabo en la ciudad de Wroclaw (Polonia).

² Adicionalmente, estuvieron 5 disciplinas deportivas participando como invitadas (ver Anexo1)

³ La ciudad de Santiago de Cali tiene amplia tradición en la celebración de eventos deportivos de gran escala, por citar algunos: los VI Juegos Panamericanos en 1971; los I Juegos del Océano Pacífico en 1995, la Copa Mundo de Ciclismo de Pista 2009; el Campeonato del Mundo de Patinaje de Velocidad de 2007.



1. PERFIL DE LOS ■ JUEGOS MUNDIALES 2013 CALI

De acuerdo con la literatura de la economía del deporte, los megaeventos deportivos se caracterizan por⁴: ser eventos a gran escala con un profundo significado internacional; ser de duración breve y perfectamente acotada; ser organizados por un país o ciudad que generalmente compite por ser sede; atraer un importante número de participantes [deportistas] y espectadores tanto locales como extranjeros; ser cubiertos por un amplio número de medios de comunicación internacionales; requerir alta inversión en infraestructura, logística y seguridad; y ser regentados por un Comité Local Organizador integrado por autoridades de gobiernos nacionales

y locales y organizaciones y federaciones deportivas internacionales.

Por las anteriores características, los megaeventos deportivos se han constituido en un objetivo de primer orden para los países/ciudades organizadores, que buscan atraer para su territorio grandes flujos de visitantes, medios de comunicación internacionales y obtener los potenciales efectos positivos que su realización supone. La Figura 1 presenta los principales impactos derivados de la realización de un megaevento deportivo sobre el territorio que lo acoge.

FIGURA 1
Impactos de un megaevento deportivo sobre el territorio [ciudad/país] que lo realiza

Fuente: Elaboración propia.



⁴Una definición del concepto de megaevento se encuentra en Roche (1994) y de megaevento deportivo en: Llopis-Goig, (2012)

CUADRO 1
El perfil de Los Juegos Mundiales 2013 Cali

CARACTERÍSTICAS	DESCRIPCIÓN
GOBIERNO DEL EVENTO	International World Games Association (IWGA) Comité Local Organizador de Cali (CLOC) Comité Nacional Organizador
ÁMBITO GEOGRÁFICO	Internacional 97 países: 40 [Europa] + 23 [América] + 23 [Asia] + 2 [Oceanía] + 9 [África].
FRECUENCIA DE REALIZACIÓN	Cada 4 años con cambio de sede
DURACIÓN	11 días (10 de competiciones + 1 de inauguración)
COMPETIDORES	2,929 deportistas: 1,511 [Europa] + 823 [América] + 407 [Asia] + 110 [Oceanía] + 78 [África]
DELEGACIONES	1,903 delegados de las federaciones deportivas, jueces internacionales, delegaciones nacionales –entrenadores, médicos, ayudantes–
DEPORTES ¹	31 [26 oficiales + 5 invitacionales]
ESCENARIOS	25 [20 Cerrados + 5 al aire libre]
VOLUNTARIADO	2,539 voluntarios
ESPECTADORES ²	103,673: [2,174 turistas extranjeros + 11,250 turistas nacionales + 90,249 residentes en Cali y A.M] 33,149 [ceremonia de inauguración] 28,662 [ceremonia de clausura]
GASTO ESPECTADORES	Ingresos por venta de entradas ³ \$ 4,137,783,500 Gasto de los espectadores ⁴ : \$ 30,808,345,252
INTERÉS MEDIÁTICO	Competencia entre ciudades para obtener la sede ⁵ 96 periodistas de 34 países 723 noticias registradas entre el 18 de Julio y el 11 de Agosto en medios internacionales (238), nacionales (178) y locales (307) ⁶ 10 horas de televisión diaria en directo disponible para más de 80 países a través de Señal Colombia ⁷ 511,978 visitas a la Web oficial de Los Juegos ⁸
INFRAESTRUCTURA	Construcción de 5 nuevos escenarios deportivos ⁹ Adecuación/remodelación de 14 escenarios existentes

① Para un listado completo de los deportes ver Anexo 1

② Corresponde al número de espectadores distintos que presenciaron Los Juegos. Es decir, se ha corregido por la frecuencia de asistencia (número medio de veces que un mismo espectador asiste a varias competiciones) [ver apartado 3.1].

③ Suministrada por la empresa oficial encargada por el CLOC para la venta de entradas.

④ Cálculos propios, incluye gasto en: alojamiento, alimentación, transporte local, recuerdos, ocio/diversión [ver apartado 3.4].

⑤ Cali compitió por ser sede con las ciudades de Johannesburgo [Sudáfrica] y San Petersburgo [Rusia].

⑥ Para un listado de los medios analizados ver Anexo 4.

⑦ Canal público oficial de televisión en Colombia [ver apartado 5].

⑧ Entre el 25 de julio y el 04 de agosto de 2013. Información suministrada por la empresa encargada de manejar la Web Oficial de Los Juegos.

⑨ Coliseo de Hockey; Coliseo Mundialista; Piscina de Calentamiento para Kayak; Escenario de Balonmano Playa; Diamante de Softball.

Fuente: elaboración y cálculos propios a partir de información del CLOC y Encuesta Asistentes a Los Juegos Mundiales 2013 Cali.

De acuerdo con las características señaladas, Los Juegos Mundiales encajan dentro de la tipología de megaevento deportivo⁵. En efecto, éstos tienen carácter multideportivo, un gran número de deportistas y países participantes, se celebran cada cuatro años, son regentados por la Asociación Internacional de Los Juegos Mundiales (IWGA)⁶, que alberga federaciones de disciplinas deportivas que no participan en el programa de los Juegos Olímpicos.

⑤ La literatura de la economía del deporte identifica como los grandes megaeventos deportivos a: Los Juegos Olímpicos; La Copa Mundial de Fútbol (FIFA); La Copa Mundial de Rugby y a Los Juegos Olímpicos de Verano e Invierno. En menor escala competiciones como Los Juegos Panamericanos. En el caso de Los Juegos Mundiales, éstos encajan dentro de la tipología de megaventos por la amplia representación de delegaciones de prácticamente todo el mundo y las múltiples disciplinas deportivas en competición. Dentro de esta perspectiva es más un tipo de megaevento impulsado por los resultados deportivos –‘competidor driven’– que alcancen los deportistas de élite en competencia, frente a aquellos megaeventos impulsados por su alto número de seguidores y espectadores –‘spectator driven’– (ver Gratton, Shibli, & Coleman, 2006, p. 51).

⑥ Por sus siglas en inglés: International World Games Association, IWGA. [<http://www.theworldgames.org/>]

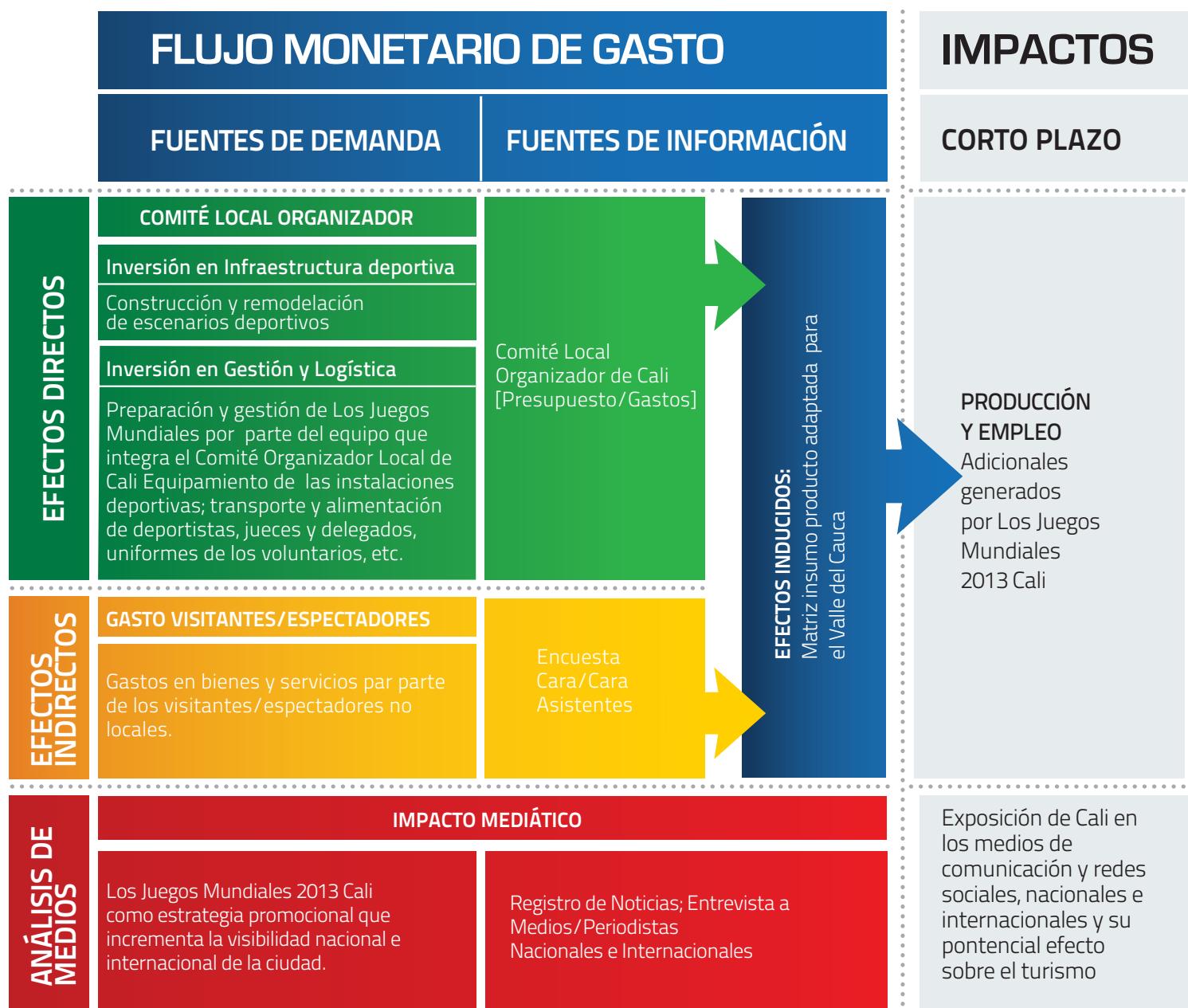


2 ASPECTOS

METODOLÓGICOS Y ALCANCE

En el presente estudio se utiliza la metodología de efectos, propia de los Estudios de Impacto Económico –EIE en adelante⁷– aplicados al sector deportivo. La metodología se centra en los efectos sistemáticos producidos por las actividades de inversión/gasto de los agentes identificados: Comité Local Organizador de Cali [inversión en infraestructura, gastos de gestión y logística] y Espectadores [gasto privado en consumo], y los consecuentes efectos multiplicadores capturados a partir de un modelo Insumo–Producto. Estos impactos se sintetizan en los efectos sobre la producción y el empleo en el área metropolitana de Santiago de Cali (ver Figura 2).

FIGURA 2
Metodología Impacto Económico Los Juegos Mundiales 2013 Cali



Fuente: Elaboración propia

⁷ La literatura empírica de estudios de impacto económico está concentrada en países desarrollados situados en Europa, Estados Unidos y Asia. Una aproximación detallada de la metodología empleada, sus limitaciones y aplicaciones se encuentra en: (Barajas, Salgado & Sánchez, 2012; Matheson, 2012; Porter & Chin, 2012; Barget & Gouquet, 2008; Gratton et al., 2006). Para el contexto de América Latina ver Avalos (2011). La definición de los efectos corresponde a la sugerida por Seaman (2003).

Es así como la estimación del impacto económico de Los Juegos Mundiales 2013 Cali se lleva a cabo a partir de la suma de tres efectos: directo, indirecto e inducido.

1 | EFECTOS DIRECTOS:

Miden los gastos/inversión totales en que incurre el Comité Local Organizador de Cali –nómina de sueldos, bienes y servicios comprados, construcción y adecuación de infraestructura física deportiva, logística, alquileres, etc.–. Son obtenidos a partir de la información suministrada por el Comité Local Organizador discriminada por la fuente de financiación –gobierno local o entidades del gobierno regional/nacional–, éstos últimos constituyen la inyección de gasto nuevo en el área metropolitana de Santiago de Cali y no una recomposición del gasto del municipio. Asimismo, un aspecto a considerar en el análisis del impacto económico de los megaeventos deportivos es el tipo de financiación usado (Zimbalist, 2010). La financiación vía deuda pública deja compromisos en el mediano y largo plazo asumibles mediante mayores impuestos y/o recortes del gasto en otros servicios prestados por el gobierno [local/nacional]. Si bien este estudio se enfoca en el corto plazo, es importante señalar que la financiación de Los Juegos Mundiales provino en mayor medida de recursos del gobierno nacional y no requirió la necesidad de contraer deuda pública por parte del gobierno local⁸.

2 | EFECTOS INDIRECTOS:

Miden los gastos que realizan los espectadores en bienes y servicios –compra de entradas, alojamiento, alimentación, transporte local, recuerdos–. Los gastos relevantes son los realizados por los espectadores de fuera del área metropolitana de Santiago de Cali cuyo principal motivo para estar en la ciudad es asistir a las competiciones/actividades vinculadas a la celebración de Los Juegos Mundiales. Es decir, se debe incluir el gasto de aquellos espectadores que representa un nuevo flujo de ingreso monetario al área de impacto y que de no realizarse el megaevento deportivo este ingreso/gasto se perdería. Desde esta perspectiva, el gasto de los residentes de Cali y A.M. no constituye una entrada neta de dinero a la economía local, sino una reasignación de su gasto⁹. Incluir este gasto puede conducir a sobreestimar los efectos indirectos, error muy común en los estudios de impacto económico (ver Siegfried & Zimbalist, 2006).

Asimismo, en el cálculo de los espectadores se debe tener presente el posible efecto expulsión provocado por el desplazamiento de público local residente, y/o la cancelación de visitas a la ciudad de turistas [extranjeros/nacionales], para

⁸ La estrategia de financiación de Los Juegos Mundiales implicó la construcción de 5 nuevos escenarios en terrenos del municipio y/o públicos, los demás escenarios fueron adaptados y remodelados para las competiciones. La financiación recayó sobre el gobierno nacional (Coldeportes) tanto para infraestructura como para la logística, el aporte del gobierno de Cali se estima en un 39,1% para la infraestructura construida. El denominado Jardín de los Deportes [deportes en exhibición] se llevó a cabo en los municipios de Guadalajara de Buga (Fútbol Salón, Kudo, Sambo) y Jamundí (Hapkido, Gameball). En el caso de estas competiciones su financiación se llevó a cabo por parte de las Alcaldías de los respectivos municipios.

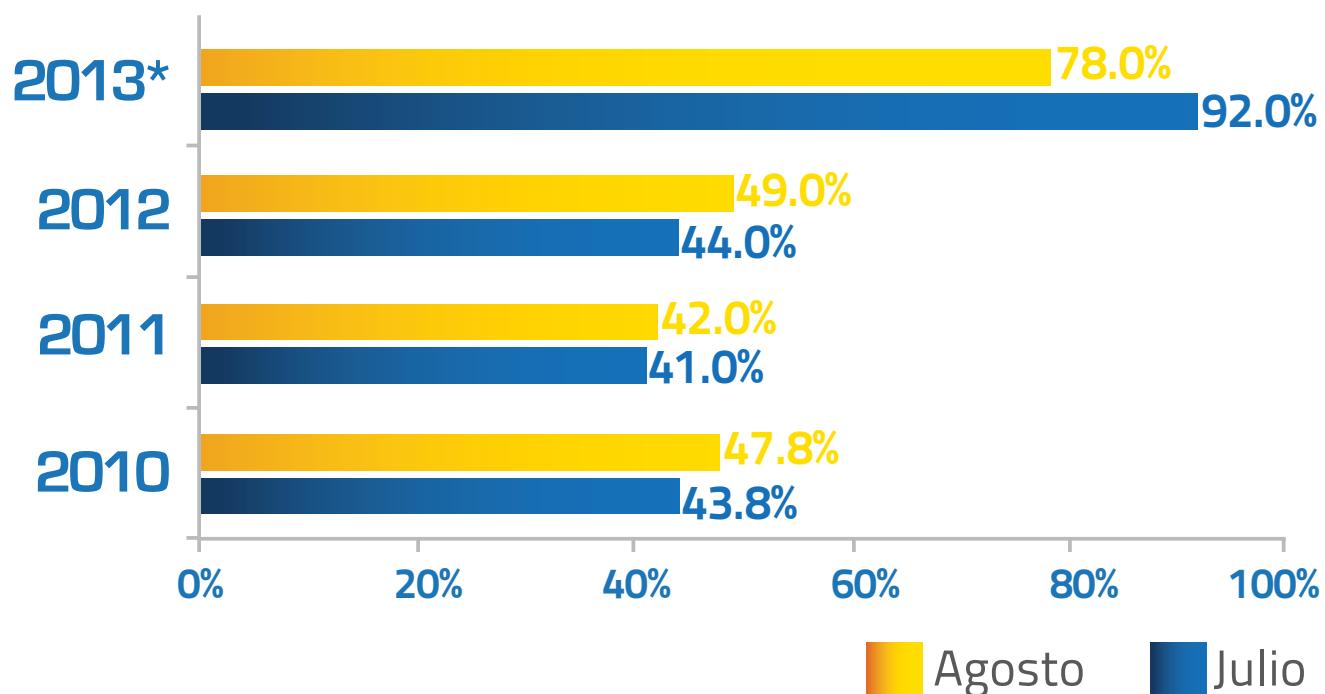
⁹ Este supuesto indica que los residentes en Cali y A.M. disponen de un presupuesto fijo para sus gastos de recreación y ocio. Así, el gasto asociado a su participación como espectadores en Los Juegos Mundiales implica que es menor el presupuesto disponible para otras actividades como ir al cine, teatro u otras alternativas en la ciudad, en el mismo período de realización de Los Juegos o a lo largo del año.

evitar la congestión y los altos precios que supone el exceso de demanda provocado por los espectadores atraídos por la celebración del megaevento deportivo. En el primer caso, la celebración de Los Juegos Mundiales representó para la ciudad, y para sus habitantes, un evento extraordinario por las tres razones mencionadas en la introducción, que antes que provocar desplazamiento de los residentes locales fuera de la ciudad, los motivó a participar como asistentes a las competiciones y a demostrar su hospitalidad a los visitantes internacionales. En el segundo caso, situación que parece ajustarse más a la realidad de grandes ciudades turísticas en países desarrollados, por la fecha de celebración de Los Juegos y la utilización de la

capacidad hotelera en años anteriores, no sería válido concluir que se presentó un efecto desplazamiento y de 'cancelación de reservas'. En el Gráfico 1 se observa que la demanda adicional de hospedaje provocada por la celebración de Los Juegos Mundiales fue perfectamente absorbida por la capacidad hotelera disponible en la ciudad.

Para la estimación del número de espectadores y la descripción de su perfil sociodemográfico y de gasto se requirió el uso de varias fuentes de información, entre ellas de la colaboración de Migración Colombia¹⁰ y la realización de una encuesta cara-a-cara aplicada a los espectadores en la entrada/salida y los alrededores de los escenarios deportivos [ver apartado 3.1 y Anexo 2].

GRÁFICO 1
Tasa de Ocupación Hotelera en Cali 2010-2013



¹⁰ La Unidad Administrativa Especial Migración Colombia es la entidad del Estado Colombiano encargada de "Ejercer control como autoridad migratoria a ciudadanos nacionales y extranjeros en el territorio colombiano", ver <http://www.migracioncolombia.gov.co/index.php/entidad/la-unidad/mision-vision.html>.

3 | EFECTOS INDUCIDOS:

Efecto combinado de los dos gastos anteriores sobre el conjunto de la economía local, a través de dos canales, el canal de relaciones intersectoriales [p.e., la construcción de un nuevo escenario deportivo significa un aumento en la demanda de insumos –ladrillo, aluminio, acero– a otros sectores] y el canal de consumo asociado a los nuevos ingresos que la actividad económica genera [p.e., la contratación de mano de obra –ingenieros, obreros de construcción–, utilidades del sector de obras civiles]. De esta forma, los efectos inducidos son calculados a través de la información de la Matriz Insumo–Producto [MIP] para el Valle del Cauca elaborada por Duque et al. (2013). Esta Matriz es la más reciente disponible en la región para este tipo de estudios a falta de una MIP para Cali y A.M.¹¹ La matriz parte de información del valor bruto de la producción, del valor agregado y de la demanda final, y utiliza el método RAS para calcular el cuadrante de consumo intermedio.

La matriz calculada es de tipo producto por producto, simétrica, a valores básicos y presentados en pesos constantes de 2005. Se encuentra desagregada en 37 sectores de la economía del Valle del Cauca, sin embargo para los fines del presente estudio se ha agregado en 18 sectores de acuerdo con las dos grandes fuentes de demanda identificadas. [ver 'Modelo de simulación de impacto económico: Juegos Mundiales 2013 Cali'].

Adicionalmente, se realiza un análisis que permite capturar la exposición mediática derivada de Los Juegos Mundiales 2013, y su efecto sobre la imagen de la ciudad, a través de las noticias registradas en un portafolio de medios nacionales e internacionales previamente determinados, aplicando una metodología similar a las que usan las agencias especializadas en este tipo de estudios (ver documento adjunto: 'Análisis de medios'). Desde esta perspectiva se asocia la realización de megaeventos deportivos no sólo con la importancia de los resultados deportivos, sino también con una estrategia promocional dirigida a incrementar y mejorar la visibilidad internacional de las ciudades/países.

Desde esta perspectiva se asocia la realización de megaeventos deportivos no sólo con la importancia de los resultados deportivos, sino también con una estrategia promocional dirigida a incrementar y mejorar la visibilidad internacional de las ciudades/países.

¹¹ La elaboración de una MIP para Cali y A.M. constituiría un esfuerzo que sobrepasa los alcances de este estudio por los altos requerimientos de información y tiempo necesarios para su construcción y revela la falta de una contabilidad regional y local en Colombia. La utilización de la MIP actualizada para el Valle del Cauca constituye la mejor aproximación disponible para el cálculo de los multiplicadores, puesto que la estructura económica de Cali refleja la estructura económica del Valle del Cauca. Lo anterior se observa en el peso relativo de Cali y A.M. en el PIB del Valle del Cauca que asciende al 67.9% (ver DANE, 2013).



3. PERFIL DE LOS ESPECTADORES

Este apartado tiene dos objetivos. Primero, estimar el número de espectadores a Los Juegos Mundiales 2013 Cali clasificados en tres tipos: i) **locales**, residentes dentro del área metropolitana de Santiago de Cali ; ii) locales, residentes de fuera del área metropolitana de Santiago de Cali, pero dentro del territorio nacional **[turistas nacionales]**¹² y, iii) no locales, residentes en el extranjero **[turistas extranjeros]**. Segundo, estimar el flujo monetario que destinan los anteriores espectadores al pago de entradas¹³, alojamiento, alimentación, transporte local, compras/recuerdos y ocio/diversión durante su estadía en la ciudad presenciando Los Juegos.

Los Juegos Mundiales se desarrollaron a lo largo de 10 días, los seis últimos del mes de julio y los primeros cuatro del mes de agosto de 2013. Las competiciones tuvieron lugar en 25 escenarios con capacidad para albergar a 108,259 espectadores¹⁴ (ver Anexo 3). Los tres escenarios de mayor capacidad son, el Estadio Olímpico Pascual Guerrero (25,486)¹⁵ , la Plaza de Toros de Cañaveralejo (19,000) y el Coliseo El Pueblo (18,700) que representan el 58% del total de la capacidad. El 25 de julio se llevó a cabo la ceremonia de inauguración, no hubo competencias y el 4 de agosto se realizó la ceremonia de clausura



¹² Residentes en otros municipios del Valle del Cauca y de Colombia.

¹³ El gasto en entradas no se tuvo en cuenta en la encuesta, ya que éste es suministrado directamente por la empresa encargada por el Comité Local Organizador para su venta.

¹⁴ Los escenarios se utilizaron en forma simultánea, aunque no todos los días. Por ejemplo, El Estadio Olímpico Pascual Guerrero se utilizó del 28 al 30 de julio para las competencias de Disco Volador y del 01 al 02 de agosto para Rugby 7.

¹⁵ Corresponde a las tribunas habilitadas para presenciar las competiciones y no a la capacidad total del Estadio.

3.1.

ESTIMACIÓN DEL NÚMERO DE ESPECTADORES

El cálculo de los espectadores requirió usar distintas fuentes de información, a través de un conjunto de matices y especificaciones que procedemos a exponer:

- La Encuesta Asistentes a Los Juegos Mundiales 2013 Cali fue una encuesta cara–cara aplicada a los espectadores en los sitios de entrada/salida y alrededores de los escenarios de competición¹⁶. Para una mayor fidelidad de las respuestas y custodia de los formularios se requirió el valioso apoyo de 56 voluntarios/as de Los Juegos, los cuales a través de tres reuniones recibieron capacitación, por parte del equipo de investigación encargado del estudio, en el desarrollo de encuestas cara–cara, un conocimiento profundo de los cuestionarios y de los objetivos de la investigación. Los voluntarios/as se distribuyeron en función de la programación de las competiciones y la capacidad de los escenarios. Asimismo, se diseñaron dos modelos de cuestionario: uno dirigido a los turistas extranjeros (–en inglés–) y otro para los locales, tanto para residentes como para no residentes de Cali y A.M. (ver Anexo 2).

La encuesta permitió capturar: i) las características generales de los asistentes, tanto demográficas como socioeconómicas; ii) la frecuencia de asistencia a las competiciones, es decir para un mismo individuo, el número medio de competiciones y el número medio de días que asiste; iii) la estructura del gasto derivado de la asistencia a las competiciones y, iv) el motivo de asistencia y

grado de satisfacción. Para cada uno de los anteriores apartados la información distingue entre los tres tipos de espectadores identificados: locales residentes en Cali y A.M., turistas nacionales y turistas extranjeros. En total se aplicaron 1,299 encuestas: 508 a turistas extranjeros, 282 a turistas nacionales y 509 a residentes del área metropolitana de Santiago de Cali¹⁷.

- Gracias al apoyo de la Unidad Administrativa Especial Migración Colombia se habilitó temporalmente en el sistema de registro de los diferentes puestos de control migratorio en el país, la categoría 'Juegos Mundiales' entre el 18 de Julio y el 4 de Agosto de 2013. Los resultados muestran que en el período ingresaron 10,481 extranjeros al país con destino a la ciudad de Cali, de los cuales 7,006 manifestaron que la principal razón para visitar Cali era participar de las actividades asociadas a Los Juegos Mundiales distribuidos así: 4,832 visitantes en calidad de deportistas, jueces, miembros de federaciones deportivas, prensa, invitados especiales, etc. y 2,174 como espectadores/turistas extranjeros a las competiciones. Esta estrategia para determinar el número de turistas extranjeros resulta novedosa en este tipo de estudios, en la medida que implica un cálculo directo y preciso del grupo de interés.

¹⁶ El sistema de encuesta elegido fue la entrevista personal cara–cara. Este sistema tiene sus ventajas; con un/a entrevistador/a entrenado/a, una vez que se aborda al entrevistado/a y este/a acepta la realización de la misma, es difícil que la encuesta no sea válida ya que el número de preguntas contestadas es prácticamente del 100%. No obstante, tiene el inconveniente de tener que realizarse en un momento próximo al disfrute del evento por parte del entrevistado/a, lo cual dificulta, y hace costosa, la obtención de un número mínimo de encuestas representativas para la realización del estudio.

¹⁷ El diseño muestral siguió el procedimiento sugerido por Levy y Lameshow (1991) aceptando un error muestral del 5% y un nivel de confianza del 95%. Las 1,299 encuestas constituyen una muestra representativa del total de espectadores de Los Juegos Mundiales 2013 Cali, estratificada según el origen (turistas extranjeros, turistas nacionales y residentes en Cali y A.M.).

Usualmente, en la literatura de evaluación de impacto económico se utilizan estimaciones indirectas basadas en encuestas al público asistente y en la ocupación hotelera. Otra ventaja de esta estrategia es que elimina el sesgo de los visitantes casuales, es decir los espectadores extranjeros que asisten a Los Juegos pero su visita a la ciudad es explicada por otra razón distinta a la celebración de Los Juegos [p.e., visita a familiares, razones de estudio/trabajo].

- La empresa encargada por el Comité Local Organizador de Cali de la venta de las entradas proporcionó el número total de entradas disponibles, las efectivamente vendidas y las de cortesía por día, escenario y disciplina deportiva, incluyendo las ceremonias de inauguración y clausura.
- Si bien, en principio resulta claro que incluir al público local residente en Cali y A.M. representa una recomposición de su gasto en el tiempo y en

la misma área geográfica, se hace necesario incorporar a aquellos espectadores locales residentes en el área de impacto que pudiendo salir de la ciudad (fuga de gasto) se quedaron, producto de una elección racional, para participar como espectadores por la novedad que significaban Los Juegos Mundiales. Este público asistente es capturado a través de la siguiente pregunta de la Encuesta: ¿Ha asistido a otras competiciones internacionales en los últimos tres años?

- Asimismo, se tiene en cuenta el fenómeno observado de rotación de entradas entre familiares/amigos de la población residente en Santiago de Cali. Este fenómeno es explicado en parte por las largas jornadas de las competiciones y porque la entrada permitía el acceso durante toda la jornada. Así, por ejemplo, una persona usaba la misma entrada en la mañana y otra la usaba en la tarde, a lo largo del mismo día.



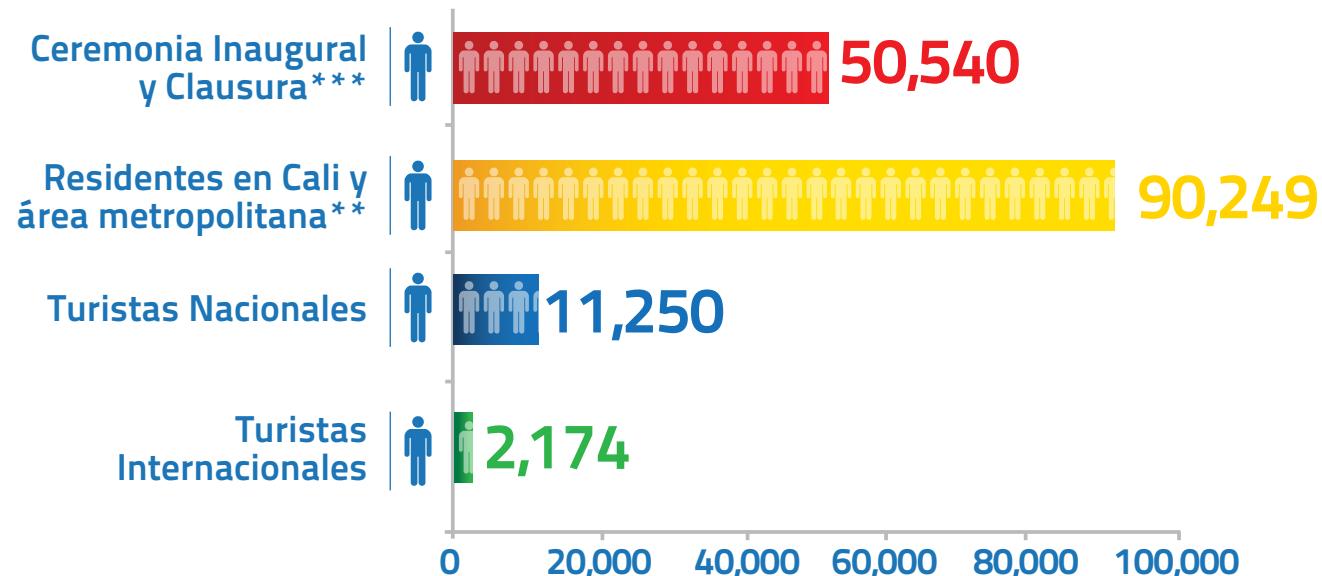
La anterior información y refinamientos metodológicos permitieron convertir el número total de entradas [vendidas/cortesía] en número total de asistentes por tipo de residencia [residentes de Cali y A.M.; Turistas Nacionales; Turistas Extranjeros] que se muestran en el Gráfico 2. Esta metodología de estimación del número de espectadores también se puede calificar de novedosa en los estudios de impacto económico. En efecto, conociendo el número de espectadores internacionales, a partir de la Encuesta se puede estimar el número de turistas nacionales y de espectadores residentes en Cali y A.M., a través de la pregunta sobre el 'motivo de asistencia'. Además, la información de la Encuesta permite corregir el número de entradas vendidas por la frecuencia de asistencia, es decir por el número medio de competiciones vista por

cada tipo de espectador. De esta forma, se convierte el número de entradas en número de espectadores, lo que asegura evitar cometer un error muy común en los estudios de impacto económico de sobreestimar el número de asistentes, que en muchos estudios rebasa la capacidad de los escenarios de competencia y/o la capacidad hotelera local.

En resumen, Los Juegos Mundiales 2013 Cali fueron vistos en vivo al interior de los distintos escenarios deportivos por 103,673 personas (ver Gráfico 2), de los cuales 2,174 fueron turistas internacionales, 11,250 turistas nacionales y 90,249 residentes en Cali y A.M. Asimismo, 50,540 espectadores presenciaron las ceremonias de inauguración y clausura.

GRÁFICO 2

Número de espectadores* que presenciaron Los Juegos Mundiales 2013 Cali



* Corresponde al número de espectadores corregido por la frecuencia de asistencia. Es decir, teniendo presente que un mismo espectador asiste a distintas competiciones a lo largo de los días de celebración de Los Juegos.

** Incluye corrección por el número de residentes de Cali que compartieron la entrada, con ello se aumentó el número de personas que disfrutaron de las competiciones.

*** Incluye corrección para evitar la duplicación de asistentes que presenciaron ambas ceremonias.

Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta Asistentes a Los Juegos Mundiales 2013 Cali e información de Migración Colombia.



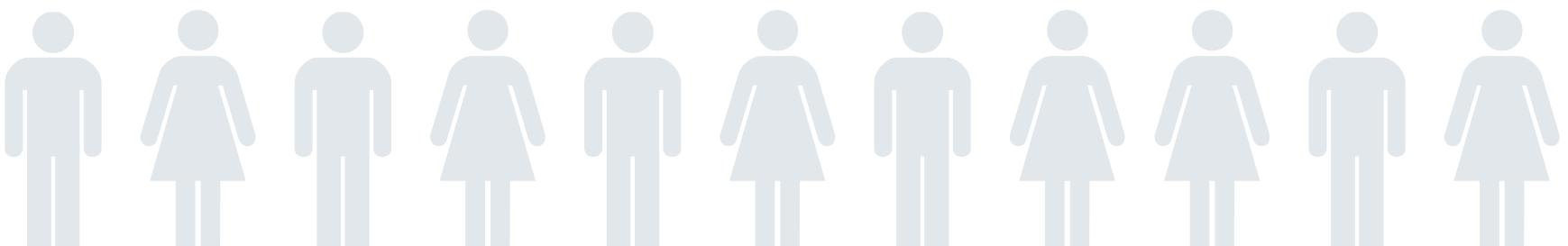
3.2.

CARACTERÍSTICAS GENERALES

El perfil de los asistentes a Los Juegos Mundiales 2013 Cali indica que se trata de un espectador de mediana edad, en su mayoría hombres, casados o en unión libre y con educación universitaria (ver Cuadro 2). En el caso de los turistas extranjeros, el rango de edad que más asistió fue entre los **30 y 39 años (29.6%)**, el **64.8%** son hombres, el **51.7%** tiene un estado civil con algún vínculo formal (casado/unión libre) y el **80%** cuenta con titulación universitaria. Asimismo se trata, en el caso del turista internacional, de un espectador especializado y con experiencia. En efecto, para el caso del **41.3%** de los turistas extranjeros su trabajo/estudio está vinculado con actividades deportivas y el **71.1%** ha asistido a eventos deportivos internacionales en los últimos tres años. Para los turistas nacionales y los residentes en Cali estos porcentajes caen fuertemente, indicando con ello, en parte, de qué se trata de espectadores más motivados por la

novedad de las disciplinas deportivas y la experiencia de asistir a un evento deportivo de escala mundial.

La actividad principal de los espectadores es trabajar y estudiar. En el caso de los residentes en el área metropolitana de Santiago de Cali y de los turistas nacionales el **6.5% y el 4.1%**, respectivamente, se dedica a los oficios del hogar. Esto último, se puede relacionar con la novedad y oportunidad de celebrarse en el país un megaevento deportivo que motivó la asistencia de un segmento de población que poco participa de actividades tiempo-intensivas que se realizan por fuera del hogar, debido a su alta restricción de tiempo. Por nivel de ingresos mensuales, la mayoría de los espectadores tienen ingresos entre **\$1.200.000.oo [US\$ 635]** y **\$3.600.000.oo. [US\$ 1.904]**¹⁸.



¹⁸Tasa de Cambio Representativa del Mercado [TCRM] \$/US\$ 1.890,33., fin de mes [julio de 2013]. Fuente: Banco de la República/Superintendencia Financiera de Colombia. [http://www.banrep.gov.co/es/series-estadisticas/see_ts_trm.htm]

CUADRO 2
Perfil socio–demográfico de los asistentes
a Los Juegos Mundiales 2013 Cali

VARIABLES	TURISTA EXTRANJERO	TURISTA NACIONAL	RESIDENTE CALI Y A.M.
Rango de Edad (años)	18-24 25-29 30-39 40-49 >50 15.2% 17.2% 29.6% 17.8% 20.2%	18-24 25-29 30-39 40-49 >50 13.9% 13.1% 25.3% 22.0% 25.7%	18-24 25-29 30-39 40-49 >50 12.5% 9.7% 26.3% 27.9% 23.6%
Sexo			
Hombre	64.8%	61.6%	56.2%
Mujer	35.2%	38.4%	43.8%
Estado civil			
Soltero	44.1%	44.1%	37.0%
Casado/unión libre	51.7%	49.0%	56.3%
Viudo/divorciado	4.1%	6.9%	6.7%
Nivel educativo			
Ninguno	0.2%	0.0%	0.4%
Primaria	0.4%	1.2%	0.8%
Secundaria	10.2%	6.9%	11.5%
Técnico	9.1%	11.8%	12.7%
Universitaria/Postgrado	80.0%	80.0%	74.6%
Su trabajo/estudios están relacionados con la actividad deportiva			
Si	41.3%	22.9%	12.7%
Ha asistido a otras competiciones internacionales en los últimos 3 años			
Si	71.1%	46.1%	40.2%
Actividad principal			
Estudiar	9.6%	13.5%	12.1%
Trabajar	81.1%	77.1%	74.3%
Oficios del hogar	0.7%	4.1%	6.5%
Buscar trabajo	1.1%	0.0%	1.0%
Jubilado	3.7%	3.3%	4.4%
Otra	3.9%	2.0%	1.6%
Nivel de ingresos mensuales (pesos colombianos)			
<\$600,000	10.3%	8.2%	11.4%
\$601,000-\$1,200,000	15.7%	15.5%	17.7%
\$1,201,000-\$2,400,000	19.0%	23.7%	23.3%
\$2,401,000-\$3,600,000	19.7%	21.6%	16.8%
\$3,601,000-\$4,800,000	16.2%	13.5%	11.0%
\$4,801,000-\$6,000,000	7.9%	8.6%	8.9%
>\$6,001,000	11.4%	9.0%	11.0%

Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta Asistentes a Los Juegos Mundiales 2013 Cali.



3.3.

NIVEL DE SATISFACCIÓN

La satisfacción de los espectadores, sean visitantes nacionales o internacionales, sobre su experiencia como asistentes a Los Juegos Mundiales 2013 Cali puede afectar positivamente las intenciones de repetir el destino y/o quedarse más tiempo en la ciudad para explorar otras atracciones. Los resultados indican que el 92.2% de los turistas extranjeros valora su participación como buena y muy buena, frente al 89.4% y 91.5% de los turistas nacionales y residentes en Cali y A.M., respectivamente (ver Cuadro 3).

Asimismo, se indaga por una aproximación a la valoración subjetiva que realizan los espectadores acerca de las condiciones de la ciudad y de su entorno que favorecen la participación y disfrute del evento. Por esta vía, la celebración de megaeventos deportivos genera diversos beneficios al territorio/ciudad que los acoge vinculados con su imagen y su posición competitiva en el contexto nacional e internacional. Además de contribuir al fortalecimiento de la identidad y favoreciendo una mayor cohesión social.

Los resultados muestran que en opinión de los espectadores la celebración de Los Juegos Mundiales 2013 Cali generó un impacto positivo sobre la

imagen de Cali en el contexto nacional como 'ciudad deportiva, moderna y competitiva'. En efecto, 97 de cada 100 espectadores residentes en Cali así lo consideran y lo ratifican el 94.7% y el 90.9% de los turistas nacionales e internacionales, respectivamente. La misma valoración situada en el contexto internacional se mantiene en altos niveles, aunque la percepción disminuye especialmente entre los turistas extranjeros (73.4%).

Por otro lado, en promedio 90 de cada 100 espectadores, considera que la celebración de Los Juegos Mundiales 2013 Cali generó un impacto positivo sobre el 'orgullo y sentido de pertenencia de los caleños por su ciudad', percepción más pronunciada en los residentes de Cali (96.6%). Tal como lo ha puesto de manifiesto Zimbalist (2010, p. 9) para los residentes locales este es un momento "corto pero intenso" a través del cual "la atención del mundo se centrará en sus hogares" lo que a corto plazo genera "una gran sensación de logro". De igual forma, cerca del 80% de los turistas extranjeros y cerca del 90% de los turistas nacionales y residentes en Cali consideran que la celebración del megaevento deportivo contribuyó a la 'generación de empleo y actividad económica' para la ciudad, respectivamente.

CUADRO 3

Nivel de satisfacción de los asistentes a Los Juegos Mundiales 2013 Cali

PERCEPCIONES DE LOS ESPECTADORES	TURISTA EXTRANJERO	TURISTA NACIONAL	RESIDENTE CALI Y A.M.
Satisfacción general como espectadores en Los Juegos Mundiales 2013 Cali:			
Buena - Muy Buena	92.2%	89.4%	91.5%
La celebración de Los Juegos Mundiales 2013 Cali genera un impacto sobre:¹			
La imagen de Cali en Colombia como 'ciudad' deportiva, moderna y competitiva'	90.9%	94.7%	97.0%
El orgullo y sentido de pertenencia de los caleños por su ciudad	91.1%	91.4%	96.6%
La imagen de Cali en el exterior como ciudad deportiva, moderna y competitiva'	73.4%	88.6%	93.7%
La generación de empleo y actividad económica para Cali	79.3%	88.6%	88.5%

¹ Indica la proporción de individuos que contestaron estar de acuerdo o totalmente de acuerdo con cada una de las opciones.

Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta Asistentes a Los Juegos Mundiales 2013 Cali

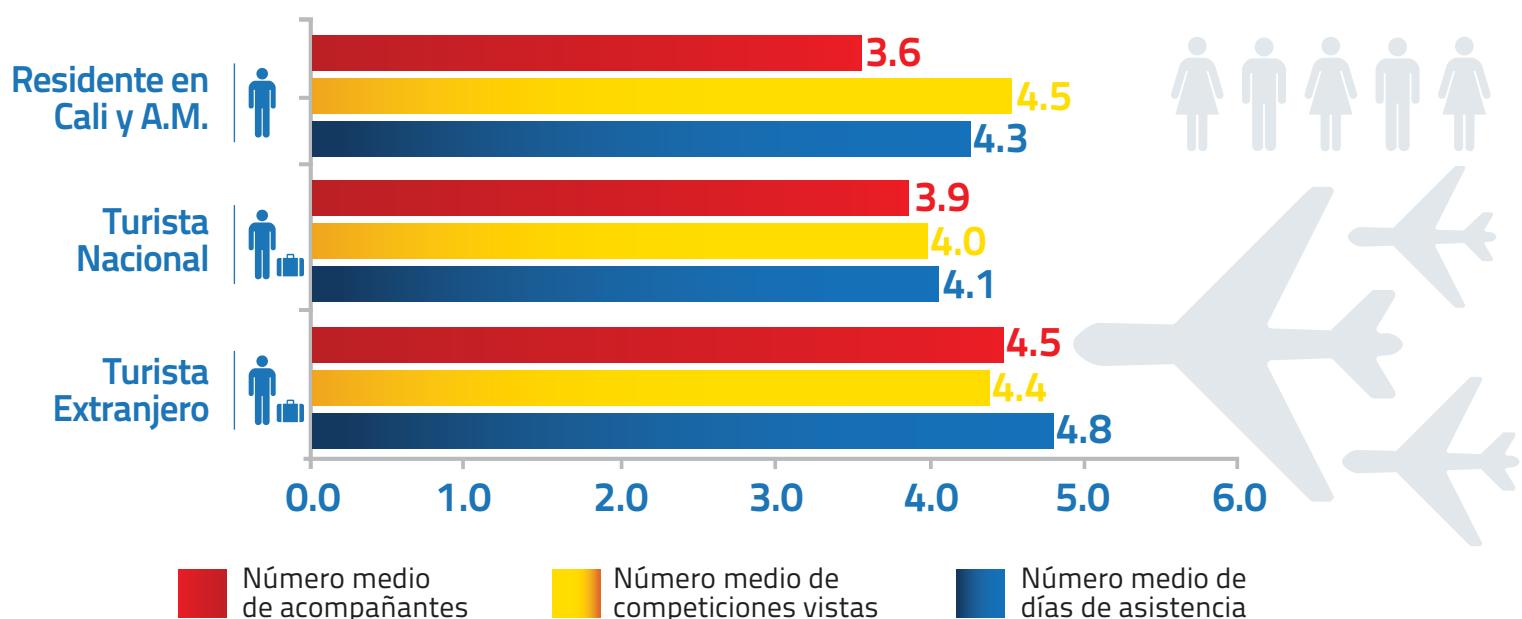
El gasto privado tanto de los turistas internacionales y nacionales, como de los residentes en el área metropolitana de Santiago de Cali, constituye uno de los principales componentes de la movilización de recursos, y del impacto económico, asociados a la celebración de Los Juegos. La estructura de gasto de los espectadores, en especial de aquellos que vienen de fuera de la ciudad atraídos por la celebración de Los Juegos, depende de un conjunto de factores, entre ellos: del lugar de residencia; del promedio de duración de la estancia en la ciudad y del número de competiciones a las que asista; del tipo de alojamiento y del sistema de transporte que utilicen al interior de la ciudad.

Los resultados de la encuesta muestran que la duración de la estadía en la ciudad por parte de los turistas extranjeros es en promedio de 4.8

días y asisten en promedio a 4.4 competiciones a lo largo de los 10 días de duración de Los Juegos (Gráfico 3). En el caso de los turistas nacionales la estancia media es 4.1 días y una media de asistencia a 4.0 competiciones. La participación como asistente a eventos deportivos dinamiza la interacción social que se refleja en estilos de vida compartidos. En efecto, los turistas extranjeros asisten con un promedio de 4.5 acompañantes frente a 3.9 y 3.6 de los turistas nacionales y asistentes locales, respectivamente.

El 58.3% de los turistas extranjeros se hospeda en hoteles, cerca del 13% en pensiones/hostales y el 23.3% en casa de familiares/amigos (Gráfico 4). Por su parte, el 58.4% de los turistas nacionales usaron como principal forma de alojamiento la casa de familiares/amigos y el 30.6% se aloja bien sea en hoteles o pensiones/hostales.

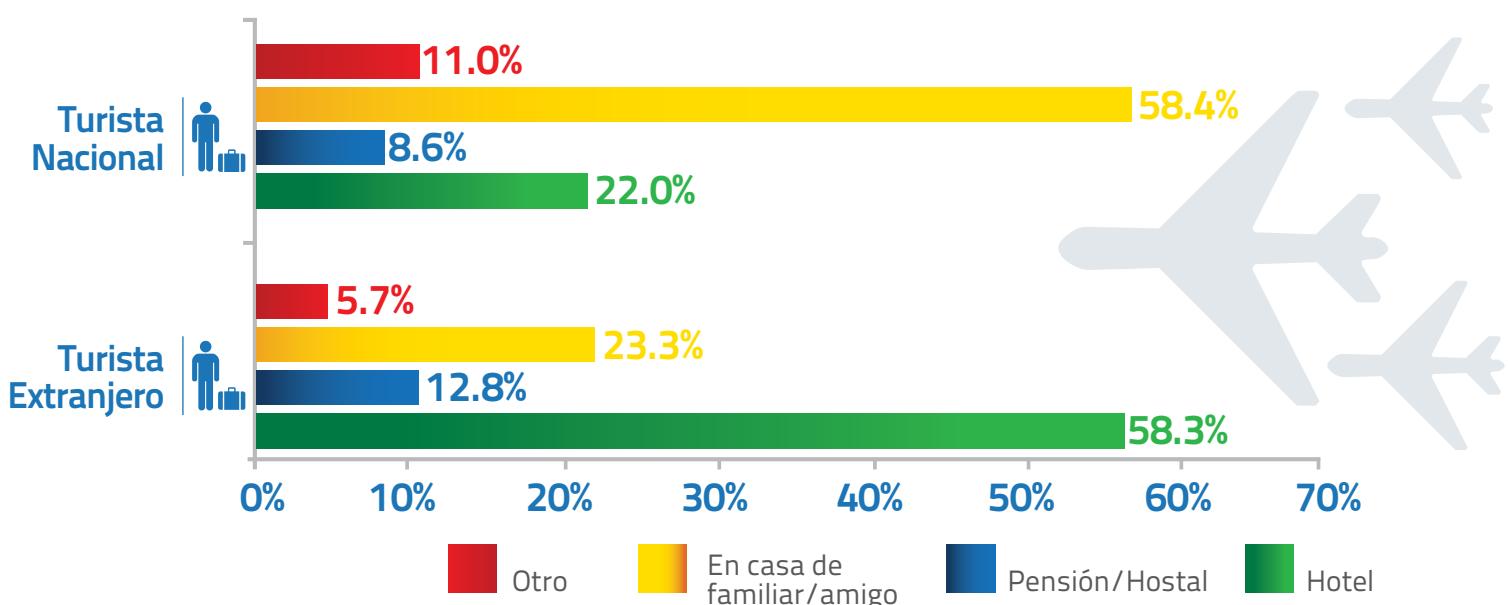
GRÁFICO 3
Duración media de la estadía, número medio de competiciones y acompañantes de los asistentes a Los Juegos Mundiales 2013 Cali



Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta Asistentes a Los Juegos Mundiales 2013 Cali.

GRÁFICO 4

Tipo de hospedaje de los asistentes a Los Juegos Mundiales 2013 Cali



Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta Asistentes a Los Juegos Mundiales 2013 Cali.

El principal medio transporte usado por los turistas extranjeros para desplazarse por la ciudad fue el taxi (46.1%) (ver Cuadro 4). Por su parte, para los turistas nacionales y los residentes de Cali fue el automóvil/moto particular (39.2% y 51.9%, respectivamente). De otra parte, el sistema de transporte masivo de la ciudad (MIO) fue usado por cerca de 9 y 16 de cada 100 turistas internacionales y nacionales, respectivamente¹⁹.

CUADRO 4

Medio de transporte de los asistentes a Los Juegos Mundiales 2013 Cali

MEDIO DE TRANSPORTE	TURISTA EXTRANJERO	TURISTA NACIONAL	RESIDENTE CALI Y A.M.
Taxi	46.1%	33.1%	20.0%
caminando	5.2%	2.9%	5.1%
Automóvil/moto Propia/familiar/amigo	12.6%	39.2%	51.9%
Bicicleta	0.4%	0.4%	0.6%
MIO	8.9%	16.3%	20.6%
Bus Tradicional	5.0%	3.7%	1.2%
Automóvil rentado	5.4%	1.2%	0.4%
Transporte no empresarial	16.3%	3.3%	0.2%

Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta Asistentes a Los Juegos Mundiales 2013 Cali

¹⁹ Es de destacar que un 16.3% de los turistas extranjeros empleó como medio de transporte un sistema privado complementario (que denominamos, transporte no empresarial) que consiste en abordar un vehículo para llevarlos al escenario de competición, sin que este esté afiliado a una compañía de transporte y/o tenga licencia de transporte público o privado de pasajeros. Este indicador aunque alto es consistente con el hecho de que un 23% de turistas extranjeros se hospeda en casa de familiares/amigos y sólo el 12.6% emplea el automóvil/moto particular de familiar/amigo para desplazarse por la ciudad. Situación que es importante tenerla presente en futuros eventos deportivos internacionales por los potenciales riesgos que implica para el visitante y el menor ingreso que recibe el sector de transporte público de pasajeros, bien sea el privado a través de los taxis, las agencias de alquiler, los servicios privados de transporte o el sistema de transporte masivo de la ciudad.

Las anteriores cifras permiten ilustrar como cada subgrupo de espectadores tiene una estructura de gasto diferente. Es decir, la estructura de gasto de los residentes en el área metropolitana de Cali no es la misma frente a los que residen por fuera, en especial por los gastos de hospedaje. Incluso, en el interior de cada grupo también existen diferencias en la medida en que algunos se hospedan en establecimientos hoteleros mientras que otros no. Como apenas resulta normal se pueden detallar más aspectos que harían diferencia entre y al interior de cada grupo, que finalmente se reflejarían en la estructura y cuantía del gasto. Para efectos de nuestra estimación tomamos como criterio de clasificación el lugar de residencia, que permite una clara diferenciación entre los grupos y representa un criterio fuerte de diferenciación frente al gasto.

En el Cuadro 5 se observa el gasto medio por espectador durante la celebración de Los Juegos

Mundiales 2013 Cali. Los resultados muestran que un turista extranjero gastó en promedio \$1,805,237 pesos que se direccionan hacia las distintas actividades económicas: la hotelería \$574,496 (31.8%); ocio/diversión \$392,343 (21.7%), representado en visitas a sitios emblemáticos de la ciudad, la asistencia a museos y a bares/discotecas; la restauración \$328,138 (18.2%); el comercio minorista \$264,152 (14.6%), a través de la venta de recuerdos alusivos a Los Juegos Mundiales y de las artesanías locales, y el transporte local \$246,109 (14.6%). Por su parte, un turista nacional en promedio gastó \$696,242, siendo las principales actividades receptoras la hotelería \$280,368 (40.3%), la restauración \$168,930 (24.3%) y el transporte local \$111,363 (16.0%). En caso de los residentes en Cali y A.M., su gasto medio se estimó en \$211,099 y las principales actividades receptoras fueron la restauración \$85,750 (40.6%), el transporte local \$56,528 (26.8%) y el comercio minorista \$45,837 (21.7%).

CUADRO 5

Gasto medio de los espectadores [cifras en pesos]

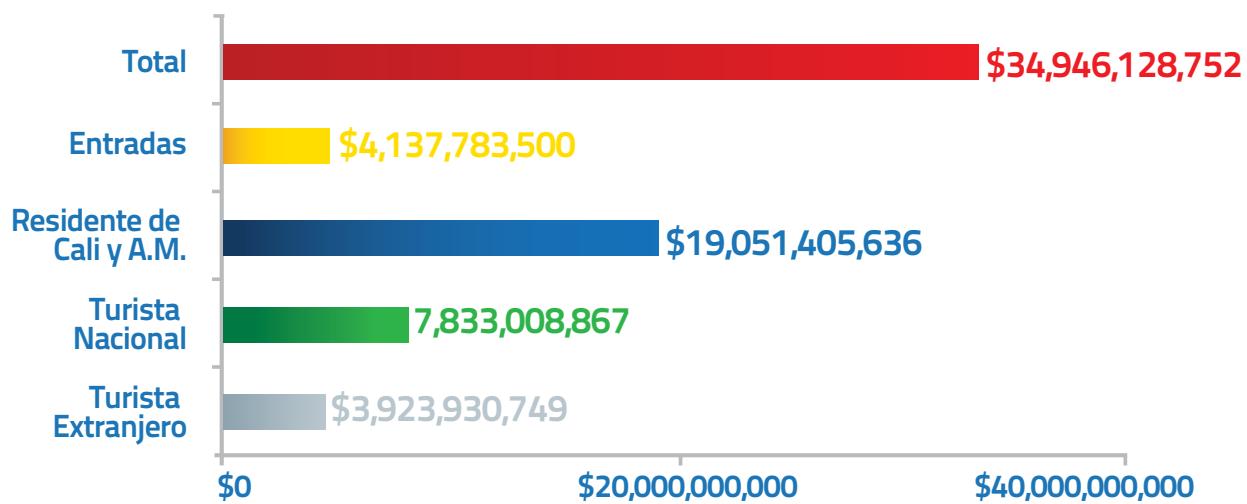
VARIABLES	TURISTA EXTRANJERO	TURISTA NACIONAL	RESIDENTE CALI Y A.M.
Gasto medio total por persona durante la estancia			
Alojamiento	\$ 574,496	\$ 280,368	\$ 0
Alimentación	\$ 328,138	\$ 168,930	\$ 85,750
Transporte Local	\$ 246,109	\$ 111,363	\$ 56,528
Compras/Recuerdos	\$ 264,152	\$ 90,300	\$ 45,837
Ocio/Diversión	\$ 392,343	\$ 45,281	\$ 22,985
Total	\$ 1,805,237	\$ 696,242	\$ 211,099
Gasto Medio Total por persona/día			
Alojamiento	\$ 119,470	\$ 68,828	\$ 0
Alimentación	\$ 68,238	\$ 41,471	\$ 20,069
Transporte Local	\$ 51,180	\$ 27,339	\$ 13,230
Compras/Recuerdos	\$ 54,932	\$ 22,168	\$ 10,728
Ocio/Diversión	\$ 81,590	\$ 11,116	\$ 5,379
TOTAL	\$ 375,411	\$ 170,921	\$ 49,406

Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta Asistentes a Los Juegos Mundiales 2013 Cali.

El Gráfico 5 muestra la estimación del gasto total de los espectadores en Los Juegos Mundiales Cali 2013, a la cual se suma el gasto en entradas el cual fue suministrado por la empresa encargada de su venta. En total cerca de 35 mil millones de pesos significó la movilización de recursos de los asistentes durante los 10 días de celebración de Los Juegos. De los cuales 11,757 millones fueron irrigados a la economía local por parte de los turistas, internacionales y nacionales, atraídos a la ciudad por la celebración de Los Juegos.

GRÁFICO 5

Gasto total de los espectadores [cifras en pesos]



Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta Asistentes a Los Juegos Mundiales 2013 Cali y empresa encargada de la venta de entradas.

El Cuadro 6 muestra el gasto de los espectadores por tipo de consumo, excluyendo el gasto en entradas, lo que permite identificar las actividades económicas más beneficiadas por la 'turbina de gasto' asociada a Los Juegos. Este gasto constituye la inyección total de recursos a través del consumo que dinamiza los sectores vinculados al turismo como la alimentación, la hotelería, el transporte y el comercio local. De igual forma se beneficia el Estado a través de una mayor recaudación de impuestos derivados de las distintas transacciones.

CUADRO 6

Gasto total de los espectadores por tipo de consumo [cifras en pesos]

TIPO DE CONSUMO	TURISTA EXTRANJERO	TURISTA NACIONAL	RESIDENTE CALI Y A.M.	TOTAL	
Alojamiento	\$ 1,248,745,461	\$ 3,154,258,391	\$ 0	\$ 4,403,003,852	14.3%
Alimentación	\$ 713,253,218	\$ 1,900,533,906	\$ 7,738,784,649	\$ 10,352,571,773	33.6%
Transporte Local	\$ 534,951,751	\$ 1,252,874,373	\$ 5,101,579,580	\$ 6,889,405,703	22.4%
Compras/Recuerdos	\$ 574,170,087	\$ 1,015,911,937	\$ 4,136,692,156	\$ 5,726,774,180	18.6%
Ocio/Diversión	\$ 852,810,232	\$ 509,430,261	\$ 2,074,349,251	\$ 3,436,589,745	11.2%
TOTAL	\$ 3,923,930,749	\$ 7,833,008,867	\$ 19,051,405,636	\$ 30,808,345,252	100%

Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta Asistentes a Los Juegos Mundiales 2013 Cali.



4. IMPACTO ECONÓMICO



El objetivo de este apartado es presentar los resultados de la estimación del impacto económico de Los Juegos Mundiales sobre la economía de Cali y A.M. Cómo se ha indicado en el apartado anterior, el impacto económico se mide como la suma de tres efectos.

En primer lugar, los efectos directos derivados del gasto/inversión en que incurrió el Comité Local Organizador de Cali para garantizar la celebración de Los Juegos. En segundo lugar, los efectos indirectos, derivados del gasto que los espectadores de Los Juegos realizan en la ciudad, en la medida que son inherentes al hecho de su celebración. Por último, los efectos inducidos



derivados de la dinámica que genera el impulso de las dos demandas anteriores, vía relaciones intersectoriales [compras a otros sectores] y de consumo [nuevos ingresos], sobre toda la economía local.

El efecto directo incluye todos los gastos/inversiones necesarios para poner en marcha Los Juegos Mundiales. En este caso se consideran dos grandes fuentes de gasto/inversión por parte del Comité Local Organizador de Cali²⁰: i) la inversión en construcción de nuevos escenarios deportivos y la adecuación y remodelación de los ya existentes; ii) el gasto en preparación, gestión y logística.

La inversión en construcción y adecuación de infraestructura deportiva para llevar a cabo Los Juegos Mundiales fue un esfuerzo tripartito entre los gobiernos local, departamental y nacional. El esfuerzo del gobierno local corresponde al 39.1% del total de la inversión (Cuadro 7), el gobierno nacional apoyó con el 52.4% y el gobierno departamental con el 4%.

CUADRO 7 Inversión en Infraestructura Deportiva [cifras en pesos de 2013]

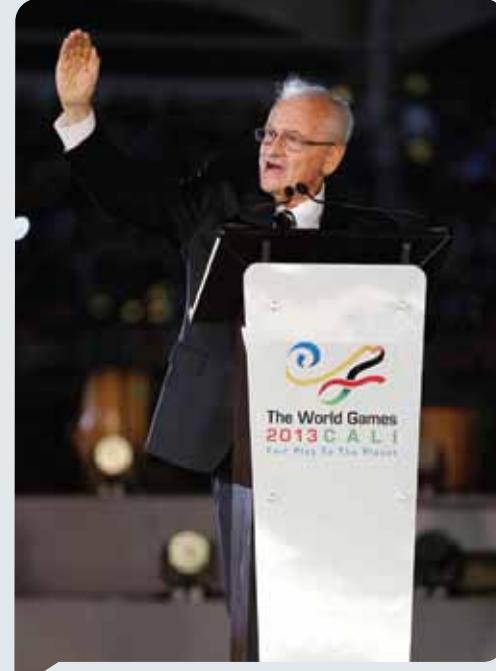
ENTIDAD	OBRA CIVIL	INTERVENTORIA	TOTAL	
Alcaldía Santiago de Cali	\$ 14,919,610,175	\$ 785,242,641	\$ 15,704,852,816	39.1%
Gobernación del Valle del Cauca	\$ 1,520,000,000	\$ 80,000,000	\$ 1,600,000,000	4.0%
Escuela Nacional del Deporte	\$ 1,710,000,000	\$ 90,000,000	\$ 1,800,000,000	4.5%
Gobierno Nacional [Coldeportes]	\$ 19,999,181,899	\$ 1,052,588,521	\$ 21,051,770,420	52.4%
TOTAL	\$ 38,148,792,074	\$ 2,007,831,162	\$ 40,156,623,236	100%

Fuente: Comité Local Organizador de Cali

Siguiendo la metodología adoptada en este estudio, para evitar cometer un error ampliamente documentado en los estudios de impacto económico, la inversión de la Alcaldía de Santiago de Cali en escenarios deportivos se excluye del efecto directo, dado que no puede ser considerada como una nueva inyección de recursos en el área de impacto de Los Juegos. Ésta constituye una transferencia de los mismos residen-

tes locales en forma de gasto público local, frente a otros usos potenciales de éstos recursos. Finalmente, como inyección de nuevos recursos financieros al área de impacto, en este caso Cali y A.M., ingresaron \$ 24,452 millones de pesos correspondientes al apoyo de los gobiernos nacional, Escuela Nacional del Deporte y departamental.

²⁰ La información financiera [gasto/inversión en logística e infraestructura] proporcionada por el Comité Local Organizador de Cali y usada en este informe para la simulación corresponde a los años 2012 y 2013. La totalidad de la inversión en nuevos escenarios deportivos y la remodelación de los existentes se llevó a cabo durante el año 2013. Al igual que el grueso de los gastos de logística durante los días de celebración de Los Juegos, la inauguración y la clausura. Durante el año 2012 se realizaron gastos por \$14,326 millones de pesos en gestión administrativa. Las diferentes partidas de la inversión en infraestructura, los gastos de organización y logística y el gasto de los espectadores se distribuyen en el sector correspondiente entre los 18 sectores económicos en los que se desagrega la matriz insumo producto del Valle del Cauca, utilizada en la simulación. Se emplean deflactores implícitos calculados a partir de las Cuentas Departamentales y de las Cuentas Trimestrales del DANE. (Ver: 'Modelo de Simulación de Impacto Económico: Juegos Mundiales 2013 Cali').



El gasto en operación y logística para la realización de Los Juegos se muestra en el Cuadro 8. La información se presenta en las partidas que utiliza el Comité Olímpico Colombiano (COC). En total los recursos ascienden a **\$ 66,255 millones** de pesos financiados en su totalidad por el gobierno nacional en cabeza de Coldeportes²¹. Ajustando el gasto en operación y logística de acuerdo con la metodología adoptada se debe tener en cuenta sólo la inyección de recursos provenientes de fuera del área de impacto y que beneficien a los agentes locales [sectores productivos locales].

Para ello, se han realizado ajustes en tres partidas: i) contratos internacionales, puesto que corresponden a equipos importados alquilados para los procesos de medición y cronometraje de tiempo en las competencias; ii) tecnología y los servicios de transmisión de televisión, en ambos casos sólo se incluye el gasto realizado en el área de impacto [gastos locales por parte de los técnicos]. Y iii) manejo administrativo, en lo correspondiente a la devolución de los derechos de inscripción del equipo de Gimnasia de Israel que no se presentó. Asimismo, se excluyeron los convenios –canje– con el Masivo Integrado de Occidente –MIO– para el transporte de los voluntarios y con EMCALI para suministro de servicios públicos y comunicaciones.

Una vez realizados los ajustes, como inyección de nuevos recursos financieros al área de impacto ingresaron **\$57,445 millones** de pesos. En el Cuadro 9 se presenta la información homologada con los sectores de la Matriz Insumo–Producto [MIP] para el Valle del Cauca. En resumen, el efecto directo asociado a la celebración de Los Juegos Mundiales 2013 Cali significó una inyección de **\$81,897 millones** de pesos a la economía de Cali y A.M., representados por **\$24,452 millones** de pesos de inversión en infraestructura deportiva y **\$57,445 millones** de pesos en gastos de operación, gestión y logística²².

²¹ El Departamento Administrativo del Deporte la Recreación, la Actividad Física y el Aprovechamiento del Tiempo Libre –Coldeportes– es el ente oficial del Estado colombiano “encargado de formular, coordinar y vigilar la práctica del deporte, la recreación, la educación física, el aprovechamiento del tiempo libre y la actividad física, orientados al mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad colombiana”, ver [<http://www.coldeportes.gov.co/>].

²² En este total se incluye el ingreso por venta de entradas que de acuerdo con la contabilidad del CLOC se incorporó en el presupuesto general de Los Juegos.

CUADRO 8
Gasto en Gestión, Logística y Organización
[cifras en pesos de 2013]

CONCEPTO	VALOR	%
Implementación	\$ 11,962,898,607	18.1%
Contratos internacionales	\$ 8,376,422,862	12.6%
Tecnología	\$ 5,862,516,211	8.8%
Hoteles	\$ 5,422,557,519	8.2%
Gastos administrativos	\$ 4,573,791,131	6.9%
Alimentación	\$ 4,461,985,231	6.7%
Promoción	\$ 3,866,146,939	5.8%
Recurso humano	\$ 3,820,796,721	5.8%
Montaje	\$ 3,329,738,754	5.0%
Manejo administrativo	\$ 3,286,534,087	5.0%
Transporte	\$ 2,594,802,981	3.9%
Plan de Medios	\$ 2,025,572,397	3.1%
Inauguración/clausura	\$ 2,000,000,000	3.0%
Otras áreas logísticas	\$ 1,892,106,901	2.9%
Protocolo	\$ 672,045,813	1.0%
Voluntariado	\$ 551,180,928	0.8%
Deportes	\$ 541,774,066	0.8%
Dopaje	\$ 430,857,684	0.7%
Área medica	\$ 363,569,969	0.5%
Medio ambiente	\$ 219,828,700	0.3%
TOTAL	\$ 66,255,127,503	100%

Fuente: Comité Local Organizador de Cali

CUADRO 9
Homologación de las partidas del COC con los sectores de la
Matriz Insumo–Producto [MIP] para el Valle del Cauca
[cifras en millones de pesos de 2013]

SECTOR	VALOR
Otra Industria Manufacturera	\$11,748
Maquinaria y equipo de transporte	\$1,421
Servicios de Transporte	\$2,724
Correo y telecomunicaciones	\$1,115
Servicios financieros e inmobiliarios	\$1,808
Alojamiento, suministro de comidas y bebidas	\$9,982
Servicios a las empresas	\$26,594
Servicios de esparcimiento	\$2,053
TOTAL	\$57,445

Fuente: Elaboración propia



En este apartado se retoma la estimación del gasto realizado por los espectadores durante la asistencia a Los Juegos Mundiales efectuada en el apartado 3.4. Cómo se ha indicado en la metodología los espectadores clave son aquellos que provienen de fuera del área geográfica de Cali y A.M., cuyo flujo de gasto constituye una entrada neta de dinero a la economía local explicada exclusivamente por la realización del megaevento deportivo (ver Figura 3).

La estimación del número de espectadores se ha refinado, al tener presente que algunos residentes locales no se desplazaron a otro lugar debido precisamente a la celebración de Los Juegos. Por tanto, de no realizarse éstos se habría fugado de

Cali y A.M. el gasto correspondiente a este grupo de espectadores. En resumen, se trata de una equivalencia entre individuos que deciden quedarse en su casa y asistir a los eventos programados en lugar de desplazarse de vacaciones a otro lugar, producto de una elección racional. El cálculo se ha realizado a través de la pregunta consignada en la Encuesta Asistentes a Los Juegos Mundiales 2013 Cali sobre si ha asistido a otras competiciones internacionales en los últimos tres años, el supuesto subyacente indica que quienes respondan afirmativamente; siguen la actividad deportiva, disponen de los recursos financieros para desplazarse pero deciden quedarse en la ciudad para seguir las competiciones del deporte de su interés y/o por la novedad que implican Los Juegos Mundiales.

FIGURA 3
Espectadores de fuera del Área Metropolitana de Santiago de Cali



El Cuadro 10 muestra el efecto indirecto asociado a la inyección de gasto adicional en Cali y A.M. derivado de los espectadores de Los Juegos Mundiales. Un total de \$ 19,416 millones de pesos que resultan de la suma del gasto de los turistas extranjeros y nacionales, y el gasto de los residentes locales que se quedaron en la ciudad para presenciar las competiciones.

CUADRO 10
Estimación del Efecto Indirecto
[cifras en pesos de 2013]

TIPO DE ESPECTADORES	NÚMERO DE ESPECTADORES	GASTO MEDIO POR PERSONA	GASTO TOTAL
Turistas Extranjeros	2,174	\$ 1,805,237	\$ 3,924,586,128.93
Turistas Nacionales	11,250	\$ 696,242	\$ 7,832,724,858.48
Residentes Locales	36,280	\$ 211,099	\$ 7,658,665,065.52

Fuente: Elaboración propia



4.3.

EFECTO TOTAL SOBRE LA PRODUCCIÓN

Una vez descritos y estimados los efectos directos e indirectos, resulta clave analizar cómo estas fuentes de demanda inicial, se irrigan hacia los distintos sectores productivos para conocer y determinar el efecto o impacto total sobre el sistema económico local. Así, la entrada de dinero en la economía local a raíz de la organización y logística y de la asistencia como espectador a Los Juegos genera un conjunto de efectos que van mucho más allá del gasto inicial. Una parte de esa demanda directa que perciben las empresas locales constituye fuente de nueva demanda en forma de compras a otras empresas e individuos, que les proveen los insumos necesarios para realizar su producción [efecto indirecto], este aumento de la producción a su vez genera nuevos ingresos, que inducen nuevas rondas de gasto y aumento de la producción y así sucesivamente [efecto inducido], hasta llegar al efecto total sobre el sistema económico (ver Cuadro 11).²³

El resultado generado en la simulación, al introducir el cambio en la demanda final por **\$101,313 millones** de pesos derivados de las dos fuentes de demanda identificadas: **\$81,897 millones** de pesos [infraestructura y logística] más **\$19,416 millones** de pesos [gasto de espectadores] generó un impacto total acumulado de **\$571,099** millones de pesos sobre la economía de la ciudad de Cali y A.M. medido a través del Valor Bruto de la Producción y utilizando los multiplicadores de producción tipo II.

Cómo puede apreciarse, en el Cuadro 11, el impacto sobre la producción recae sobre tres sectores **[73.01%]** donde se concentra el gasto en logística de Los Juegos [servicios a las empresas, **27.94%**], la inversión en infraestructura deportiva [construcción, **23.58%**] y la 'turbina de gasto' de los espectadores [hostelería, **21.49%**].

²³ Ver documento adjunto 'Modelo de Simulación de Impacto Económico: Juegos Mundiales 2013 Cali.'

CUADRO 11
Impacto de Los Juegos Mundiales 2013 Cali
sobre la Producción de Cali y A.M.

SECTOR	DESCRIPCIÓN [EJEMPLO DE GASTO/INVERSIÓN]	INYECCIÓN DE NUEVOS RECURSOS	IMPACTO SOBRE LA PRODUCCIÓN
Servicios a las empresas	[p.e. gastos en gestión del CLOC; montaje y adecuación de escenarios; intervención obras civiles; alquiler de equipos de medición y cronometraje; transporte de equipos; servicios de vigilancia]	\$ 27,817	\$ 159,576 27.94%
Construcción y reparación de edificaciones	[p.e. inversión en infraestructura de escenarios]	\$ 23,229	\$ 134,648 23.58%
Alojamiento, suministro de comidas y bebidas	[p.e. gasto de los espectadores en alojamiento y alimentación]	\$ 20,110	\$ 122,739 21.49%
Otra Industria Manufacturera	[p.e. gasto en uniformes de voluntarios]	\$ 11,748	\$ 46,899 8.21%
Servicios de Transporte	[p.e. gasto en transporte local de los turistas y delegaciones]	\$ 6,563	\$ 38,807 6.80%
Servicios de esparcimiento	[p.e. gasto de los espectadores en ocio/diversión, boletería]	\$ 4,249	\$ 25,839 4.52%
Comercio y servicios de reparación	[p.e. gasto de los espectadores en compras de recuerdos]	\$ 3,253	\$ 19,536 3.42%
Servicios financieros e inmobiliarios	[p.e. gasto en arrendamiento sedes, bodegas]	\$ 1,808	\$ 10,873 1.90%
Correo y telecomunicaciones	[p.e. gasto en promoción y medios de comunicación]	\$ 1,115	\$ 6,755 1.18%
Maquinaria y equipo de transporte	[p.e. gasto en compra PC, impresoras, celulares, etc.]	\$ 1,421	\$ 5,428 0.95%
TOTAL		\$ 101,313	\$ 571,099 100%

Fuente: Elaboración propia.

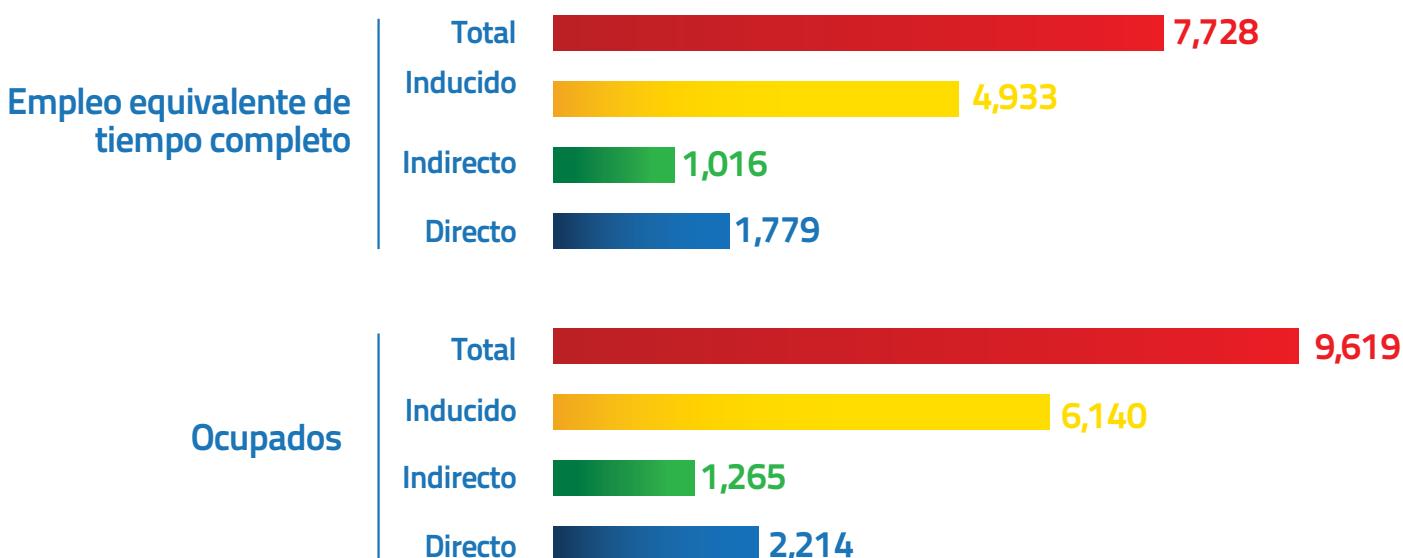
4.4.

EFECTO SOBRE EL EMPLEO

En cuanto al empleo, el cambio en la demanda final por **\$101,313** millones de pesos creó un total de **9,619** puestos de trabajo [ocupados], equivalentes a **7,728** empleos de tiempo completo (ver Gráfico 6)²⁴. De estos últimos **1,779** son causa directa del impulso inicial de demanda [empleos directos], **1,016** son empleos indirectos, derivados de los incrementos en la demanda de otros sectores productivos, y **4,933** inducidos asociados a los nuevos efectos sobre los propios proveedores vía ingresos y consumo.

GRÁFICO 6

Impacto agregado sobre el empleo



Fuente: Elaboración propia

El Cuadro 12 muestra el empleo por sectores económicos. Los sectores que más empleo generaron, en términos relativos, fueron los vinculados con la logística de la organización de Los Juegos y la 'turbina de gasto' de los turistas. Es así como en el sector comercio y servicios de reparación se generaron **2,484** empleos equivalentes de tiempo completo, seguido del sector de servicios de transporte con **1,090**, el sector de producción agropecuaria, silvicultura y pesca con **753** y el sector de alojamiento, suministro de comidas y bebidas con **620**.

²⁴ Los empleos de tiempo completo equivalentes se calculan como el total de horas trabajadas dividido por el promedio anual de horas trabajadas en puestos de trabajo considerados de tiempo completo. De acuerdo con el DANE, los empleos (u ocupados) hacen referencia al contrato explícito o implícito entre una persona y una unidad institucional para realizar un trabajo a cambio de remuneración, durante un periodo definido o hasta nuevo aviso, y se dividen en dos grandes grupos: los asalariados y los independientes. Estos trabajos pueden ser de tiempo completo, medio tiempo o empleos ocasionales.

CUADRO 12
Impacto sobre el empleo por sectores económicos

SECTOR	DESCRIPCIÓN [EJEMPLO DE GASTO/INVERSIÓN] OCUPADOS	NÚMERO DE EMPLEOS*		EQUIVALENTE DE TIEMPO COMPLETO
		OCUPADOS	OCUPADOS	
Comercio y servicios de reparación	[p.e. gasto de los espectadores en compras de recuerdos]	3,092	2,484	32.14%
Servicios de Transporte	[p.e. gasto en transporte local de los turistas y delegaciones]	1,357	1,090	14.11%
Producción agropecuaria, silvicultura y pesca	[p.e. demanda derivada]	937	753	9.74%
Alojamiento, suministro de comidas y bebidas	[p.e. gasto de los espectadores en alojamiento y alimentación]	772	620	8.02%
Construcción y reparación de edificaciones	[p.e. gastos en infraestructura de escenarios]	642	515	6.67%
Servicios de enseñanza y salud de mercado	[p.e. gasto de logística en el área médica y manejo de dopaje]	559	449	5.82%
Servicios de esparcimiento	[p.e. gasto de los espectadores en ocio/diversión, boletería]	482	387	5.01%
Servicios a las empresas	[p.e. gastos en gestión del CLOC; montaje y adecuación de escenarios; intervención obras civiles; alquiler de equipos de medición y cronometraje; transporte de equipos; servicios de vigilancia]	482	387	5.01%
Otra Industria Manufacturera	[p.e. gasto en uniformes de voluntarios]	384	308	3.99%
Servicios del gobierno	[p. e. demanda derivada]	240	193	2.50%
Correo y telecomunicaciones	[p.e. gasto en promoción y medios de comunicación]	234	188	2.44%
Industria Alimenticia	[p. e. demanda derivada]	201	161	2.09%
Servicios financieros e inmobiliarios	[p.e. gasto en arrendamiento sedes, bodegas]	143	115	1.49%
Maquinaria y equipo de transporte	[p.e. gasto en compra PC, impresoras, celulares, etc.]	42	34	0.44%
Trabajos de construcción, construcción de obras civiles y servicios de arrendamiento de equipo con operario	[p.e. demanda derivada]	28	22	0.29%
Electricidad, gas, agua y saneamiento básico	[p.e. demanda derivada]	23	19	0.24%
Productos de minería	[p.e. demanda derivada]	1	1	0.01%
TOTAL		9,619	7,728	100%

Fuente: Elaboración propia.

El Cuadro 13 muestra la generación de empleo por sector económico y además discriminado por si el empleo es directo, indirecto o inducido. Se reitera como el empleo directo está vinculado con los gastos en logística y con la 'turbina del gasto' de los espectadores. En efecto, se generaron 575 empleos directos en el sector de hostelería y restauración, 320 en el sector de la construcción y 255 asociados a la logística de Los Juegos.

CUADRO 13

Impacto por tipo de empleo

SECTOR	EQUIVALENTE TIEMPO COMPLETO				OCUPADOS			
	DIRECTO	INDIRECTO	INDUCIDO	TOTAL	DIRECTO	INDIRECTO	INDUCIDO	TOTAL
Comercio y servicios de reparación	174	523	1,787	2,484	216	651	2,225	3,092
Servicios de Transporte	230	172	689	1,090	286	214	857	1,357
Producción agropecuaria, silvicultura y pesca	0	87	666	753	0	108	829	937
Alojamiento, suministro de comidas y bebidas	575	10	34	620	716	13	43	772
Construcción y reparación de edificaciones	320	35	161	515	398	43	200	642
Servicios de enseñanza y salud de mercado	0	0	449	449	0	1	559	560
Servicios de esparcimiento	118	2	268	388	147	3	333	483
Servicios a las empresas	255	18	114	387	317	23	142	482
Otra Industria Manufacturera	74	73	161	308	92	91	200	383
Servicios del gobierno	0	0	193	193	0	0	240	240
Correo y telecomunicaciones	16	24	148	188	20	30	184	234
Industria Alimenticia	0	27	134	161	0	34	167	201
Servicios financieros e inmobiliarios	8	31	76	115	10	38	95	143
Maquinaria y equipo de transporte	9	5	20	34	11	7	24	42
Trabajos de construcción, construcción de obras civiles y servicios de arrendamiento de equipo con operario	0	2	21	23	0	2	26	28
Electricidad, gas, agua y saneamiento básico	0	6	13	19	0	7	16	23
Productos de minería	0	0	0	1	0	1	1	2
TOTAL	1,779	1,016	4,933	7,728	2,214	1,265	6,140	9,619

Fuente: Elaboración propia



5. ANÁLISIS DE MEDIOS

El objetivo de este apartado es doble. Primero, se cuantifican y monitorean las noticias vinculadas a Los Juegos a través de un portafolio de medios previamente identificados (radio, prensa, tv), según cobertura (local, nacional, internacional) y en distintos momentos (previo, durante y posterior al megaevento). Las noticias se clasifican de acuerdo a su contenido en tres categorías (favorables, neutrales, desfavorables)²⁵. Segundo, a través de un instrumento de encuesta cara–cara (ver Anexo 5) aplicado a los periodistas que cubrieron Los Juegos se les preguntó por su percepción sobre la ciudad, la infraestructura física de sus escenarios deportivos y la organización y logística del megaevento. El Cuadro 14 resume los principales elementos que componen el análisis de medios:

CUADRO 14

Análisis de medios Los Juegos Mundiales 2013 Cali

CARACTERÍSTICAS	DESCRIPCIÓN
Período de observación	25 días distribuidos: Semana previa (jueves 18 – miércoles 24 julio) Durante (jueves 25 julio – domingo 4 agosto) Semana posterior (lunes 5 – domingo 11 agosto)
Cobertura de medios y contenido de las noticias	Local ¹ (6); Nacional ² (7) e Internacional ³ (115) Impresos, digitales, radio y televisión Monitoreo y cuantificación sistemática de noticias referentes a Los Juegos clasificadas en: Favorables, Neutrales y Desfavorables
Conversión monetaria del impacto mediático	Mide la cantidad equivalente en dinero que tendría que pagar el gobierno local si optara por diseñar y contratar una estrategia publicitaria con el objetivo de posicionar el nombre de la ciudad en el contexto nacional.

①Medios locales: Diario El País versión impresa y digital, Noticiero 90 minutos, Noti 5 y Más Pacífico, cadena radial Antena 2.

②Medios nacionales: Diario El Tiempo versión impresa y versión digital, diario La República, Revista Semana, Revista Dinero, Noticiero Caracol, Noticiero RCN y Caracol Radio.

③De los 115 medios internacionales, 9 fueron seleccionados de acuerdo con criterios previamente establecidos: China [Spanish News, Global Times y Xinhua]; Venezuela [El Universal y El Nacional]; Brasil [O Globo]; ESPN [internacional]; IOL The Star [Sudáfrica]; Francia [Le Monde]. Los restantes 106 medios fueron identificados mediante el sistema de alertas de Google (ver Anexo 4).

Fuente: Estudio Análisis de Medios.

²⁵Las tres categorías indican lo siguiente: Favorable: Destaca atributos positivos de Cali/Colombia/CLOC vinculados a Los Juegos. Neutral: Mención sin connotación favorable/desfavorable de Cali/Colombia/ CLOC vinculados a Los Juegos. Desfavorable: Destaca atributos negativos de Cali/Colombia/ CLOC vinculados a Los Juegos.

5.1.

COBERTURA DE MEDIOS Y CONTENIDO DE LAS NOTICIAS

El Cuadro 15 muestra el número de noticias registradas en los distintos medios seleccionados de acuerdo a la cobertura, el contenido y el momento de la publicación. En total durante el período de observación se registraron un total de 723 noticias²⁶. Los medios locales fueron los mayores generadores de noticias sobre Los Juegos (307 noticias), seguidos por los internacionales (238). Los medios nacionales registraron 178 noticias.

CUADRO 15
Número de noticias asociadas a la celebración de Los Juegos Mundiales 2013 Cali

	SEMANA PREVIA [18 - 24 JULIO]				DURANTE LOS JUEGOS [25 JULIO - 04 AGOSTO]				SEMANA POSTERIOR [05 - 11 AGOSTO]				TOTAL NOTICIAS
Tipo de Noticia/Cobertura	Favorable	Neutral	Desfavorable	Total	Favorable	Neutral	Desfavorable	Total	Favorable	Neutral	Desfavorable	Total	
Local	50	38	4	92	100	74	11	185	21	8	1	30	307
Nacional	14	17	0	31	51	60	10	121	17	7	2	26	178
Internacional	9	43	0	52	72	85	11	168	9	9	0	18	238
TOTAL	73	98	4	175	223	219	32	474	47	24	3	74	723

Con respecto a la cobertura y contenido se observa cómo en la semana previa a Los Juegos Mundiales las noticias fueron impulsadas por los medios locales (92) e internacionales (52). En este período las noticias tuvieron un énfasis meramente descriptivo y de expectativa por la novedad de disciplinas poco conocidas y la llegada de las numerosas delegaciones. Durante la semana de Los Juegos los medios locales como el Diario El País, elpais.com.co, el Noticiero 90 Minutos, el Noticiero Noti 5 y Más Pacífico protagonizaron un amplio despliegue informativo con 185 publicaciones, además de 14 columnas de opinión en el Diario El País.

Los medios internacionales registraron un total de 168 noticias, el 26 de Julio el Diario Global Times de China tituló "Cali promete brillar como anfitriona de Los Juegos Mundiales" puesto que además es "[...] la primera ciudad de América Latina que es sede de Los Juegos Mundiales"²⁷. En este período el énfasis de las noticias además de destacar los resultados deportivos, estuvo dirigido a resaltar los atributos de la ciudad y de sus habitantes vinculados con la amplia asistencia a los escenarios y la hospitalidad

de los caleños. Las noticias desfavorables en los medios de circulación nacional se concentraron en la ausencia del presidente de la República a la ceremonia de inauguración y en el error ortográfico en la inscripción de las medallas.

En la semana posterior a Los Juegos el efecto mediático rápidamente se diluyó, registrando un total de 74 noticias centradas en el balance deportivo de Los Juegos para los distintos países en el contexto internacional. En el contexto local, el nuevo 'aire' de positivismo y sentido de pertenencia que le imprimieron Los Juegos a la ciudad, reflejado en el lema 'Se Lució Cali, Se Lució' y la preocupación por el Legado en términos del uso y mantenimiento futuro de la infraestructura deportiva. Asimismo, los medios nacionales reconocieron ampliamente el positivo balance deportivo de las competiciones y la capacidad de organización de la ciudad para atender la logística de un certamen orbital; "Cali respondió a la 'vitrina mundial'" tituló el Diario El Tiempo/Cali el 5 de Agosto de 2013.

²⁶ No incluye los cubrimientos especiales de la cadena radial Antena 2 puesto que están medidos en segundos al aire y no por número de noticias diarias. Durante la semana previa a Los Juegos los informes especiales alcanzaron 5,040 segundos y durante la semana de competiciones 396,000 segundos.

²⁷ Traducción libre, el título y párrafos originales son los siguientes: "Cali promises to shine as host of World Games"; "[...] aims to shine as the first Latin American city to host the World Games". Consultado el 26 de Julio de 2013: <http://www.globaltimes.cn/content/799295.shtml#.UkN2VtJWjSp>.



5.2.

CONVERSIÓN MONETARIA DEL IMPACTO MEDIÁTICO

El impacto mediático anterior puede ser traducido en términos monetarios, sobre la base de valorar financieramente el espacio y número de noticias registradas en los distintos medios. La realización de este tipo de ejercicio implica muchas dificultades técnicas, entre ellas: estimar el costo de poner la información –publicidad– en cada uno de los medios en que apareció; determinar para cada noticia –publicidad– el tamaño (si tiene o no imágenes) y/o extensión en tiempo, la fecha de publicación, la ubicación en la página o franja de emisión, el ámbito geográfico y la periodicidad. En el plano analítico también presenta dificultades, en principio no se trata de un valor que se pueda adicionar al impacto económico estimado, pues esto sólo podría hacerse en la medida que se conociera el efecto posterior a la realización del megaevento deportivo sobre la atracción de nuevos visitantes y/o nueva inversión extranjera en la ciudad.

De acuerdo con las precisiones del párrafo anterior, el cálculo que ofrecemos se refiere a la valoración monetaria del gasto que supondría para agentes locales –Alcaldía, Cámara de Comercio– contratar una estrategia de publicidad para la ciudad en distintos medios, con el objetivo de obtener un impacto equivalente al registrado en los medios de comunicación monitoreados para Los Juegos Mundiales. Por las dificultades técnicas mencionadas el ejercicio se reduce a los medios locales y nacionales y su resultado debe tomarse como una aproximación (ver Cuadro 16). En total, una estrategia publicitaria para la ciudad que tuviera un impacto equivalente a la promoción vinculada con Los Juegos Mundiales supondría una inversión en medios de comunicación –nacionales y locales– de 9,068 millones de pesos.

CUADRO 16

Conversión monetaria del impacto mediático:
dinero que se tendría que haber pagado por
contratar espacios publicitarios

	SEMANA PREVIA [18 -24 JULIO]		DURANTE LOS JUEGOS [25 JULIO - 04 AGOSTO]		SEMANA POSTERIOR [05 - 11 AGOSTO]		TOTAL
Medio	Publicaciones /Segundos	Valor	Publicaciones /Segundos	Valor	Publicaciones /Segundos	Valor	
Prensa escrita	34	\$232,743,000	103	\$1,506,905,000	29	\$511,370,000	\$ 2,251,018,000
Radio	6800	\$63,095,800	398016	\$1,195,298,008	1376	\$118,882,080	\$ 1,377,275,888
Televisión	3662	\$506,923,200	18344	\$4,743,961,276	1144	\$189,546,074	\$ 5,440,430,550
TOTAL		\$802,762,000		\$7,446,164,284		\$819,798,154	\$ 9,068,724,438



5.3.

PERCEPCIONES DE LOS PERIODISTAS

Durante los 10 días de competiciones se aplicó una encuesta cara-cara a 93 miembros de medios de comunicación, 38 nacionales y 55 extranjeros que se encontraban en la ciudad con el único motivo de cubrir Los Juegos Mundiales (ver Cuadro 17). El objetivo fue conocer la valoración por parte de personal experimentado en el cubrimiento de megaeventos deportivos, con respecto a la imagen de la ciudad, la infraestructura deportiva y la organización y logística de Los Juegos.

Los resultados muestran una percepción positiva sobre la capacidad de Cali para ser sede de megaeventos deportivos. En efecto, el 89% de los periodistas internacionales encuestados consideraron que Cali proyecta una imagen de ciudad 'deportiva, moderna y competitiva'. En el caso de periodistas nacionales este porcentaje es del 92%.

Con respecto a la infraestructura de los escenarios deportivos el 78% de los periodistas internacionales la consideró como muy buena y buena. La menor evaluación fue dada a la organización y logística de Los Juegos, el 45.5% y el 55.3% de los periodistas internacionales y nacionales, respectivamente, la consideraron como muy buena y buena.

Con respecto al último punto, las observaciones de los periodistas estuvieron centradas en los siguientes aspectos: demora en el proceso de acreditación; los problemas de información [resultados y nóminas de deportistas] especialmente en los dos primeros días de competiciones; los espacios en los escenarios poco adecuados para realizar los cubrimientos y las restricciones de entrada a los escenarios pese a contar con acreditación; la sala de prensa sin pantallas de televisión y la lenta conexión a Internet.

CUADRO 17
Valoración de los periodistas [Nacionales/Internacionales] que cubrieron Los Juegos Mundiales 2013 Cali

DIRÍA USTED DESPUÉS DE CUBRIR LOS JUEGOS MUNDIALES 2013 CALI, QUE:	PERIODISTAS:	
	NACIONALES	INTERNACIONALES
La imagen de Cali como ciudad 'deportiva, moderna y competitiva' es: [Muy Buena + Buena]	92.1%	89.1%
La infraestructura física de los escenarios deportivos es: [Muy Buena + Buena]	89.5%	78.2%
La Organización/Logística de Los Juegos fue: [Muy Buena + Buena]	55.3%	45.5%



6. EL 'LEGADO DE LOS JUEGOS'

De acuerdo con Ron Froehlich, Presidente de la International World Games Association (IWGA) los pasados Juegos Mundiales 2013 Cali son "la mejor de las nueve versiones de Los Juegos, por eso la medalla de oro es para Cali y Colombia"²⁸. Este éxito inicial de Los Juegos Mundiales 2013 Cali no garantiza que en el largo plazo los efectos positivos se mantengan. Lo que podemos denominar 'el legado de Los Juegos', depende de un conjunto complejo de factores e interacciones que no son

capturados por las relaciones monetarias entre agentes y sectores que se describieron en la Figura 2. Con el objetivo de que perdure la ventaja competitiva generada por la realización del mega-evento deportivo, se requiere de una adecuada gestión por parte de los actores clave [sector público –local, regional, nacional–, sector deportivo, las empresas privadas y la comunidad] que mitigue los riesgos identificados (ver Cuadro 18).

CUADRO 18

El legado de Los Juegos Mundiales 2013 Cali

IMPACTOS POSITIVOS DE LARGO PLAZO: El legado de Los Juegos	RIESGOS
Capital Físico/ Infraestructura: infraestructura física para la realización de eventos deportivos de escala mundial.	Los escenarios deportivos se deterioran físicamente; las adecuaciones y remodelaciones sin mantenimiento y actualización permanente se vuelven obsoletas. Además de que representan una carga para el presupuesto público local/nacional.
Capital humano/social: profesionales capacitados en áreas relacionadas con la realización de grandes eventos deportivos. Beneficios sociales del Programa de Voluntarios*. Beneficios sociales de la nueva infraestructura deportiva y la diversidad en la práctica deportiva que posibilitan**.	La experiencia de los profesionales vinculados con la organización y logística, asimismo de los voluntarios, se puede subutilizar en la medida en que no puedan aplicar su experiencia con la organización y oferta de otros eventos de gran escala.
'Marca de Ciudad': mejora en la percepción y posicionamiento de la ciudad en el contexto nacional e internacional como ciudad 'deportiva, moderna y competitiva'.	Sin promoción y apoyo a la práctica del deporte recreativo y competitivo el uso de las instalaciones deportivas se puede desviar para otros fines. Sin que ello implique que la nueva infraestructura deportiva no se incorpore dentro del equipamiento cultural y social de la ciudad para el uso y disfrute del tiempo libre de los residentes y visitantes de Cali.
Intangible: Aumento del sentido de identidad, pertenencia, autoestima y cohesión social.	Sin una gestión adecuada de la Marca de Ciudad se pueden perder los beneficios positivos asociados con la buena imagen para la ciudad que deja el éxito deportivo y de asistencia a Los Juegos Mundiales como potencial destino turístico de futuros visitantes.

* La convocatoria para voluntarios recibió la inscripción de 5,872 personas, se capacitaron 5,366 y finalmente se seleccionaron 2,539.

** Por ejemplo, como legado de Los Juegos Mundiales quedan nuevos deportes incluidos en el sistema nacional del deporte, entre ellos: Batalla de Fuerza; Baile Deportivo y Escalada.

Fuente: Elaboración propia.

²⁸ Ver: <http://www.ntn24.com/noticias/italia-se-consagra-campeon-de-los-juegos-mundiales-en-la-ciudad-colombiana-de-cali-101438>.

La Figura 4 propone una interacción estratégica entre los actores clave [stakeholders] que pueden dinamizar 'el legado de Los Juegos':

EL SECTOR PÚBLICO

A través de la promoción y apoyo del deporte aficionado y competitivo en el marco de una estrategia de uso del tiempo libre y estilos de vida saludables para la población. Asimismo, generar estrategias novedosas para el mantenimiento y gestión de los escenarios deportivos.

EL SECTOR DEPORTIVO

En su misión de preservar la práctica deportiva, la sana competencia y los valores deportivos. Asimismo, procurar por la formación de dirigentes deportivos para mejorar la gestión del deporte.

LA EMPRESA PRIVADA

Al incorporar dentro de las perspectivas de sus negocios la financiación y/o patrocinio de eventos deportivos como una estrategia de vinculación con los valores positivos que para la sociedad implica el deporte y los beneficios publicitarios a través del engranaje mediático que supone.

LA COMUNIDAD

Al ampliar las opciones de uso de su tiempo libre a través de distintas alternativas, que incluyen: la práctica activa y pasiva del deporte, y la participación a través de programas de apoyo directo, como por ejemplo el voluntariado, los programas de embellecimiento de las fachadas de las viviendas, entre otros. Dentro de la comunidad, el papel del voluntariado resulta clave para el éxito de megaeventos deportivos, en la medida en que los voluntarios [estudiantes, jóvenes, adultos mayores, discapacitados] cumplen horarios, reciben uniformes y entrenamiento, se sitúan en los distintos escenarios deportivos, hoteles de la ciudad y con las delegaciones. El Programa de Voluntariado se puede asimilar a un programa de formación de capital humano, entrenado en idiomas, atención de emergencias y de visitantes extranjeros como guías y apoyo. Los voluntarios experimentan un aumento en sus habilidades sociales para interactuar con otras personas y un sentimiento de orgullo y compromiso para con su ciudad.

Los actores clave arriba identificados a través de una adecuada interacción y adopción de un conjunto de acciones son quienes garantizan el sostenimiento en el largo plazo de los impactos positivos de Los Juegos. En la Figura 4 se presentan en forma sucinta algunas de las acciones relevantes, que implican algo más allá de una actitud de colaboración entre los actores locales clave, significa que realmente se comparten experiencias, recursos y capacidades para adquirir, desarrollar y consolidar ventajas competitivas en la organización de megaeventos deportivos dentro de una visión estratégica global de gestión del territorio²⁹.

²⁹ Ver Radicchi (2012, pp. 38–39)

FIGURA 4
Actores y acciones para sostener 'el legado de Los Juegos'





7. CONCLUSIONES

Este estudio calculó el impacto económico asociado a la celebración de la IX edición de Los Juegos Mundiales [25 de julio – 04 de agosto de 2013] sobre la ciudad de Cali y su Área Metropolitana. A través de un análisis de medios se midió la exposición internacional y nacional de Cali. Asimismo, se identificaron algunas acciones necesarias para incorporar de forma permanente las ventajas competitivas que ha adquirido la ciudad en la organización de eventos deportivos. En conocimiento de los autores, este sería el primer estudio de esta naturaleza aplicado a un megaevento deportivo en Colombia.

LOS PRINCIPALES RESULTADOS ENCONTRADOS EN ESTE ESTUDIO SE RESUMEN EN LOS SIGUIENTES PUNTOS:

- Los Juegos Mundiales atrajeron a los distintos escenarios como espectadores a **2,174** turistas internacionales, **11,250** turistas nacionales, además de **90,249** residentes de Cali y su Área Metropolitana.
- Un turista extranjero estuvo en promedio **4.8** días en la ciudad, asistió a **4.4** competiciones y gastó **\$1,805,237** pesos, que dinamizaron sectores como la hostelería, el transporte y el comercio local. Por su parte, un turista nacional tuvo una estancia media de **4.1** días, asistió a 4 competiciones y gastó **\$696,242** pesos. Los residentes locales asistieron durante **4.5** días a **4.3** competiciones con un gasto de **\$211,099** pesos.
- La inversión para garantizar la infraestructura física deportiva y la organización y logística de Los Juegos Mundiales ascendió a **\$106,412 millones** de pesos, representados por aportes del gobierno nacional –Coldeportes–, del gobierno local –Alcaldía de Santiago de Cali– y del gobierno departamental –Gobernación del Valle del Cauca–. Por su parte, el gasto de los espectadores ascendió a **\$30,808 millones** de pesos.
- En total la movilización de recursos en torno a Los Juegos Mundiales fue de **\$137,357 millones** de pesos. De este total, **\$101,313 millones** de pesos significaron un nuevo flujo de ingreso monetario derivado de agentes de fuera de Cali y A.M. [Gobierno



Nacional; Turistas Extranjeros y Nacionales] que dinamizaron la actividad económica local, y que de no haberse realizado Los Juegos Mundiales no hubiese llegado a la ciudad.

- La inyección de **\$101,313 millones** de pesos generó un impacto total acumulado de **\$571,099 millones** de pesos sobre la economía de la ciudad de Cali y A.M. y creó **9,619** puestos de trabajo equivalentes a **7,728** empleos de tiempo completo.
- Los **\$571,099 millones** de pesos de actividad económica adicional son el resultado conjunto de la dinámica en la producción de diversos sectores, debido a que el impulso de las fuentes de demanda inicial se irriga por toda la economía local vía relaciones intersectoriales y de consumo.



- Los **9,619** puestos de trabajo generados [equivalentes a **7,728** empleos de tiempo completo] beneficiaron principalmente a sectores vinculados con la logística de la organización de Los Juegos y con la 'turbina de gasto' de los turistas. En el sector comercio y servicios de reparación se generaron **2,484** empleos equivalentes de tiempo completo, en el sector de servicios de transporte **1,090**, en el sector de producción agropecuaria, silvicultura y pesca **753** y en el sector de alojamiento, suministro de comidas y bebidas **620**.
- Los Juegos Mundiales generaron **723 noticias** en medios de comunicación seleccionados: **238** en medios internacionales, **178** en medios nacionales y **307** en medios locales.
- Un impacto equivalente a la promoción mediática que obtuvo la ciudad como consecuencia de la celebración de Los Juegos Mundiales, en el contexto local y nacional, requeriría una inversión publicitaria de **\$9,068 millones** de pesos.
- **97** de cada **100** espectadores residentes en Cali y A.M. consideraron que la celebración de Los Juegos Mundiales tuvo un efecto positivo sobre el 'orgullo y sentido de pertenencia de los caleños por su ciudad'.

En efecto, en el contexto local, el nuevo 'aire' de positivismo y sentido de pertenencia que le imprimieron Los Juegos a la ciudad se vio reflejado en el lema 'Se Lució Cali, Se Lució'.

- El **89%** de los periodistas internacionales encuestados que cubrieron el evento, consideraron que Cali proyecta una imagen de ciudad 'deportiva, moderna y competitiva'.
- El **92.2%** de los turistas extranjeros calificaron su experiencia como espectadores de Los Juegos Mundiales como buena y muy buena.
- Desde una perspectiva de largo plazo, el principal reto una vez concluidos Los Juegos se dirige a consolidar las ventajas competitivas que ha adquirido la ciudad en la organización de megaeventos deportivos. En el marco de una visión estratégica global de gestión del territorio, resulta necesaria una fluida interrelación entre los actores locales clave [sector público, sector privado, sector deportivo y comunidad] a través de un conjunto de acciones que permitan incorporar de forma permanente los efectos positivos de largo plazo: ampliación de la infraestructura deportiva y urbana; aumento del capital humano y social; mayor sentido de pertenencia y consolidación de la marca de ciudad.



En resumen, la celebración de Los Juegos Mundiales significó para la ciudad de Cali:

EN LO ECONÓMICO

Una importante movilización de recursos que dinamizó diversos sectores de la economía local;

EN LO DEPORTIVO

Una oportunidad para continuar consolidando y explotando las ventajas competitivas que ha adquirido en la realización de eventos deportivos de escala mundial;

EN LO SOCIAL

Una oportunidad en un momento clave para exaltar el sentido de pertenencia y el orgullo de los residentes locales por su ciudad, a través de la exitosa celebración de un megaevento deportivo excepcional, inédito en América Latina.

UNA OPORTUNIDAD

Para continuar trabajando en la remodelación y construcción de nuevos escenarios deportivos, en la mejora del transporte local, la seguridad, la ampliación y diversidad de la oferta deportiva, la ampliación de la participación activa de los grupos de interés local en proyectos de ciudad –voluntariado, embellecimiento de fachadas, los medios de comunicación, el empresariado–.

Quedan muchos retos, sostener El legado, implica algo más allá de mantener adecuadamente los escenarios deportivos, implica incorporar los recursos deportivos en el marco de una visión estratégica global de largo plazo, de gestión del territorio.



BIBLIOGRAFÍA

Avalos, A. (2011). Estimación del impacto económico de los Juegos Panamericanos Guadalajara 2011: análisis de insumo-producto. *Revista Econoquantum*, 8(1), 35–60.

Barajas, A., Salgado, J., & Sánchez, P. (2012). Problemática de los estudios de impacto económico de eventos deportivos. *Estudios de Economía Aplicada*, 30, 441–462.

Barget, E., & Gouquet, J. (2008). Un análisis de la copa del mundo de rugby 2007 en Francia. *RAE: Revista Asturiana de Economía*, 42, 103–127.

DANE. (2013). Metodología para Calcular el Indicador de Importancia Económica Municipal (DANE, Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales), Bogotá.

Duque, H., Escobar, J., Aponte, E., Flórez, J., & Aguirre, A. (2013). Impacto del TLC con Estados Unidos en la producción y el empleo del Valle del Cauca. Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD y Cámara de Comercio de Cali.

Gratton, C., Shibli, S., & Coleman, R. (2006). The economic impact of major sports events: a review of ten events in the UK. *The Sociological Review*, 54(s2), 41–58.

Levy, P., & Lameishow, S. (1991). *Sampling of populations: Methods and applications*, 4th Edition. New York: Wiley.

Llopis-Goig, R. (2012). *Megaeventos deportivos: Perspectivas científicas y estudios de caso*. Barcelona: Editorial UOC.

Matheson, V. (2012). Efectos de los principales megaeventos deportivos en las economías locales. In R. Llopis Goig (Ed.), *Megaeventos Deportivos. Perspectivas Científicas y Estudios de Caso* (pp. 53–74). Barcelona: UOC.

Porter, P., & Chin, D. (2012). Economic impact of sports events. In W. Maennig & R. Zimbalist (Eds.), *International Handbook on the Economics of Mega Sporting Events* (pp. 246–268). Edward Elgar Publishing.

Radicchi, E. (2012). Megaeventos deportivos y creación de valor para las economías anfitrionas. In R. Llopis-Goig (Ed.), *Megaeventos Deportivos. Perspectivas Científicas y Estudios de Caso* (pp. 25–51). Barcelona: UOC.

Roche, M. (1994). Mega-events and urban policy. *Annals of Tourism Research*, 21(21), 1–19.

Seaman, B. (2003). "The Economic Impact of the Arts", 224–231. En R. Towse, ed., (2003). *A Handbook of Cultural Economics*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.

Siegfried, J., & Zimbalist, A. (2006). The Economic Impact of Sports Facilities, Teams and Mega-Events. *The Australian Economic Review*, 39(4), 420–427.

Zimbalist, A. (2010). "¿Merece la pena?", *Revista Finanzas & Desarrollo*, Marzo.



ANEXOS

ANEXO 1

Deportes incluidos en Los Juegos Mundiales 2013 Cali

DEPORTES OFICIALES

Deportes de pelota:

Raquetball, squash, balonmano de playa, fistball, rugby, korfball y polo en kayak.

Deportes artísticos:

Baile deportivo, patinaje artístico, gimnasia en trampolín, rítmica, acrobática y aeróbica.

Artes Marciales:

Sumo, karate, Ju-Jitsu.

Deportes de precisión:

Billar, arquería, bolos y bochas.

Deportes de fuerza:

Batalla de fuerzas, levantamiento de potencia.

Deportes de Vanguardia:

Escalada deportiva, deportes aéreos, disco volador, esquí náutico, salvamento, orientación, patinaje de velocidad, hockey en línea, natación con aletas.

DEPORTES INVITADOS

Sofball, wushu, maratón en kayak, patinaje de ruta, duatlón.

JARDÍN DE LOS DEPORTES

Deportes que manifiestan su interés por ingresar a Los Juegos:

Futbol de salón, frontball, balón pesado y kudo.

ANEXO 2

Formato encuestas Asistentes a Los Juegos Mundiales 2013 Cali Asistentes Extranjeros



Impacto económico JUEGOS MUNDIALES CALI 2013 Asistentes Internacionales



Ex

Objective: To determine the profile and expectations of those who attend TheWorld Games 2013 Cali

Date of application (Day/Month/): ____ / ____ / ; Time: ____ / ____ Venue: _____ Vol. No.

[1.] Identify the gender of the person surveyed: 1 Male 2 Female

[2.] Could you please indicate your country of origin?: _____

[3.] What is the main purpose of your visit to Cali?: [choose one only]

1 Businesses/Work/Study 2 Get to know the city, its architecture and main attractions
3 Visiting friends/relatives 4 Attend the events at the 2013 World Games

[4.] Have you ever been in Cali before? 1 Yes, once 2 Yes, twice or more 3 First time

[5.] Could you say what type of accommodation are you staying in?

1 Hotel 2 Inn/Hostel 3 At a relative/friend's house 4 Other. Which one? _____

[6.] What is your age? _____ (Years)

[7.] What is your marital status? 1 Single 2 Married/Cohabiting 3 Divorced/Widowed

[8.] With how many people do you attend the competitions? ____ ; How many are younger than 12 years: ____

[9.] How many competitions are you planning to attend during the games? ____ ; How many days?: ____

[10.] Do you take advantage of the TWG2013's celebration to visit other places of interest of the city?[museums/malls]? 1 Yes 2 No

[11.] What means of transportation have you used to get to the venues of the competitions?

1 Taxi 2 Walking 3 Own Car /Motorcycle 4 Bicycle 5 MIO 6 Traditional Bus
7 Car/ family/friend motorcycle 8 Rented car/motorcycle 9 Other

[12.] What type of ticket do you have?

1 Individual purchase 2 Accreditation/Member of the delegation 3 Invitation from the Organizing Committee 4 Other

[13.] What is your highest education level?

1 Primary 2 High school 3 Technichal/Technician 4 Graduate/Postgraduate 5 None

[14.] What is your current and most important activity?

1 Studies 2 Work 3 House work 4 Seeking a job 5 Retired 6 Other

[15.] Are your job/studies related to sports activity? 1 YES 2 NO

[16.] Have you attended other international competitions during the last three years? 1 YES 2 NO

Pontificia Universidad Javeriana, Seccional Cali
Comité Organizador Local Juegos Mundiales Cali 2013



Impacto económico
JUEGOS MUNDIALES CALI 2013
 Asistentes Internacionales



Ex

[17.] Evaluate from 1 to 5 [1 the lowest and 5 the highest] your satisfaction with TWG2013? _____

[18.] To what extent do you agree or disagree that the celebration of TWG2013 creates a positive impact on

	Totally disagree	Disagree	No opinion	Agree	Totally agree
The image of Cali in <u>Colombia</u> as a modern sporting, competitive city					
The pride and sense of belonging of the residents of Cali for their city					
The image of Cali <u>overseas</u> as a modern sporting, competitive city					
The creation of employment and economic activity for the city					

[19.] Can you tell us how much you have spent attending TWG2013 ? (If you attend with another person and it is easier for you, show group expenses)

	Individual	Group
US\$TOTAL	US\$	US\$
Transportation	US\$	US\$
Food/Beverages	US\$	US\$
Accommodation	US\$	US\$
Purchase of TWG2013 souvenirs	US\$	US\$
Free time/recreation (Expenses of visiting museums; visits to characteristic places of Cali; bars/night clubs)	US\$	US\$

[20.] In which of the following ranges is your monthly income?

1	< US\$ 1.000
2	US\$ 1.001 – US\$ 2.000
3	US\$ 2001 – US\$ 3.000
4	US\$ 3.001 – US\$ 4.000
5	US\$ 4.001 – US\$ 5.000
6	US\$ 5.001 – US\$ 6.000
7	> US\$ 6.001

Observations [any comment by the surveyed]:

Thank you!!!!

ANEXO 2

Formato encuestas Asistentes a Los Juegos Mundiales 2013 Cali Asistentes Locales/Turistas nacionales



Impacto económico
JUEGOS MUNDIALES CALI 2013
Asistentes/Espectadores Locales
[Residentes/No Residentes en Cali y A.M.]



L

Objetivo: Determinar el perfil y motivaciones de los asistentes a los Juegos Mundiales 2013 Cali

Fecha de aplicación (Día/Mes/): ____/____/ ; Hora: ____/____ Escenario: _____ Vol. No.

[1.] **Identifique el sexo del encuestado:** 1 Hombre 2 Mujer

[2.] **¿Usted reside en Cali o su área metropolitana (Palmira, Yumbo, Jamundí, Candelaria)?**

1 Si (pase a la pregunta [5.]) 2 No (continúe) Su ciudad/municipio de residencia es _____

Otro municipio del Valle del Cauca; Otro Depto. de Colombia; Otro país

[3.] **¿Cuál es la razón principal de su visita a Cali?: [escoja sólo una]**

1 Negocios/Trabajo/Estudio 2 Conocer la ciudad, su arquitectura y atracciones principales
3 Visitar amigos/familiares 4 Presenciar las competiciones de Los juegos mundiales 2013

[4.] **Puede indicarnos ¿En qué tipo de alojamiento se hospeda?**

1 Hotel 2 Pensión/Hostal 3 En casa de familiar/amigo 4 Otro Cual? _____

[5.] **Cuál es su edad? _____ (Años)**

[6.] **Cuál es su estado civil?** 1 Soltero 2 Casado/Unión Libre 3 Divorciado/Viudo

[7.] **En total, ¿con cuántas personas asiste a las competiciones? _____ ; Cuantos/as son menores de 12 años?: _____**

[8.] **En total, ¿a cuántas competiciones asistirá durante los juegos? _____ ; ¿Durante cuántos días?: _____**

[9.] **¿Qué medio de transporte ha usado para llegar a los escenarios de las competiciones?**

1 Taxi 2 Caminando 3 Automóvil /Moto propio 4 Cicla 5 MIO
6 Bus Tradicional 7 Automóvil/moto familiar/amigo 8 Automóvil/moto rentado 9 Otro

[10.] **¿Qué tipo de entrada/boleto tiene Usted?**

1 Individual comprada 2 Acreditación/Miembro de delegación 3 Invitación Comité Organizador

[11.] **¿Cuál es el máximo nivel educativo alcanzado por usted?**

1 Primaria 2 Secundaria 3 Técnico/Tecnólogo 4 Universitaria/Posgrado 5 Ninguna

[12.] **¿Cuál es su actividad principal actual?**

1 Estudiar 2 Trabajar 3 Oficios del hogar 4 Buscar trabajo 5 Jubilado 6 Otra

[13.] **Su trabajo/estudios están relacionados con la actividad deportiva?** 1 SI 2 NO

Pontificia Universidad Javeriana, Seccional Cali
Comité Organizador Local Juegos Mundiales Cali 2013



Impacto económico
JUEGOS MUNDIALES CALI 2013
Asistentes/Espectadores Locales
[Residentes/No Residentes en Cali y A.M]



L

[14.] Ha asistido a otras competiciones internacionales en los últimos tres años? 1 ___ SI 2 ___ NO

[15.] Evalúe de 1 a 5 [1 más baja y 5 la más alta] su satisfacción general con los TWG2013? ___

[16.] Hasta qué punto está usted de acuerdo o en desacuerdo con que la celebración de TWG2013 genera un impacto positivo en:

	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Indiferente	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
La imagen de <u>Cali en Colombia</u> como ciudad deportiva, moderna y competitiva					
El orgullo y sentido de pertenencia de los caléños por su ciudad					
La imagen de <u>Cali en el exterior</u> como ciudad deportiva, moderna y competitiva					
La generación de empleo y actividad económica para la Cali					

[17.] Puede indicarnos aproximadamente cuánto ha gastado en la asistencia a las competiciones de TWG2013? (Si asiste acompañado y le queda más fácil indique el gasto de su grupo)

	Individual	Grupo
TOTAL	\$	\$
Transporte	\$	\$
Alimentos/Bebidas	\$	\$
Alojamiento	\$	\$
Compras regalos/recuerdos alusivos a TWG2013	\$	\$
Ocio/diversión (gasto en asistencia a museos; visita a sitios emblemáticos de Cali; bares/discotecas)	\$	\$

[18.] ¿En qué rango se encuentran sus ingresos mensuales?

1	< \$600.000
2	\$601.000 – \$1.200.000
3	\$1.201.000 – \$2.400.000
4	\$2.401.000 – \$3.600.000
5	\$3.601.000 – \$4.800.000
6	\$4.801.000 – \$6.000.000
7	> \$6.001.000

Observaciones [algún comentario realizado por el encuestado]:

Muchísimas gracias!!!

Pontificia Universidad Javeriana, Seccional Cali
Comité Organizador Local Juegos Mundiales Cali 2013

ANEXO 3

Capacidad Escenarios deportivos

ESCENARIOS	Capacidad	DEPORTE	UNIDAD DEPORTIVA	Días de competición			
				26	27	28	29
Universidad del Valle	2,000	Batalla de Fuerza - Mujeres	Otros Escenarios				1
Universidad del Valle - Área Externa	2,000	Batalla de Fuerza - Hombres	Otros Escenarios				2
Base Aérea Marco Fidel Suárez	1,400	Deportes Aéreos	Otros Escenarios				4
Club Departamento Río Pance	200	Orientación	Otros Escenarios				1
Club Los Andes	500	Maratón Kayak	Otros Escenarios				2
Club Los Andes	500	Esquí Náutico	Otros Escenarios				4
Coliseo Mariano Ramos	4,400	Levantamiento de Potencia	Otros Escenarios				3
Coliseo Mariano Ramos	4,400	Sumo	Otros Escenarios				2
Eco Parque Río Pance	200	Orientación	Otros Escenarios				1
Parque de la Caña	600	Arquería Compuesto	Otros Escenarios				1
Parque El Ingenio	950	Duathlon	Otros Escenarios				2
Parque El Ingenio	950	Orientación	Otros Escenarios				1
Club Cañasgordas	1,050	Racquetball	Otros Escenarios				3
Club Cañasgordas	1,050	Squash	Otros Escenarios				3
Parque de San Antonio	250	Arquería Desnudo / Recurvo	Otros Escenarios				3
Club Confenalco Valle del Lili	1,000	Fistball	Otros Escenarios				3
Coliseo de Billar	400	Billar	Unidad Alberto Galindo				5
Coliseo de Bolos	260	Bolo	Unidad Alberto Galindo				4
Coliseo El Pueblo - Área Interna	18,710	Gimnasia Aeróbica	Unidad Alberto Galindo				2
Coliseo El Pueblo - Área Interna	18,710	Gimnasia Rítmica	Unidad Alberto Galindo				2
Coliseo El Pueblo - Área Interna	18,710	Gimnasia Acrobática	Unidad Alberto Galindo				3
Coliseo El Pueblo - Área Interna	18,710	Gimnasia Trampolín y Tumbling	Unidad Alberto Galindo				3
Coliseo de Tejo	325	Bochas	Unidad Jaime Aparicio				3
Plaza de Toros Cañaveralaje	19,000	Baile Deportivo	Unidad Alberto Galindo				2
Plaza de Toros Cañaveralaje Área Interna & Externa	19,000	Balomano de Playa	Unidad Alberto Galindo				3
Velódromo Alcides Nieto Patiño	7,900	Patinaje Artístico	Unidad Alberto Galindo				2
Velódromo Alcides Nieto Patiño - Área Externa	7,900	Escalada	Unidad Alberto Galindo				2
Patinódromo Mundialista	6,491	Arquería Compuesto	Unidad Alberto Galindo				2
Patinódromo Mundialista	6,491	Patinaje Pista	Unidad Alberto Galindo				1
Patinódromo Mundialista	6,491	Patinaje Ruta	Unidad Alberto Galindo				3
Piscina Hernando Botero O'byrne	7,000	Kayak Polo	Unidad Panamericana Jaime Aparicio				2
Piscina Hernando Botero O'byrne	7,000	Natación con Aletas	Unidad Panamericana Jaime Aparicio				2
Piscina Hernando Botero O'byrne	7,000	Salvamento	Unidad Panamericana Jaime Aparicio				2
Coliseo Mundialista	1,620	Korfball	Unidad Panamericana Jaime Aparicio				5
Coliseo de Hockey en Línea	2,280	Hockey en Línea	Unidad Panamericana Jaime Aparicio				5
Diamante de Softball	1,637	Softball	Unidad Panamericana Jaime Aparicio				5
Coliseo Evangelista Mora	3,000	Ju-Jitsu	Unidad San Fernando				2
Coliseo Evangelista Mora	3,000	Karate	Unidad San Fernando				2
Coliseo Evangelista Mora	3,000	Wushu	Unidad San Fernando				3
Estadio Pascual Guerrero	26,996	Disco Volador	Unidad San Fernando				3
Estadio Pascual Guerrero	26,996	Rugby	Unidad San Fernando				2

ANEXO 4

Medios internacionales analizados

MEDIOS INTERNACIONALES PREVIAMENTE SELECCIONADOS PARA EL ANÁLISIS DE MEDIOS
The New York Times (USA)
The Washington Post (USA)
The National Post (Canadá)
Calgary Herald (Canadá)
El Universal (Venezuela)*
El Nacional (Venezuela)*
O Globo (Brasil)*
Jornal O Dia (Brasil)
Illawara (Australia)
Clarín (Argentina)
La Nación (Argentina)
ESPN*
Fox Sports
Spanish News (China)*
Global Times (China)*
Xinhua (China)*
Iol The Star (Sudáfrica)*
The Moscow Times (Russia)
Marca (España)
El País (España)
Gazzeta (Italia)
Le Monde (Francia)*
France 24 (Francia)
BBC (Inglaterra)
Die Zeit (Alemania)
Bild de (Alemania)
Deportes Russia (Russia)

*Medios que difundieron información relacionada con Los Juegos Mundiales 2013

ANEXO 4

Medios internacionales analizados

MEDIOS INTERNACIONALES INCLUIDOS EN EL ANÁLISIS (DIFERENTES A LOS SELECCIONADOS) DE ACUERDO A LAS ALERTAS GOOGLE

Ado Perú	Around the rings
Radio Matucana Perú	Grupo Formula
Prensa Latina de Cuba	Noticia Al Día Venezuela
Medio Tiempo (México)	Banca & Negocios Venezuela
Embajada Israelí	Noticias 24 Venezuela
Hola Es Un Gusto Perú (Blog)	Diario La Voz Venezuela
Expreso Perú	France Olympique
Deporte Chile (Blog)	Yahoo Venezuela
El Observador Uruguay	Telesur Venezuela
Tenfield.com Uruguay	Univisión
ABC Color Paraguay	Ccs Info Venezuela
Blog Vivo en Futbol	Vive Venezuela
Terra México	El Informador México
Terra Chile	Radio Habana
El diario de los Andes Venezuela	Andina Perú
Actualidad TDF Argentina	Nacion.cl Chile
InfoContable	El Mostrador Chile
Real Federación Española de Gimnasia (España)	El Periodiquito Venezuela
La Nación (Costa Rica)	Desnivel.com España
Venezolana de Televisión	Barrabes Esquí y Montaña España
El Semanario México	Rugby Fun Argentina
El Carabobeño Venezuela	Infosur
Te interesa España	Vavel
Mundo de Hoy México	CNTV CHINA
Top 30 Argentina	NTN 24
Todo Sports Panamá	Deportes México
Rusia Hoy	El diario 24.com Argentina
Portal Ministerio de Deporte Venezuela	El Informador Venezuela
El Telégrafo Ecuador	El Comercio Ecuador
Portal de Gobierno Bolivariano Venezolano	La red 102.1 Ecuador
Reporte Insular Venezuela	Correo del Orinoco Venezuela
Al Día (Costa Rica)	EEF
Terra Perú	Hoy Ecuador
Monumental (Costa Rica)	Host News Argentina
Vanguardia México	Más Deportes
El Tiempo Venezuela	TvN Panamá
Venezuela Al Día	Elpoli.pe Perú
CRI China	Bio Chile
Ministerio de deporte ecuatoriano	En Oriente Venezuela
Diario El Siglo Venezuela	Entorno Inteligente
Noticias Patinar (Francia)	Dinamo Chile
Nuevo Diario Argentina	Noticias Venezuela
Sport León España	AFP
AVN Venezuela	El Sol de San Luis México
La Nueva Porvincia.com (Argentina)	Vanguardia México
Sipse.com México	Barrigaverde.net CUBA
Triunfo Chile	Mi Zamora.net México
HispanTv IRAN	Vestuarios Argentina
Mundo Oriental Venezuela	Córdoba XV
El Diario México	TWG2013 TV
El Sol de Cuautla México	El Reportero de la Comunidad México
La Hora Nacional	Frontenet.com México
El Progreso Venezuela	Andes Ecuador

ANEXO 5

Formato encuesta cara-cara periodistas nacionales e internaciones que cubrieron Los Juegos Mundiales 2013 Cali

Los Juegos Mundiales Cali 2013

Cubrimiento de Medios Internacionales

Encuesta a Medios de Comunicación

Objetivo: Obtener información sobre el perfil y motivaciones de los asistentes a los Juegos Mundiales Cali 2013. Tu ayuda nos será muy útil para conocer las motivaciones periodísticas para el cubrimiento de este evento; así mismo aspectos críticos de la organización de eventos deportivos.

[1.] País de Procedencia: _____; Principal Medio de Comunicación que Representa

Prensa () - Radio () - TV () - Agencia () - Medio digital ()

Nombre del medio: _____

[2.] Alcance (cifras de audiencia), si está definido: _____

[3.] Presencia en la red a través de: www.

[4.] Cobertura Geográfica: Local () Nacional () Internacional ()

Razón principal por la que cubre TWG2013:

Usted realizará el cubrimiento general de los Juegos Mundiales:

Si () No () Algunos días ()

Interés por uno () o varios () deportes

Cuántos: (), nómbrelos: _____

Por qué: _____

[5.] Número de profesionales y equipo técnico que cubre el evento:

No. Periodistas _____; No. Técnicos _____

Evaluá de 1 a 5 [1 muy mala y 5 muy buena] su satisfacción general frente a la organización de Los Juegos Mundiales 2013 Cali _____

¿Por qué?: _____

[6.] En general, para usted la infraestructura física y deportiva de la ciudad como anfitriona de los Juegos Mundiales 2013 Cali, ha sido: [1 muy mala, 5 muy buena]

Muy mala 1 2 3 4 5 Muy buena, **¿Por qué?**

[7.] Diría usted, después de cubrir Los Juegos Mundiales 2013 Cali, que la imagen de la ciudad de Cali como ciudad deportiva, moderna y competitiva ha: [1 muy mala, 5 muy buena]

Muy mala 1 2 3 4 5 Muy buena

Observaciones:

¡Muchísimas gracias por su colaboración!

The World Games Cali 2013

International Media Coverage Media Poll

Objective: To obtain information about the profile of assistants and motivational factors for attending The World Games 2013 Cali. Your collaboration will be useful in determining the journalistic motivations for the media coverage of this event; as well as critical aspects in the organization of such sports events.

[1.] Country of origin: _____; Main Communication Media that you represent

-Press() - Radio() - TV() - Agency() - Digital Media()

Name of the media: _____

[2.] Range of the audience, if it's defined: _____

[3.] Network presence through: www.

[4.] Geographic Coverage: Local() National() International()

[5.] Main reason for covering TWG2013:

Will you do the full coverage of TWG Cali 2013:

Yes() No() Some days()

Interest in one() or various() sports

How many(), name them: _____

Why? _____

Other: _____

[6.] Number of professionals and technical team members covering this event:

Number of journalists _____; Number of technicians _____

[7.] Evaluate from 1 to 5 [1 being the lowest and 5 being the highest] your general satisfaction with the organization of The World Games Cali 2013 _____

Why? _____

[8.] In general, in your opinion the sport and physical infrastructure of the city after covering The World Games 2013 Cali has been: [1 worst, 5 best]

Worse than I imagined 1 2 3 4 5 Better than I imagined

Why? _____

[9.] Would you, after covering The World Games 2013 Cali, say that the image of the city of Cali as a sports city, modern and competitive has: [1 worst, 5 best]

worsened 1 2 3 4 5 improved

Observations:

Many Thanks!

Estudio
IMPACTO
económico



The World Games
2013 CALI
Los Juegos Mundiales
Juego Limpio al Planeta
Fair Play to the Planet



con Acreditación
Institucional
de Alta Calidad
por **8** años

Departamento de Economía
Grupo de Investigación en
Desarrollo Regional, GIDR