**FORMATO PARA EL DESARROLLO DE COMPONENTE FORMATIVO**

|  |  |
| --- | --- |
| PROGRAMA DE FORMACIÓN | Gestión de organizaciones deportivas. |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| COMPETENCIA | 250801033. Coordinación de eventos para la actividad física, la recreación y el deporte | RESULTADOS DE APRENDIZAJE | 250801033-01. Determinar las características de la población objeto según requerimientos del evento |

|  |  |
| --- | --- |
| NÚMERO DEL COMPONENTE FORMATIVO | 005 |
| NOMBRE DEL COMPONENTE FORMATIVO | Caracterización poblacional |
| BREVE DESCRIPCIÓN | Para este componente se abordará, la caracterización de la población, a partir de las características de los eventos en el sector del deporte, se abordarán diferentes elementos conceptuales que brindarán las herramientas para elaborar una caracterización, teniendo en cuenta las particularidades de la organización y su tipo de población. |
| PALABRAS CLAVE | Caracterización, estratificación, población, segmentación, variables. |

|  |  |
| --- | --- |
| ÁREA OCUPACIONAL | 5 - ARTE, CULTURA, ESPARCIMIENTO Y DEPORTES |
| IDIOMA | Español |

1. **TABLA DE CONTENIDOS:**

Introducción  
**1. Caracterización poblacional**

**2. Segmentación poblacional**

2.1. Segmentación demográfica

2.2. Segmentación geográfica

2.3. Segmentación psicográfica

2.4. Segmentación de conducta

**3. Grupo poblacional**

**4. Sectores económicos: primario, secundario y terciario**

4.1. División según la economía clásica

4.2. División según la actividad económica

**5. Estratificación social**

**6. Instituciones públicas y privadas**

6.1. Las instituciones públicas

6.2. Las instituciones privadas

1. **DESARROLLO DE CONTENIDOS:**

**Introducción**

Estimado aprendiz, a través del siguiente video se podrán conocer los aspectos relevantes que se tratarán en este componente:

|  |
| --- |
| **OKEst\_00. CF05\_Video\_Introducción\_DI\_2023** |

**1. Caracterización poblacional**

La caracterización de la población, según Sánchez Upegui se hace a partir de un:

“análisis de índole esencialmente descriptivo. Puede realizarse desde distintos enfoques metodológicos, utilizando datos cuantitativos y cualitativos, así como fuentes primarias y secundarias de información, con el propósito de aproximarse al conocimiento y comprensión de las estructuras, características, dinámicas, acontecimientos y experiencias asociadas a una población de interés en un momento del tiempo específico” (2010).

La caracterización poblacional, no permitirá identificar y diferenciar los usuarios de las organizaciones, y clasificarlos según las necesidades de intervención, en este caso en el desarrollo de un evento del sector de la actividad física el deporte y la recreación.

Para diseñar una caracterización se deben tener en cuenta diferentes variables, las cuales determinarán los puntos a analizar en la población, por ejemplo: variables demográficas, geográficas, etc. Agrupar la población según estas variables se llama segmentación de la población, teniendo en cuenta la siguiente estructura:

|  |
| --- |
| OKEst\_01. CF05\_1\_Caracterización poblacional\_formato\_2\_infografia\_interactiva\_puntocaliente\_DI\_2023 |

**2. Segmentación poblacional**

La segmentación poblacional hace referencia a la organización de un grupo poblacional, según determinados atributos similares que estos comparten; consiste en dividir las personas en grupos de acuerdo con unos criterios particulares; segmentar la población, permite gestionar acciones, para el diseño y organización de este, estableciendo estrategias y herramientas para una gestión exitosa. Determinar la segmentación, dependerá de las necesidades particulares de la organización; en diferentes especialidades como el mercadeo o la investigación, se utiliza la segmentación como punto de partida, ya sea para iniciar sus proyectos o determinar al tipo de población a quien se va a apuntar sus productos o servicios, a continuación, mencionaremos unos criterios generales para clasificar la población, como se describe a continuación.

**2.1. Segmentación demográfica**

La segmentación demográfica se determina al dividir un grupo poblacional, con base en las variables demográficas, algunas pueden ser: sexo, edad, estado civil, descendencia étnica, ingresos, educación, religión, situación laboral, números de miembros que componen la familia, ciudadanía, idioma, área de la ciudad, pueblos, barrios, sectores, entre otros. Este tipo de segmentación es una de las más comunes, puesto que son más fáciles de identificar y de medir; las variables para este tipo de segmentación son:

|  |
| --- |
| OKEst\_02. CF05\_2\_1\_Segmentación demográfica\_Carrusel de tarjetas\_formato\_8\_carrusel\_tarjetas\_DI\_2023 |

Realizar una buena segmentación tiene grandes beneficios, entre los principales se encuentran:

* Ayudar a delimitar más fácilmente el grupo objeto de trabajo.
* Facilitar la adaptación de estrategias para la organización de eventos.
* Maximizar la eficiencia de los recursos asignados para un evento.

La segmentación basada en las variables demográficas, es una forma muy sencilla de clasificar la población, puesto que la información es más fácil de encontrar y organizar según sea su necesidad; es por ello que estas variables son las más utilizadas a la hora de caracterizar la población.

**2.2. Segmentación geográfica**

La segmentación geográfica se refiere al lugar donde el individuo reside, entendiendo todas las divisiones geográficas que se determinen allí: continente, país, región, estado, departamento, ciudad, pueblo, localidad, comuna, barrio, etc. Se mencionarán algunos tipos de segmentación geográfica:

|  |
| --- |
| **OKEst\_03. CF05\_2\_2\_Segmentación geográfica\_formato\_13\_tarjetas conectadas\_DI\_2023** |

Segmentar la población a partir de estas características, posibilita:

* Identificar grupos más específicos, para los eventos a desarrollar.
* Ayudar a enfocarse en grupos poblacionales y direccionar mejor las actividades.
* Mejorar posicionamientos en respuesta al trabajo con este tipo de segmentación.

**2.3. Segmentación psicográfica**

Es la segmentación de individuos que se realiza según, variables psicológicas y demográficas; teniendo en cuenta aspectos como la personalidad y su estilo de vida desde la psicología; por otra parte, desde la demografía, se toman características como rasgos de tipo social, cultural, demográficos, políticos o cualquier aspecto compartido por la población. Dentro de las principales variables psicológicas tenemos: personalidad, estilo de vida y valores. A continuación, se podrá conocer sus especificidades:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Personalidad** | **Estilo de vida** | **Valores** |

Existen múltiples beneficios de la segmentación psicográfica:

* Conoce las preferencias e intereses de los usuarios.
* Personaliza actividades o servicios.
* Permite establecer estrategias más eficientes y efectivas en este tipo de segmentación.
* Ayuda a crear una relación más efectiva y duradera con los usuarios.

**2.4. Segmentación de conducta**

En este tipo de segmentación se divide la población según la conducta del usuario, desde aquí se toman variables conductuales o de comportamiento frente a determinado servicio (o producto). Esta es una de las principales formas de segmentar la población en el marketing, sobre todo cuando se va a comercializar o divulgar un producto. Los principales tipos de segmentación conductual son:

* **Segmentación por beneficios:** este tipo de variable forma segmentos homogéneos de usuarios, basándose en los beneficios que buscan en sus productos o servicios, se basan en las características que tiene los productos o servicios, enfocándolos en los beneficios que buscan los usuarios. Por ejemplo: la persona para seleccionar un gimnasio, alguno lo seleccionará por los equipos, otro por los entrenadores, otro por el equipo interdisciplinario, etc.
* **Segmentación por frecuencia de uso:** esta variable se agrupa los individuos en función del uso que se le dé a un producto o servicio, por ejemplo:
* Usuarios regulares o frecuentes.
* Usuarios ocasionales.
* Usuarios de Temporada.
* Usuarios por ocasiones especiales.
* **Segmentación por nivel de uso:** esta segmentación se realiza según el nivel o cantidad que las personas, consumen un producto o servicio, estos se pueden agrupar así:
* De alto volumen de compra o servicio.
* De volumen promedio de compra o servicio.
* Bajo volumen de compra o servicio.

Los beneficios de aplicar la segmentación conductual son:

* Ayuda a identificar grupos de usuarios, según su comportamiento.
* Ayuda a la organización a identificar, las necesidades de cada segmento.
* Esta segmentación permite, mantener la lealtad de los usuarios.

**3. Grupo poblacional**

Los grupos poblacionales, hace referencia a un grupo de personas que comparten características similares en razón de la condición étnica, la edad y el género, estos se constituyen como una categoría con características diversas, multiculturales. En Colombia existen diferentes grupos poblacionales, principalmente se les conoce como grupos étnicos; estos son reconocidos especialmente porque están asentados en territorios de riqueza cultural y gozan de derechos especiales; en Colombia existen tres grupos étnicos: los indígenas, los negros, palenqueros y raizales y los row o población gitana.

|  |
| --- |
| **OKEst\_04. CF05\_3\_Grupos etnicos\_Slider\_DI\_2023** |

**4. Sectores económicos: primario, secundario y terciario**

Los sectores económicos de un país, territorio o estado son aquellas divisiones de sus actividades económicas; en Colombia estos sectores económicos se dividen en tres: primario (agrícola), sector secundario (la industria) y terciario (prestación servicios); esta división se conoce como la división clásica de los sectores económicos.

Igualmente existe otra clasificación de los sectores económicos según actividad económica, los cuales son: sector agropecuario, sector de servicios, sector industrial, sector de transporte, sector del comercio, sector financiero, sector de la construcción, sector minero y energético y sector de las comunicaciones.

**4.1. División según la economía clásica**

Esta división se centra en la idea de que el libre mercado es la forma natural del funcionamiento de la economía y que esta produce progreso y prosperidad, para ello se considera:

|  |
| --- |
| OKEst\_05. CF05\_4\_1\_División según la economía clásica\_formato\_9\_acordeon\_DI\_2023 |

**4.2. División según la actividad económica**

Hace referencia a la parte del proceso de producción en el que se encuentren las labores que se realiza, a continuación, se puede conocer su clasificación:

|  |
| --- |
| OKEst\_06. CF05\_4\_2\_División según la actividad económica\_Slider\_DI\_2023 |

**5. Estratificación social**

La estratificación social es una forma de clasificar los componentes de una sociedad determinada, teniendo en cuenta criterios de riqueza, estatus ocupación y poder, con los cuales se divide a la población. Cada estrato está compuesto por personas que comparten características socioeconómicas similares; desde la estratificación social, se permite observar los grandes niveles de desigualdad que hay en nuestras sociedades. Existen cuatro tipos de estratificación social: la esclavitud, el sistema de castas, el sistema estamental y el sistema de clases sociales. A continuación, se relacionan las especificaciones de cada uno:

|  |
| --- |
| OKEst\_07. CF05\_5\_Estratificación social\_formato\_10\_tabs\_horizontales\_DI\_2023 |

**6. Instituciones públicas y privadas**

Las Instituciones constituyen un pilar fundamental en la economía del país, las organizaciones se pueden clasificar de acuerdo con su naturaleza, ya sea pública o privada, las cuales están determinadas por los servicios que prestan y del origen de los recursos para su funcionamiento.

**6.1. Las instituciones públicas**

Las instituciones públicas son aquellas entidades que pertenecen al Estado Colombiano, tienen personería jurídica y manejan recursos y patrimonio proporcionados por el Estado, están creadas mediante un decreto de estado; dichas entidades pueden pertenecer alguna de las ramas del poder público o los órganos autónomos e independientes, las cuales se pueden clasificar a continuación:

|  |
| --- |
| **OKEst\_08. CF05\_6\_1\_Las instituciones públicas\_Infografía estática\_DI\_2023** |

**6.2. Las instituciones privadas**

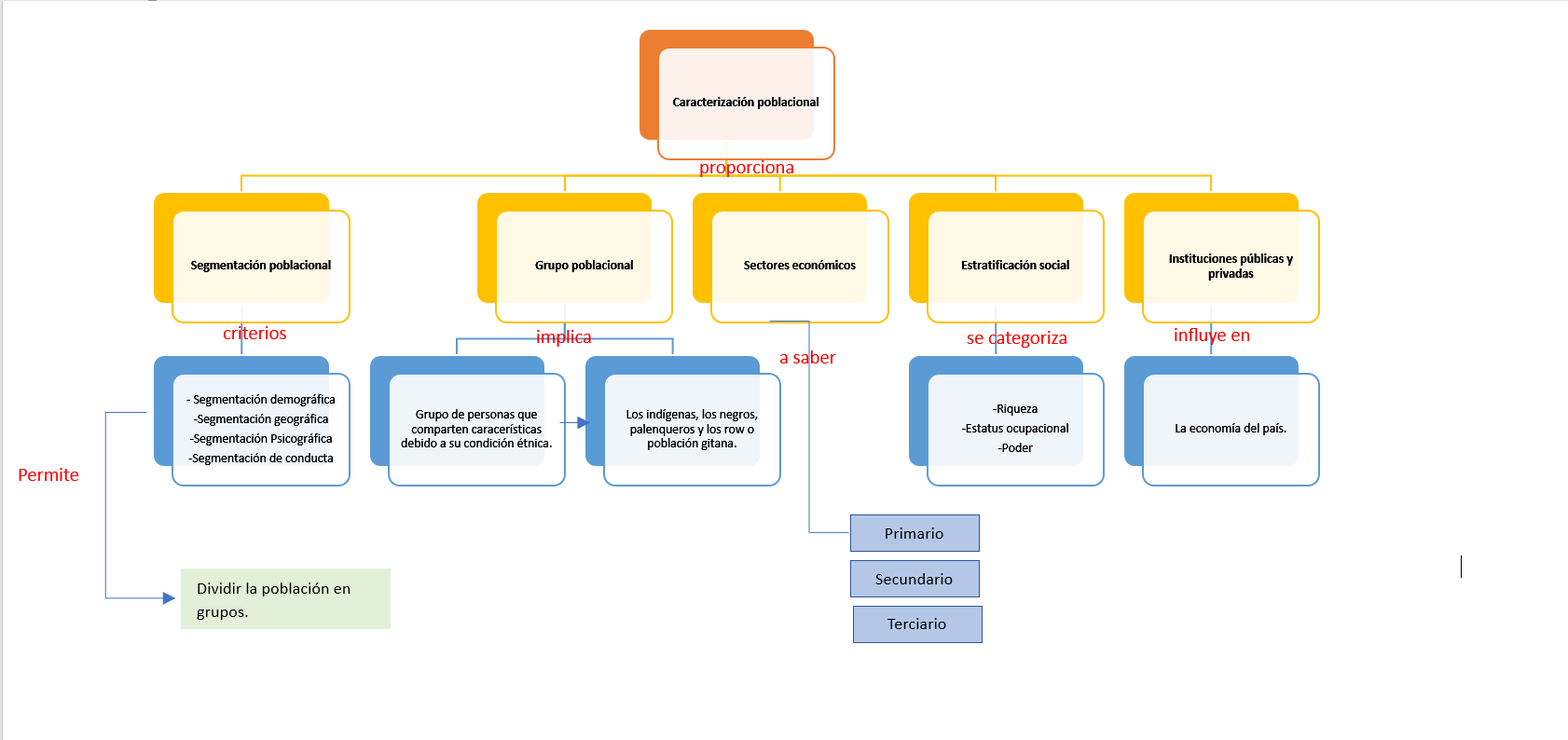
Una **institución** privada es una **institución** dedicada a los negocios, que se constituye con un capital privado, hacen parte del motor de desarrollo del país. Según el Artículo 333 de la Constitución Política de Colombia, la actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades. La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial, algunos ejemplos de empresas privadas en Colombia son:

* Bancolombia
* Grupo Nutresa
* Alpina
* Grupo Sura
* Babaria
* Arturo Calle

Si bien existe libertad para crear empresa en Colombia, la ley colombiana delimitará el alcance de las actividades económicas, cuando así lo exijan los intereses, sociales, ambientales y de patrimonio cultural.

1. **SÍNTESIS**

En resumen, la caracterización poblacional emerge como un componente esencial para una comprensión integral de cualquier población. Dentro de este contexto, exploramos el concepto de segmentación poblacional, que involucra la categorización de individuos en grupos basados en múltiples factores como demografía, geografía, psicología y comportamiento. La atención en la investigación de grupos específicos se vuelve fundamental en este proceso. Adicionalmente, los sectores económicos (primario, secundario y terciario) junto con su subdivisión según las actividades, así como la exploración de la estratificación social, contribuyen significativamente a una percepción más profunda de la estructura social. En este panorama, las instituciones públicas y privadas desempeñan papeles de gran relevancia en la vida de la población, cada una ejerciendo funciones únicas y ejemplares. A continuación, se presenta un mapa conceptual que resume de manera visual estos aspectos:



1. **ACTIVIDADES DIDÁCTICAS (OPCIONALES SI SON SUGERIDAS)**

|  |  |
| --- | --- |
| DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDAD DIDÁCTICA | |
| Nombre de la Actividad | Conocimientos de refuerzo |
| Objetivo de la actividad | Identificar los diferentes elementos conceptuales sobre caracterización poblacional, partiendo de las características inherentes a los eventos en el sector del deporte. |
| Tipo de actividad sugerida | Cuestionario |
| Archivo de la actividad  (Anexo donde se describe la actividad propuesta) | Anexos/ DI\_CF03\_Formato\_5\_actividad\_didactica\_Falso\_Verdadero\_2023 |

1. **MATERIAL COMPLEMENTARIO:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Tema | Referencia APA del Material | Tipo de material  (Video, capítulo de libro, artículo, otro) | Enlace del Recurso o  Archivo del documento o material |
| Sistema de castas | Historiando (s.f.). Sistema de castas. <https://www.historiando.org/sistema-de-castas/> | Página web | <https://www.historiando.org/sistema-de-castas/> |
| Grupos étnicos en Colombia | Ministerio de educación nacional (s.f.). Grupos étnicos en Colombia. <https://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-article-378980.html?_noredirect=1> | Página web | <https://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-article-378980.html?_noredirect=1> |

1. **GLOSARIO:**

|  |  |
| --- | --- |
| TÉRMINO | SIGNIFICADO |
| Caracterización: | determinar atributos particulares de alguien o de algo, de modo que claramente se distinga de los demás. |
| Población: | conjunto de personas que habitan una determinada área geográfica. |
| Segmentación: | es la delimitación de la población en pequeños grupos. |
| Sectores Económicos: | cada sector se refiere a una parte de la actividad económica cuyos elementos tienen características comunes, guardan una unidad y se diferencian de otras agrupaciones. Su división se realiza de acuerdo a los procesos de producción que ocurren al interior de cada uno de ellos. |

1. **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:**

Alberto Cajal. (2019). Sectores Económicos de Colombia: Primario, Secundario, Terciario. Lifeder. <https://www.lifeder.com/sectores-economicos-colombia/>.

Badía, J. F. (1974). *Casta, estamento y clase social. Revista de estudios políticos*, (198), 23-66

.

Garavaglia, J., y Marchena, J., (2005). *América Latina. De los orígenes a la independencia*.

Francisco Coll Morales (14 de enero, 2021). *Sociedad estamental*. Economipedia.com

Kotler, Philip, & Alan, R. (1987). *Strategic Marketing for Nonprofit Organizations*, third edition. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Myriam Quiroa (06 de marzo, 2021). *Segmentación demográfica*. Economipedia.com

1. **CONTROL DEL DOCUMENTO**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha |
| Autor (es) | Tatiana Cristina Vargas | Experta temática | Regional Antioquia - Centro de servicios de salud | Octubre 2021 |
| Paola Andrea Quintero Aguilar | Diseñadora instruccional | Regional Bogotá - Centro de Gestión Industrial | Octubre 2021 |
| Carolina Coca Salazar | Revisora Metodológica y Pedagógica | Regional Distrito Capital - Centro de Diseño y Metrología | Noviembre 2021 |
| Jhon Jairo Rodríguez Pérez | Diseñador y evaluador instruccional | Regional Distrito Capital - Centro para la Industria de la Comunicación Gráfica | Noviembre 2021 |

1. **CONTROL DE CAMBIOS**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Nombre** | **Cargo** | **Dependencia** | **Fecha** | **Razón del Cambio** |
| **Autor (es)** | Gloria Lida Alzate Suarez | Adecuador Instruccional | Regional Distrito Capital - Centro de gestión de mercados, Logística y Tecnologías de la información. | Agosto de 2023 | Adecuación de contenidos de acuerdo con la directriz de Dirección General. |
| Alix Cecilia Chinchilla Rueda | Asesor Metodológico | Regional Distrito Capital - Centro de gestión de mercados, Logística y Tecnologías de la información. | Agosto de 2023 | Adecuación de acuerdo con la directriz de Dirección General. |
| Liliana Victoria Morales Guadrón | Responsable Línea de Producción Distrito Capital. | Regional Distrito Capital - Centro de gestión de mercados, Logística y Tecnologías de la información. | Agosto de 2023 | Adecuación de contenidos de acuerdo con la directriz de Dirección General. |