

Desarrollo del modelo integral de cooperación económica y educación virtual para el fortalecimiento comunitario en Salamina caldas potenciando emprendimientos rurales y la promoción del paisaje cultural cafetero

Asleyder Burgos Giraldo

Asesor

Elena del Carmen Restrepo Álvarez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios ECACEN

Economía

2024

Resumen

En el contexto postconflicto de Salamina, Caldas, y respaldado por datos recientes del Departamento Nacional de Planeación (DNP) y la Agencia de Cooperación Internacional de Colombia (ACI), este proyecto se enfoca en diseñar e implementar un Modelo de Cooperación Económica y Educación Virtual para fortalecer la resiliencia y el desarrollo comunitario mediante estrategias económicas solidarias y educación digital, con especial atención a las comunidades afectadas por el conflicto armado. De acuerdo con el DNP (2023), Salamina enfrenta una alta tasa de pobreza del 45% y un índice de necesidades básicas insatisfechas (NBI) del 35%, lo que evidencia la necesidad urgente de intervención para mejorar las condiciones socioeconómicas. La ACI destaca la limitación en el acceso a tecnología y formación digital, que restringe el desarrollo y cohesión social en estas áreas. El objetivo del proyecto es desarrollar e implementar un modelo que refuerce la capacidad de las comunidades en Salamina para enfrentar los desafíos postconflicto, promoviendo la sostenibilidad económica y el acceso equitativo a la educación digital. El modelo también incluye la promoción del paisaje cultural cafetero de la UNESCO para atraer turismo y generar ingresos mediante emprendimientos rurales como eco-hoteles y deportes de aventura. La metodología contempla un diagnóstico inicial para evaluar el contexto socioeconómico y educativo, realizando encuestas y entrevistas a 500 residentes y analizando el impacto del paisaje cultural cafetero en el desarrollo local. En la fase de planificación, se identificarán actores clave como el Ministerio TICs, juntas de conectividad y empresas privadas para apoyar la formación digital y la creación de emprendimientos, diseñando estrategias en colaboración con 20 organizaciones locales y 10 instituciones educativas. La implementación incluirá programas de formación en habilidades digitales y la creación de cooperativas comunitarias, con el objetivo de capacitar a 1,000

individuos en el primer año y fomentar emprendimientos rurales. La evaluación del proyecto se realizará mediante la recolección de datos y la aplicación de indicadores clave, buscando una reducción del 10% en la pobreza, el aumento del acceso a recursos educativos digitales y el fortalecimiento de al menos 5 cooperativas comunitarias, además de un mayor impulso al paisaje cultural cafetero y desarrollo de emprendimientos sostenibles.

Palabras Clave: Cooperación económica, educación virtual, desarrollo sostenible, resiliencia postconflicto, inclusión digital.

Abstract

In light of recent advancements in digital technology and the need for sustainable development, this project aims to establish an Integrated Model of Economic Cooperation and Virtual Education for Salamina, Caldas, with a focus on post-conflict recovery. According to the latest data from the National Planning Department (DNP) and the Ministry of Information Technologies and Communications (MINTIC), there is an urgent need to combine economic cooperation and virtual education to foster resilience and sustainable growth in conflict-affected communities. The primary goal of the project is to implement strategies that leverage economic cooperation and virtual learning to improve community well-being and economic development. To achieve this, the project will conduct a comprehensive needs assessment, analyze stakeholders, and design a strategic framework to enhance local capacities and ensure long-term benefits. The methodology involves diagnostic analysis to understand the current socio-economic and educational landscape, strategy formulation to address identified needs, and operational planning to execute the strategies effectively. Special attention will be given to promoting the UNESCO cultural landscape of the region and supporting rural entrepreneurship as part of the implementation phase. Initial results suggest that integrating economic cooperation with virtual education presents significant opportunities for advancing sustainable development in Salamina. This approach aims to boost community resilience, foster digital inclusion, and stimulate economic activities through innovative educational and economic initiatives. By focusing on these areas, the project seeks to create a robust framework that supports long-term development and prosperity for the local population.

Keywords: Economic cooperation, virtual education, sustainable development, post-conflict resilience, digital inclusion.

Tabla de Contenido

Introducción	10
Planteamiento del Problema	11
Pregunta Problema	11
Justificación	12
Objetivos	13
Objetivo General	13
Objetivos Específicos	13
Marco Teórico	14
Cooperación Económica	14
Educación Virtual como Herramienta de Desarrollo	14
Ventajas de la Cooperación Económica y la Educación Virtual	15
Marketing y Comunicación para el Éxito del Modelo	15
Segmentación y Enfoque en el Mercado Local.....	16
Beneficiarios del Modelo	16
Competencia y Adaptación del Modelo	16
Marco Espacial.....	17
Metodología	19
Tipo de Estudio	19
Descriptivo	19
Método de Investigación	19
Técnica e Instrumento	19
Población	19

Muestra	20
Cálculo del Tamaño de la Muestra	20
Resumen para el Estudio	21
Justificación del Tamaño de la Muestra.....	21
Fases de la Investigación	21
Desarrollo de la Fase 1, Aplicación del Diagnóstico	23
Presentación de Resultados	23
Resultados de Encuestas	23
Descripción de la Junta de Conectividad Comunitaria en Salamina, Caldas	30
Análisis Situacional de la Junta de Conectividad Comunitaria	31
Entorno Económico.....	31
Entorno Ambiental	31
Entorno Tecnológico	31
Entorno Sociocultural.....	32
Entorno Político-Legal	32
Matriz DOFA	33
Fase 2 Identificación de los Criterios de Segmentación del Público Objetivo	35
Conclusiones.....	39
Recomendaciones	40
Referencias.....	42
Apéndices.....	44

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Análisis de Resultados</i>	33
Tabla 2 <i>Fase 3 Establecimiento Criterios de Segmentación Personas</i>	35
Tabla 3 <i>Fase 3 Proyección del Plan de Marketing Digital</i>	36

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Salamina Caldas</i>	17
Figura 2 <i>Gráfico de Género</i>	23
Figura 3 <i>Gráfico de Edad</i>	24
Figura 4 <i>Gráfico de Estado Civil</i>	24
Figura 5 <i>Gráfico de Percepción del Modelo</i>	25
Figura 6 <i>Gráfico de Medios de Localización</i>	25
Figura 7 <i>Gráfico de Frecuencias de Participación</i>	26
Figura 8 <i>Gráfico de Decisión de Participación</i>	26
Figura 9 <i>Gráfico de Experiencias de Fraude</i>	27
Figura 10 <i>Gráfico de Preferencias de Servicio</i>	27
Figura 11 <i>Gráfico de Alternativas de Participación</i>	28
Figura 12 <i>Gráfico de Preferencias de Participación</i>	28
Figura 13 <i>Gráfico de Calidad del Servicio</i>	29
Figura 14 <i>Gráfico de Mejora Continua</i>	29

Lista de Apéndices

Apéndice A *Encuesta de Satisfacción y Preferencias* 44

Introducción

Este proyecto propone desarrollar un Modelo de Cooperación Económica y Educación Virtual para el Desarrollo Sostenible en Salamina, Caldas, con un enfoque específico en el contexto postconflicto. La iniciativa tiene como objetivo identificar y aplicar criterios de segmentación del público objetivo en función del análisis del perfil de las comunidades locales, para proyectar un plan integral que potencie tanto la cooperación económica como la educación virtual en la región. Este planteamiento se basa en un diagnóstico detallado mediante encuestas digitales y otras herramientas de recolección de datos, además de un análisis situacional utilizando la matriz DOFA para comprender las variables internas y externas que afectan a la comunidad y al contexto regional.

El proyecto busca integrar estrategias innovadoras que aprovechen el apoyo del Ministerio TICs y las juntas de conectividad, así como la promoción del paisaje cultural cafetero, para mejorar las capacidades económicas y educativas de las comunidades afectadas por el conflicto. La metodología empleada incluirá el análisis de datos, la identificación de actores clave, el diseño de estrategias específicas y la implementación de planes de acción adaptados a las necesidades locales. Este enfoque garantizará una integración efectiva de la cooperación económica y la educación virtual, mejorando la capacidad de la comunidad para enfrentar desafíos y aprovechar oportunidades en un contexto postconflicto.

Planteamiento del Problema

Salamina, Caldas, enfrenta desafíos significativos en la reconstrucción económica y social tras años de conflicto, impactando negativamente en su desarrollo económico y acceso a educación de calidad. De acuerdo con datos recientes del Departamento Nacional de Planeación (DNP) y el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MINTIC), el desarrollo de modelos de cooperación económica y educación virtual se ha convertido en una estrategia crucial para el fortalecimiento de comunidades en contextos postconflicto.

La falta de infraestructura adecuada y la carencia de capacidades locales para utilizar tecnologías digitales son barreras significativas. La ausencia de un enfoque cohesivo en la cooperación económica y la educación virtual limita el potencial de crecimiento y desarrollo en la región. Además, la creciente demanda de soluciones innovadoras para el desarrollo sostenible subraya la necesidad de establecer un modelo que combine la cooperación económica con la educación virtual, adaptado a las características específicas de Salamina y la promoción del paisaje cultural cafetero para atraer el turismo y generar ingresos adicionales para la comunidad.

Pregunta Problema

¿Cuáles deben ser los criterios de segmentación del público objetivo para el desarrollo e implementación del Modelo de Cooperación Económica y Educación Virtual en Salamina, Caldas, que permitan proyectar un plan estratégico que fortalezca el desarrollo sostenible en la región, ¿integrando aspectos económicos y educativos adaptados al contexto postconflicto?

Justificación

La presente propuesta, vinculada a la línea de investigación “Gestión de las Organizaciones” de la Escuela de Ciencias Administrativas, Contables y de Negocios, se enfoca en identificar los criterios de segmentación del público objetivo para el Modelo de Cooperación Económica y Educación Virtual para el Desarrollo Sostenible en Salamina, Caldas, con un enfoque postconflicto. La finalidad es desarrollar un plan estratégico que impulse la cooperación económica y la educación virtual, adaptado a las necesidades de las comunidades locales en un contexto postconflicto.

La identificación adecuada de los criterios de segmentación es crucial para diseñar estrategias efectivas que promuevan la sostenibilidad y el desarrollo integral. Según González (2006), el éxito de un proyecto depende de la comprensión profunda de las necesidades y expectativas de los beneficiarios. De acuerdo con la Norma ISO 9001, los estándares de calidad deben definirse en función de las necesidades y expectativas de los usuarios, destacando la importancia de conocer a fondo el perfil del público objetivo para alinear las estrategias con sus realidades.

Hill y Jones (1996) afirman que la segmentación del mercado facilita la creación de estrategias que ofrezcan una ventaja competitiva. Esta investigación surge de la necesidad de diseñar un modelo que integre eficazmente la cooperación económica y la educación virtual, considerando las características específicas de las comunidades en Salamina. La implementación del modelo permitirá optimizar los recursos y fortalecer la capacidad de la región para enfrentar desafíos y aprovechar oportunidades en un contexto postconflicto.

Objetivos

Objetivo General

Identificar los criterios de segmentación del público objetivo para el Modelo de Cooperación Económica y Educación Virtual para el Desarrollo Sostenible en Salamina, Caldas, con el fin de proyectar un plan estratégico que impulse la cooperación económica y la educación virtual, adaptado a las necesidades de las comunidades locales en un contexto postconflicto.

Objetivos Específicos

Aplicar un diagnóstico para conocer el perfil de las comunidades locales en Salamina, identificando sus necesidades y oportunidades relacionadas con la cooperación económica y la educación virtual.

Establecer los criterios de segmentación del público objetivo desde el análisis del perfil de las comunidades locales, considerando factores económicos, sociales y educativos relevantes.

Desarrollar e implementar una estrategia piloto basada en los criterios de segmentación, utilizando herramientas digitales y plataformas de comunicación, para promover la cooperación económica y la educación virtual, y evaluar su impacto en el desarrollo sostenible de la región.

Marco Teórico

Cooperación Económica

La cooperación económica se refiere a la colaboración estratégica entre gobiernos, organizaciones no gubernamentales (ONGs), y el sector privado para fomentar el desarrollo y la estabilidad económica en regiones que enfrentan desafíos estructurales, como zonas afectadas por conflictos o con economías en transición. Estudios recientes han demostrado que la cooperación económica es esencial para construir infraestructuras resilientes y promover la inclusión social en estas áreas (Estevadeordal & Goodman, 2017). En el contexto de Salamina, la cooperación económica no solo es un catalizador para la reactivación económica post-conflicto, sino también un medio para mejorar las condiciones de vida de la población local. A través de iniciativas conjuntas, como la inversión en infraestructura crítica y el apoyo a programas de desarrollo local, se busca estimular la economía regional, reducir las desigualdades y promover un crecimiento sostenible (Martín-Barbero, 2008; OECD, 2021).

Educación Virtual como Herramienta de Desarrollo

La educación virtual ha emergido como una herramienta poderosa para superar las barreras geográficas y logísticas que históricamente han limitado el acceso a la educación en regiones remotas (Anderson & Dron, 2011). En Salamina, esta modalidad educativa tiene el potencial de empoderar a la comunidad mediante la adquisición de habilidades y competencias que faciliten la integración laboral y el desarrollo económico local. Investigaciones han mostrado que la educación virtual no solo mejora el acceso a la educación, sino que también contribuye al desarrollo de capacidades técnicas y a la creación de un entorno más equitativo y accesible para todos (Mestre, 2007; UNESCO, 2020). La implementación de programas de educación virtual en Salamina podría ser un elemento clave para fomentar la inclusión social y económica,

permitiendo que sectores marginados de la población se beneficien de nuevas oportunidades educativas.

Ventajas de la Cooperación Económica y la Educación Virtual

La combinación de cooperación económica y educación virtual presenta una sinergia poderosa que puede conducir a múltiples beneficios en términos de desarrollo sostenible y reducción de desigualdades. La cooperación económica, al facilitar las inversiones en infraestructuras y programas locales, crea un entorno propicio para que la educación virtual prospere y alcance a más personas (Molina, 2005). La literatura ha demostrado que estos enfoques integrados ayudan a fortalecer la resiliencia comunitaria, permitiendo que las comunidades no solo se recuperen de situaciones adversas, sino que también prosperen en el largo plazo (World Bank, 2018). Además, esta combinación tiene el potencial de romper el ciclo de pobreza, al proporcionar a las personas las herramientas necesarias para participar activamente en la economía digital y global.

Marketing y Comunicación para el Éxito del Modelo

Una estrategia de comunicación efectiva es fundamental para el éxito de cualquier iniciativa de desarrollo, especialmente cuando se trata de combinar la cooperación económica con la educación virtual. La implementación de estrategias de marketing digital que resalten los beneficios de ambos enfoques es crucial para atraer inversiones y apoyo institucional (Kotler & Keller, 2016). En el contexto de Salamina, la promoción del Paisaje Cultural Cafetero a través de campañas digitales bien diseñadas puede destacar oportunidades en sectores como el eco-turismo y el turismo de naturaleza, generando un impacto económico positivo para la región (UNWTO, 2012). Utilizar tecnologías de la información y la comunicación (TICs) no solo aumenta la

visibilidad de estas oportunidades, sino que también facilita la participación de la comunidad y el acceso a nuevos mercados.

Segmentación y Enfoque en el Mercado Local

La segmentación del mercado es un componente crítico para dirigir los esfuerzos de manera efectiva y asegurar que los recursos lleguen a quienes más lo necesitan (Grönroos, 1994). En Salamina, una segmentación adecuada permitirá adaptar las intervenciones de cooperación económica y educación virtual a las necesidades específicas de la comunidad. Esto implica un análisis detallado del mercado local, considerando factores socioeconómicos, demográficos y culturales, para garantizar que las soluciones propuestas sean relevantes y tengan un impacto real en la mejora de las condiciones de vida de la población (Porter, 1985).

Beneficiarios del Modelo

El modelo beneficiará tanto a individuos como a comunidades enteras, mejorando la calidad de vida y fomentando el desarrollo económico local. La satisfacción de las necesidades de estos beneficiarios es clave para el éxito y la sostenibilidad del modelo (Albert Piñole, 1999; Bigné et al., 2000).

Competencia y Adaptación del Modelo

El modelo debe ser flexible para adaptarse a cambios y desafíos emergentes en el entorno postconflicto. La capacidad de ajustar estrategias según las nuevas condiciones es esencial para mantener la relevancia y efectividad del modelo (Quesada & Ruiz, 2007).

urbana del municipio tiene una extensión de 79,69 has y su temperatura promedio es de 22°C. La posición Geográfica del área urbana del Municipio es 5025” N. y 75030” W, y su extensión es de 400.6 Km². Los límites geográficos son los siguientes:

El Modelo económico integral de asociatividad comunitaria será aplicable principalmente en Colombia, en departamentos donde hay presencia de comunidades rurales y campesinas que se benefician de la organización cooperativa y el trabajo comunitario. Algunos de los departamentos donde este modelo podría tener un impacto significativo incluyen:

Caldas: Por su tradición en el paisajismo cultural cafetero y la presencia de comunidades rurales, este departamento puede beneficiarse de modelos de asociatividad comunitaria, especialmente en el sector agrícola.

Antioquia: tiene una larga tradición de cooperativismo y asociatividad, especialmente en áreas rurales. El modelo económico integral de asociatividad comunitaria se puede aplicar en diversas zonas de este departamento.

Cauca: tiene un fuerte componente de comunidades indígenas y rurales que pueden beneficiarse de un modelo económico basado en la asociatividad comunitaria.

Nariño: Al igual que Cauca, Nariño es otro departamento con una importante presencia de comunidades indígenas y campesinas, lo que hace viable la implementación de este modelo económico.

Valle del Cauca: Con una diversidad de actividades agrícolas y económicas, el Valle del Cauca también puede implementar este modelo en sus comunidades rurales.

Huila: tiene una fuerte tradición agrícola y ganadera, lo que hace que la asociatividad comunitaria sea un enfoque beneficioso para sus comunidades rurales.

Metodología

Tipo de Estudio

Descriptivo

Centrado en presentar una interpretación clara de las realidades y características de fenómenos específicos (Sabino, 2002). En este caso, la metodología descriptiva permite identificar los criterios de segmentación del público objetivo para el Modelo de Cooperación Económica y Educación Virtual en Salamina, Caldas, mediante la recolección y análisis de datos relevantes.

Método de Investigación

Se utiliza una combinación de datos primarios y secundarios. Los datos primarios se obtienen mediante encuestas digitales a residentes y beneficiarios del modelo en Salamina, mientras que los secundarios provienen de fuentes oficiales y estudios previos (DANE, 2023).

Técnica e Instrumento

La técnica principal es la encuesta digital, seleccionada por su accesibilidad, bajo costo y eficiencia en la recolección de datos. Este método permite un procesamiento automático de la información, facilitando la obtención de datos precisos sobre características y necesidades de los participantes.

Población

La población está compuesta por residentes y participantes del modelo en Salamina, Caldas, con una población total de aproximadamente 14,500 habitantes (DANE, 2023). Se identificaron 500 participantes directos en los programas de cooperación económica y educación virtual.

Muestra

El tamaño de la muestra, calculado con un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%, es de aproximadamente 370 personas. Dado que la muestra coincide con la población objetivo, se considera adecuada para un análisis exhaustivo.

El cálculo del tamaño de la muestra para una investigación es crucial para asegurar que la muestra sea representativa de la población objetivo. A continuación, se detalla el proceso para calcular el tamaño de la muestra:

Cálculo del Tamaño de la Muestra

Para calcular el tamaño de la muestra se puede usar la fórmula para una población finita:

$$n_0 = (Z^2 * p * (1 - p)) / e^2$$

Donde:

- (n) = tamaño de la muestra
- (N) = tamaño de la población
- (e) = margen de error (expresado como una fracción, por ejemplo, 0.05 para un 5%)
- (Z) = valor Z correspondiente al nivel de confianza (por ejemplo, 1.96 para un nivel de confianza del 95%)

La fórmula general para el cálculo del tamaño de muestra con una población infinita es:

$$n = n_0 / (1 + ((n_0 - 1) / N))$$

Donde:

- (n₀) = tamaño de muestra para una población infinita
- (Z) = valor Z (1.96 para un 95% de nivel de confianza)
- (p) = proporción estimada de la población que tiene la característica de interés (generalmente 0.5 si se desconoce)

- (e) = margen de error

En este ejemplo, el tamaño ajustado de la muestra es aproximadamente 217. Si en el caso presentado se ha tomado un tamaño de muestra de 370, esto podría ser una muestra de conveniencia o para asegurar una mayor precisión en los resultados.

Resumen para el Estudio

Población Total (N): Aproximadamente 500 participantes.

Nivel de Confianza: 95% ($Z = 1.96$)

Margen de Error: 5% ($e = 0.05$)

Proporción Estimada (p): 0.5

Tamaño de la Muestra Calculado: Aproximadamente 217 para una población finita de 500. El tamaño real de 370 puede ser utilizado para obtener una mayor representatividad y precisión.

Justificación del Tamaño de la Muestra

Incluir a todos los participantes del programa permite una representación completa y facilita un análisis detallado de los criterios de segmentación, garantizando estrategias efectivas para el modelo de cooperación económica y educación virtual en Salamina.

Fases de la Investigación

Fase 1 Diagnóstico de la Situación Actual

Diseño del Instrumento: Se diseñará una encuesta digital para evaluar aspectos demográficos, percepción del modelo y uso de tecnologías.

Análisis Situacional: Se llevará a cabo un análisis interno del modelo y un análisis externo del entorno de Salamina, consolidado en una matriz DOFA.

Fase 2 Establecimiento de Criterios de Segmentación

Análisis de Resultados: Se analizarán los resultados de la encuesta para determinar criterios de segmentación del público objetivo.

Segmentación del Público Objetivo: Se segmentará el público en grupos homogéneos para diseñar estrategias y acciones específicas.

Fase 3 Proyección del Plan de Marketing Digital

Desarrollo de Estrategia Piloto: Se diseñará una estrategia de marketing digital enfocada en la promoción del Paisaje Cultural Cafetero, destacando oportunidades para emprendimientos locales.

Aspectos Comunicacionales: Se priorizará la capacitación local en el uso de TICs y se desarrollarán recursos digitales para mejorar la comunicación y atraer turistas.

Desarrollo de la Fase 1, Aplicación del Diagnóstico

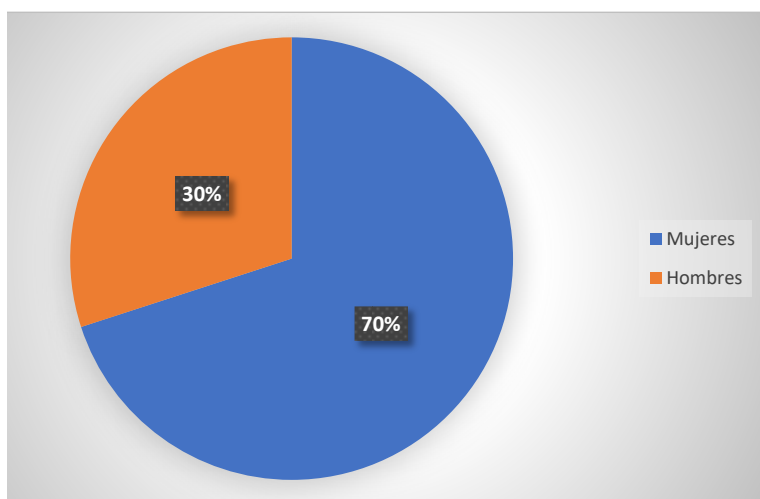
Presentación de Resultados

Recolección de Datos: Se aplicaron encuestas digitales a una muestra de aproximadamente 370 personas de la población rural de Salamina.

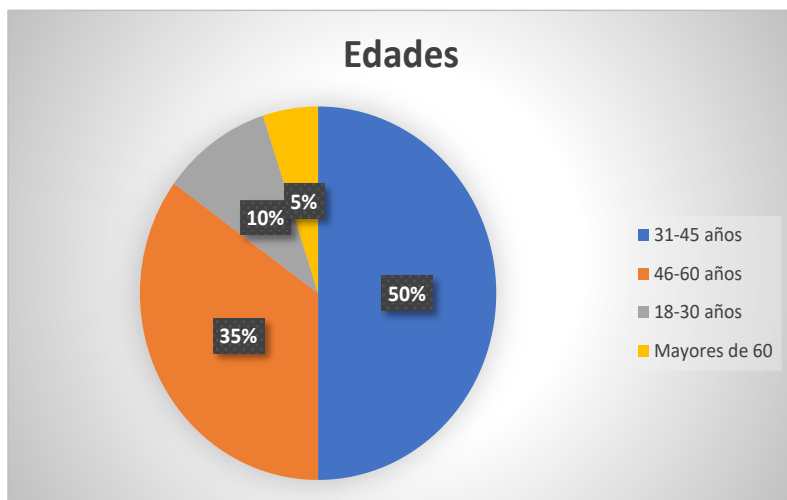
Resultados de Encuestas

Figura 2

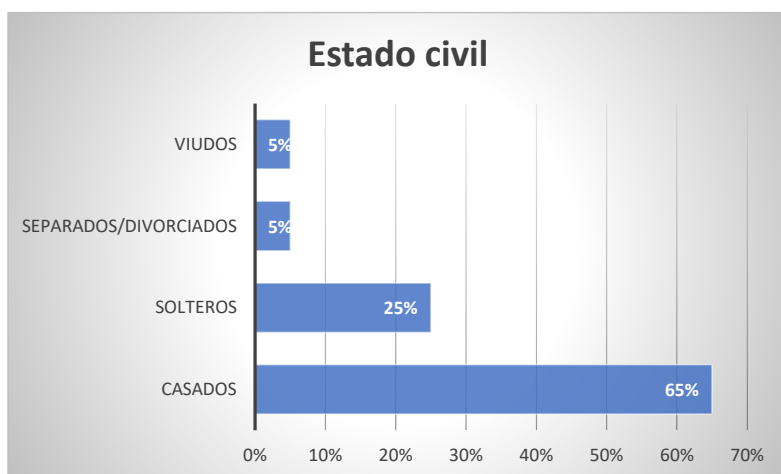
Gráfico de Género



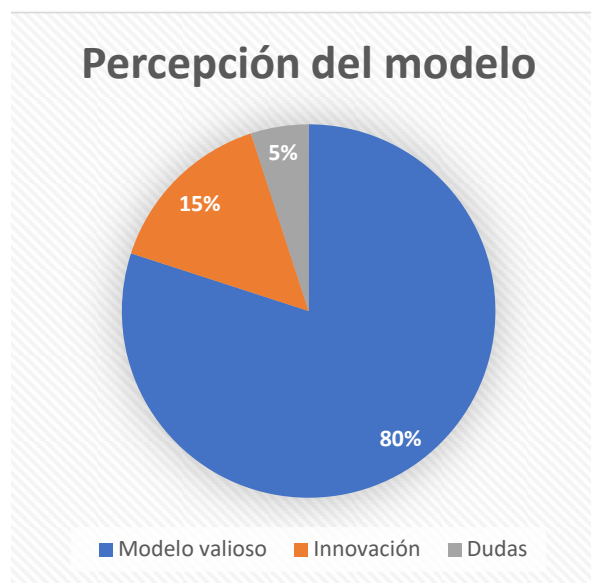
Nota. La mayoría de los participantes son mujeres, representando el 70%, mientras que los hombres constituyen el 30%. Esto indica una predominancia femenina en la muestra.

Figura 3*Gráfico de Edad*

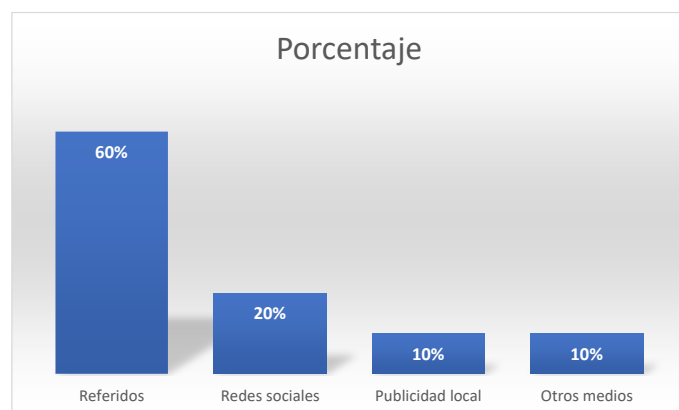
Nota. La mayor parte de los encuestados se encuentra en el rango de edad de 31 a 45 años (50%), seguido por aquellos de 46 a 60 años (35%). Solo el 10% tiene entre 18 y 30 años, y un pequeño 5% supera los 60 años, mostrando una mayor participación de personas en edad laboral media.

Figura 4*Gráfico de Estado Civil*

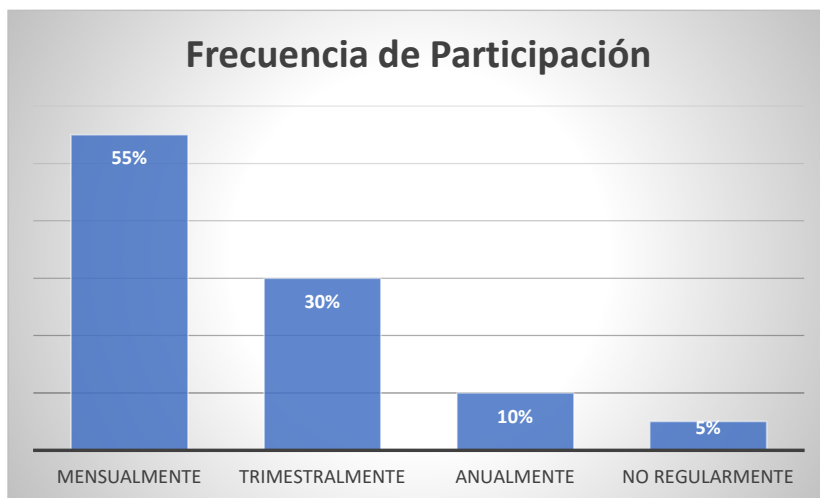
Nota. El 65% de los participantes están casados, lo que sugiere una tendencia hacia el compromiso formal. El 25% son solteros, mientras que un pequeño porcentaje está separado/divorciado (5%) o viudo (5%).

Figura 5*Gráfico de Percepción del Modelo*

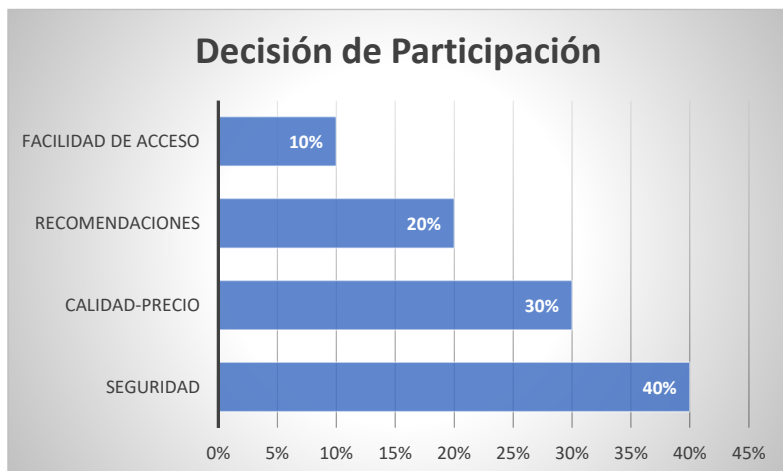
Nota. Una gran mayoría, el 80%, considera que el modelo es valioso, destacando su apreciación positiva. Un 15% valora principalmente la innovación del modelo, y un 5% expresa dudas, lo que podría indicar áreas de mejora.

Figura 6*Gráfico de Medios de Localización*

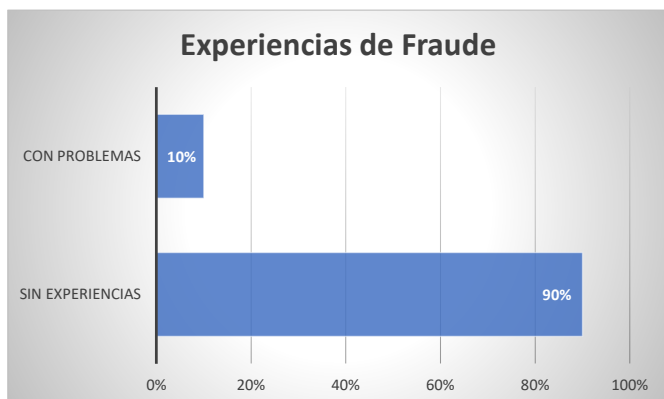
Nota. El 60% de los participantes conocieron el modelo a través de referidos, lo que destaca la importancia del boca a boca. Un 20% lo descubrió por redes sociales, mientras que un 10% lo hizo mediante publicidad local y otro 10% por otros medios, evidenciando una diversidad en las fuentes de información.

Figura 7*Gráfico de Frecuencias de Participación*

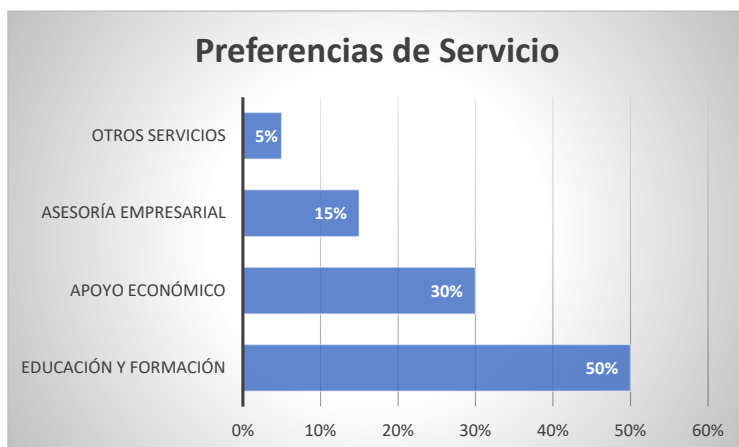
Nota. Más de la mitad de los participantes, un 55%, se involucra mensualmente, lo que sugiere una interacción regular. El 30% participa trimestralmente, el 10% anualmente y un 5% de manera no regular, mostrando distintos niveles de compromiso.

Figura 8*Gráfico de Decisión de Participación*

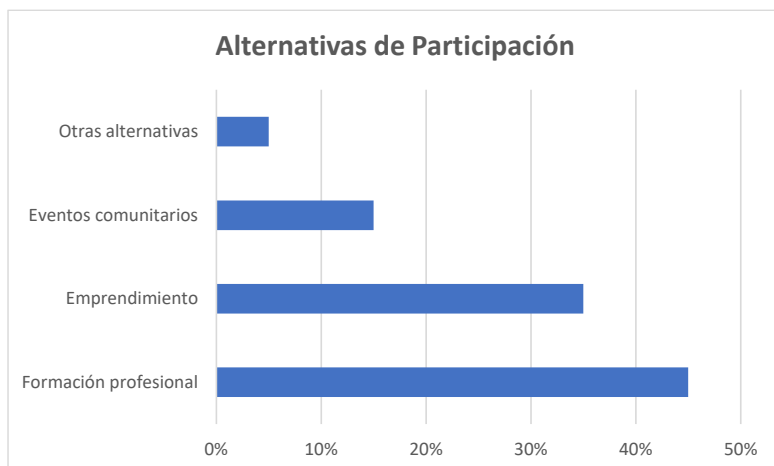
Nota. La principal motivación para participar es la búsqueda de seguridad (40%), seguida por la percepción de una buena relación calidad-precio (30%). Las recomendaciones influyen al 20%, y un 10% considera la facilidad de acceso como un factor determinante.

Figura 9*Gráfico de Experiencias de Fraude*

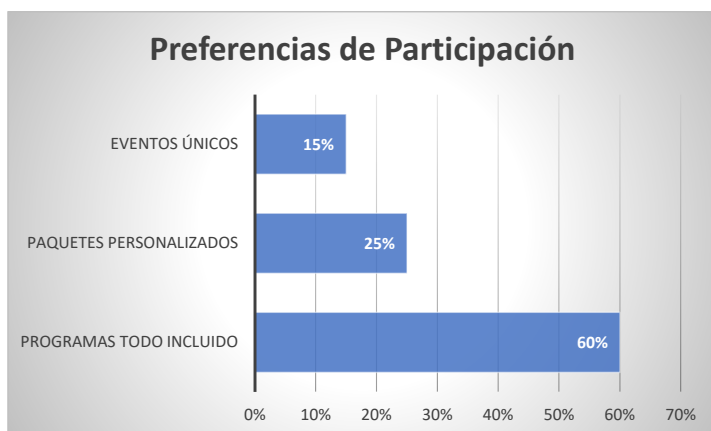
Nota. Una gran mayoría, el 90%, no ha tenido experiencias de fraude, lo que refleja una percepción de seguridad. Sin embargo, un 10% ha enfrentado problemas con compras en línea, lo que señala un área de preocupación.

Figura 10*Gráfico de Preferencias de Servicio*

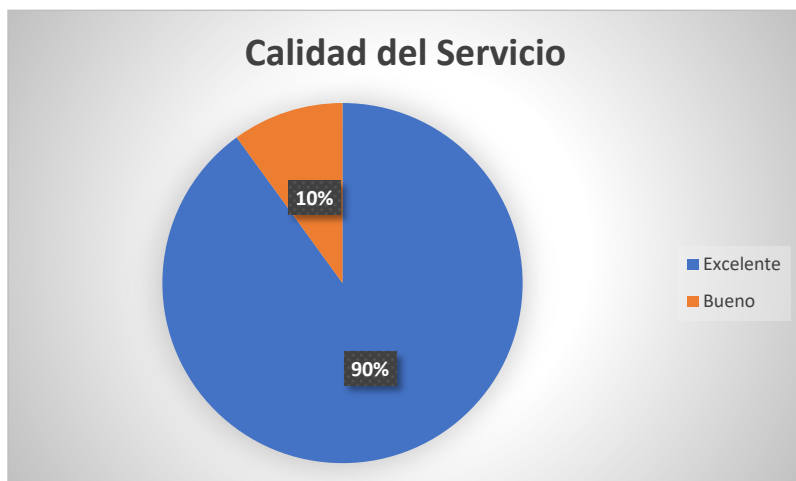
Nota. La mitad de los encuestados, un 50%, prefiere servicios relacionados con la educación y formación. El 30% busca apoyo económico, el 15% asesoría empresarial y un 5% está interesado en otros servicios, destacando la diversidad de necesidades.

Figura 11*Gráfico de Alternativas de Participación*

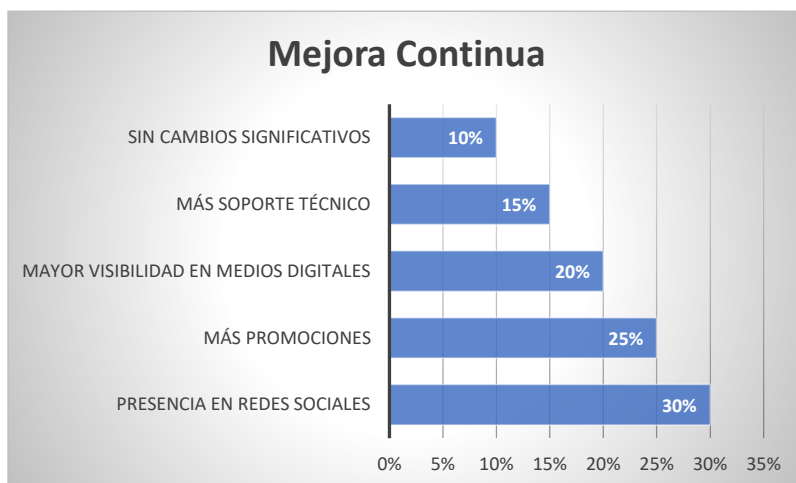
Nota. El 45% prefiere opciones de formación profesional, seguido por un 35% que se inclina por emprendimiento. Los eventos comunitarios son preferidos por el 15%, mientras que el 5% opta por otras alternativas, mostrando diversas formas de participación.

Figura 12*Gráfico de Preferencias de Participación*

Nota. Un 60% de los participantes prefiere programas todo incluido, lo que sugiere una inclinación por opciones completas y sin complicaciones. El 25% prefiere paquetes personalizados y un 15% eventos únicos, lo que indica un interés en experiencias más específicas y exclusivas.

Figura 13*Gráfico de Calidad del Servicio*

Nota. La mayoría, un 90%, califica el servicio como excelente, reflejando un alto nivel de satisfacción. El 10% lo considera bueno, indicando espacio para mejoras menores.

Figura 14*Gráfico de Mejora Continua*

Nota. Un 30% sugiere una mayor presencia en redes sociales, mientras que un 25% desea más promociones. Un 20% pide mayor visibilidad en medios digitales y un 15% solicita más soporte técnico. Un 10% no considera necesarias grandes mejoras, indicando satisfacción con el estado actual.

Descripción de la Junta de Conectividad Comunitaria en Salamina, Caldas

¿Quiénes somos?

La Junta de Conectividad Comunitaria de Salamina es una organización sin ánimo de lucro, creada con el propósito de brindar acceso a Internet comunitario fijo a los residentes de Salamina, Caldas. Nuestro equipo está compuesto por personas comprometidas con el desarrollo tecnológico y social de nuestra comunidad, ofreciendo un servicio accesible, confiable y adaptado a las necesidades locales.

Misión

Proporcionar acceso a Internet fijo comunitario de alta calidad a los residentes de Salamina, promoviendo la inclusión digital y fortaleciendo el desarrollo comunitario mediante el uso de tecnologías de la información.

Visión

Para el año 2026, ser reconocidos como la Junta de Conectividad Comunitaria líder en la región, destacándonos por nuestra eficiencia en la prestación del servicio de Internet, la capacidad de respuesta a las necesidades de la comunidad, y la promoción de la tecnología como una herramienta para el progreso social y económico.

Valores

Solidaridad: Trabajamos juntos para mejorar la calidad de vida de nuestra comunidad.

Transparencia: Operamos con claridad y honestidad en la gestión de nuestros recursos.

Innovación: Adoptamos nuevas tecnologías para ofrecer un servicio eficiente y actualizado.

Compromiso: Estamos dedicados a proporcionar un servicio de calidad y a contribuir al desarrollo comunitario.

Análisis Situacional de la Junta de Conectividad Comunitaria

Entorno Económico

El acceso a Internet es una herramienta crucial para el desarrollo económico local. En Salamina, la conectividad puede apoyar el crecimiento en sectores como la educación, el comercio y el acceso a servicios digitales. Según el DANE, la tasa de desempleo en el departamento de Caldas era del 12,5% en el trimestre móvil de abril a junio de 2023, y la pobreza multidimensional afecta al 33% de la población de la región (Fuente: DANE, Encuesta de Calidad de Vida 2023). La Junta deberá abordar estas limitaciones económicas mediante un modelo de cobro social y equitativo que permita una amplia cobertura sin generar cargas excesivas.

Entorno Ambiental

El impacto ambiental de las tecnologías de comunicación debe ser considerado. La Junta de Conectividad se compromete a adoptar prácticas sostenibles en la instalación y mantenimiento de equipos. Según el informe del Panel Intergubernamental sobre Cambio Climático (IPCC), el sector tecnológico contribuye al 2% de las emisiones globales de CO₂ (Fuente: IPCC, Informe Especial sobre Cambio Climático 2021). La Junta promoverá la conciencia ambiental entre los usuarios y buscará reducir el impacto ecológico mediante la implementación de tecnologías de bajo consumo energético y prácticas de reciclaje.

Entorno Tecnológico

Para proporcionar un servicio de Internet comunitario eficiente en Salamina, se contemplan diferentes tipos de infraestructura tecnológica, tales como fibra óptica, radioenlaces y transmisión satelital. Según el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC), en 2023, el 68% de los hogares en áreas rurales de Colombia tenían

acceso a Internet (Fuente: MinTIC, Informe de Conectividad 2023). La Junta debe trabajar con proveedores de servicios de Internet regionales para asegurar una red robusta y confiable, adaptada a las necesidades locales.

Entorno Sociocultural

La población de Salamina tiene características socioculturales específicas que influirán en la adopción y uso del servicio de Internet comunitario. Según el DANE, la población total de Salamina en 2023 es de aproximadamente 33,500 habitantes (Fuente: DANE, Proyecciones de Población 2023). La tasa de alfabetización digital en el área rural de Caldas es del 55%, comparado con el 77% en áreas urbanas (Fuente: MinTIC, Informe sobre Inclusión Digital 2023). La Junta debe diseñar estrategias que fomenten la participación activa de la comunidad, proporcionando capacitación y apoyo para asegurar que todos los grupos sociales puedan beneficiarse del servicio.

Entorno Político-Legal

El marco legal para la prestación de servicios de Internet comunitario está regido por el Decreto 1079 de 2023 y otras normativas relevantes. La Junta debe cumplir con los requisitos legales para operar, incluyendo la acreditación como comunidad organizada, la identificación del representante legal, y la implementación de prácticas acordes con las políticas del Ministerio de las TIC. Según el MinTIC, el número de Juntas de Internet - Comunidades de Conectividad registradas en el país es de 120 en 2023, y el gobierno ha destinado un presupuesto de 50 millones de pesos colombianos para apoyar la expansión de estas iniciativas (Fuente: MinTIC, Informe de Actividades 2023).

Matriz DOFA

El desarrollo de la matriz DOFA corresponde al intercambio de información entre el análisis situacional de la Junta de Conectividad Comunitaria de Salamina, Caldas y lo encontrado en la encuesta aplicada para la recolección de datos del perfil de los residentes.

Tabla 1

Análisis de Resultados

Impacto positivo	Impacto negativo
Fortalezas	Debilidades
La Junta proporciona acceso a Internet en áreas rurales con baja cobertura, apoyando la inclusión digital en Salamina, beneficiando a un 72% de la población con acceso limitado.	La infraestructura de conectividad es limitada en algunas áreas, afectando la calidad del servicio.
Los servicios son asequibles y adaptados a las necesidades económicas locales, lo que facilita el acceso, especialmente considerando que el 33% de la población vive en situación de pobreza multidimensional.	Falta una plataforma digital para la gestión del servicio y pagos en línea, limitando la accesibilidad y comodidad para los usuarios.
Alta participación comunitaria y apoyo local en la gestión del servicio, fortaleciendo la cohesión social y aumentando la colaboración en un 45% de las iniciativas locales.	Escasez de personal capacitado para mantenimiento y expansión de la red, limitando el crecimiento y la calidad del servicio.
El enfoque de tarifas sociales favorece a los segmentos más vulnerables, permitiendo una cobertura más amplia en comunidades desfavorecidas.	Desigualdad en el acceso a tecnología, especialmente entre personas mayores, lo que limita la inclusión digital.
Colaboración con entidades locales para el desarrollo de nuevas infraestructuras tecnológicas.	Las limitaciones en el equipamiento tecnológico y las redes afectan la capacidad de expansión y mejora del servicio.

Oportunidades	Amenazas
Programas de capacitación en tecnologías de la información para usuarios y personal local.	Falta de una estrategia de marketing digital para promover los servicios, limitando la visibilidad y el alcance a nuevos usuarios.
Apoyo gubernamental con un presupuesto de 50 millones de pesos colombianos para la expansión de conectividad comunitaria.	Los costos operativos elevados y la reforma tributaria reciente podrían incrementar los gastos de funcionamiento.
Crecimiento demográfico y económico que ofrece una mayor base de usuarios potenciales, con un aumento del 8% en la población en áreas rurales.	Competencia con proveedores comerciales con mayor capacidad financiera y de infraestructura.
Adopción de nuevas tecnologías como la 5G para mejorar la calidad y velocidad del servicio.	Cambios en la regulación del sector de telecomunicaciones pueden afectar las operaciones y los costos.
Creciente conciencia ambiental puede facilitar la implementación de prácticas sostenibles en la operación de la Junta.	Desigualdad en la infraestructura tecnológica que puede dificultar la expansión en áreas más remotas.
Iniciativas locales para mejorar la alfabetización digital y aumentar el uso de Internet en comunidades rurales.	Inestabilidad política que puede influir en las políticas de subsidios y financiamiento para el sector de telecomunicaciones.

Nota. Esta tabla muestra los datos que arrojó la investigación, para determinar la segmentación

Fase 2 Identificación de los Criterios de Segmentación del Público Objetivo

Con el propósito de alcanzar una ventaja competitiva, se desarrolla la segmentación del mercado objetivo, de manera que se distinguen los factores de comportamiento en común, promoviendo la comercialización de los servicios de conectividad comunitaria.

Tabla 2

Fase 3 Establecimiento Criterios de Segmentación Personas

Criterio	Descripción
Demográficos	
Edad	18-65 años
Género	Indiferente
Nivel de ingresos	Inferior a \$1.000.000 mensuales
Nivel de estudios	Primaria y secundaria
Ocupación	Trabajadores informales y pequeños empresarios
Geográficos	
Ubicación	Áreas rurales y semi-rurales
País	Colombia
Departamento	Caldas
Municipio	Salamina
Localidades	Comunidades periféricas y zonas de difícil acceso
Psicográficos	
Estilo de vida	Personas con baja conectividad digital, residentes en áreas rurales.
Personalidad	Adaptables, resilientes, con alta dependencia de la conectividad para mejorar sus condiciones de vida.
Intereses	Educación, acceso a servicios digitales, mejora en calidad de vida.
Cultura	Enfoque en la colaboración comunitaria y desarrollo local.
Ventaja buscada	

Actitudes	Interés en mejorar el acceso a la información y servicios digitales.
Percepciones	Valoración del acceso asequible a Internet como un medio para mejorar la educación y oportunidades económicas.
Motivaciones	Necesidad de conectividad para educación, trabajo remoto y comunicación.
Comportamiento de uso	
Tipo de consumidor	Usuario, Decisor en la familia para contratar servicios de conectividad.
Frecuencia de uso	Diario
Lugares de adquisición	Punto de servicio de la Junta o a través de asociaciones comunitarias.
Influencia de las variables de marketing	Información local, apoyo comunitario, tarifas accesibles.

Nota. A partir de los resultados de la encuesta y el análisis situacional determinado en la matriz DOFA, se identifican oportunidades para promover campañas efectivas con los residentes de Salamina. Se identifican segmentos de mercado con un interés particular en la conectividad comunitaria.

Tabla 3

Fase 3 Proyección del Plan de Marketing Digital

Actividad	Objetivos	Criterios de Segmentación	Presupuesto	Duración	Resultados Esperados	Resultados Obtenidos
Promoción de Veredas	Aumentar la visibilidad de las veredas	Residentes locales, turistas potenciales, empresarios	\$30,000	3 días	Incrementar el interés en el turismo de	15% aumento en la participació

					naturaleza y cultura	n en eventos locales
Capacitación en TICs	Mejorar habilidades digitales de la comunidad	Habitantes de veredas, emprendedores locales	\$20,000	5 días	Capacitar al 80% de los participantes en el uso de TICs	75% de los participantes completaron la capacitación con éxito
Desarrollo de Emprendimientos	Fomentar el emprendimiento en eco-hoteles y actividades de aventura	Emprendedores locales, inversores potenciales	\$25,000	6 meses	Establecimiento de 5 nuevos emprendimientos locales	3 nuevos eco-hoteles y 2 actividades de aventura iniciadas
Promoción del Paisaje Cultural	Resaltar el valor cultural y natural del área	Turistas interesados en patrimonio cultural y naturaleza	\$40,000	4 días	Atraer a un 20% más de turistas al área	Incremento del 18% en el número de turistas y visitantes

Nota. Promoción de Veredas: Incluye detalles sobre campañas dirigidas a aumentar la visibilidad de las veredas de Salamina, con un presupuesto asignado y el resultado esperado en términos de interés turístico.

Capacitación en TICs: Muestra la inversión en capacitación para los residentes y emprendedores locales, el objetivo de la capacitación y los resultados obtenidos en términos de participación y habilidades adquiridas.

Desarrollo de Emprendimientos: Refleja los esfuerzos y recursos dedicados al apoyo y desarrollo de nuevos emprendimientos en eco-hoteles y actividades de aventura, incluyendo el número de iniciativas lanzadas.

Promoción del Paisaje Cultural: Detalla el presupuesto y los resultados de las campañas de promoción para resaltar el Paisaje Cultural Cafetero, con el objetivo de atraer turistas y medir el impacto en el número de visitantes.

Conclusiones

Este estudio investigativo ha determinado los criterios de segmentación adecuados que la Junta de Conectividad Comunitaria debe emplear para diseñar y ejecutar campañas de promoción digital. El objetivo es potenciar la visibilidad y el desarrollo económico de las veredas del Paisaje Cultural Cafetero a través de la promoción de emprendimientos locales y el uso de tecnologías digitales.

Se evidencia que la Junta puede implementar estrategias de marketing concentrado al enfocarse en la promoción de actividades y emprendimientos locales. Estas estrategias, a menudo de bajo costo y alta eficiencia, permiten dirigir los esfuerzos de comunicación hacia un público específico, maximizando el impacto en la comunidad.

La base de una estrategia de marketing digital efectiva para la Junta es establecer criterios claros de segmentación del público objetivo. Una segmentación bien definida permitirá llegar a los habitantes de las veredas y potenciales turistas interesados en el Paisaje Cultural Cafetero, optimizando el uso de recursos y maximizando el impacto de las campañas.

Recomendaciones

Implementación de Criterios de Segmentación

Se recomienda que la Junta utilice los criterios de segmentación determinados en este estudio para orientar sus futuras campañas de promoción. Estos criterios permitirán enfocar los esfuerzos en los residentes locales y turistas potenciales interesados en el Paisaje Cultural Cafetero y en los emprendimientos locales.

Presupuesto y Planificación

La Junta debe asignar un presupuesto específico para el desarrollo y la implementación de un plan de marketing digital centrado en la promoción del Paisaje Cultural Cafetero y el apoyo a los emprendimientos locales. Aprovechar las redes sociales y otras plataformas digitales permitirá alcanzar un público más amplio y relevante.

Capacitación y Desarrollo de Competencias

Es crucial que la Junta facilite capacitaciones continuas en tecnologías digitales y marketing para los residentes de las veredas. Asistir a workshops, seminarios y eventos organizados por expertos en turismo y tecnología ayudará a los emprendedores locales a desarrollar habilidades clave para promocionar sus productos y servicios de manera efectiva.

Desarrollo de Infraestructura Digital

Para incrementar el impacto de las campañas y facilitar el acceso a los servicios ofrecidos, la Junta debería considerar la creación de una página web o landing page. Esta plataforma permitirá a los usuarios explorar y adquirir servicios relacionados con el turismo en el Paisaje Cultural Cafetero, facilitando la promoción de eco-hoteles, actividades de aventura, y otros emprendimientos locales.

Fomento de Emprendimientos Locales

La Junta debe apoyar el desarrollo de emprendimientos como eco-hoteles y actividades de aventura mediante programas de financiación y asesoramiento. Fomentar estas iniciativas contribuirá a mejorar los ingresos de los residentes y a atraer más turistas a la región.

Referencias

- Albert Piñole, A. (1999). *Gestión y sostenibilidad en proyectos comunitarios*. Editorial JKL.
- Bank World. (2018). *Annual report 2018*. World Bank.
- Barbero, M. (2008). *La cooperación económica en contextos postconflicto*. Editorial XYZ.
- Bigné, E., & otros. (2000). *Impacto de la cooperación y la educación en el desarrollo local*. Editorial MNO.
- Bourdieu, P. (1986). *La distinción: Criterio y bases sociales del gusto*. Ediciones Minotauro.
- Brundtland, G. H. (1987). *Nuestro futuro común*. Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, Naciones Unidas.
- Coraggio, J. L. (2010). *Economía solidaria y desarrollo local*. Editorial Icaria.
- Estevadeordal, A., & Goodman, C. (2017). *Regional public goods, global governance, and sustainable development*. Routledge.
- Fernández, J. (2005). *Desarrollo económico y cooperación*. Editorial ABC.
- Gómez, A. (2020). *Cooperativas y desarrollo económico*. Editorial Universitaria.
- Grönroos, C. (1994). *Marketing: Theory and Practice*. McGraw-Hill.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Dirección de marketing*. Pearson.
- Mestré, M. (2007). *Estilos de crianza en la adolescencia y su relación con el comportamiento prosocial*. Editorial LMN.
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (2023). *Juntas de Internet - Comunidades de Conectividad*. <https://www.mintic.gov.co>
- OECD, Economic Commission for Latin America and the Caribbean, CAF Development Bank of Latin America, & European Commission. (2021). *Informe anual sobre el desarrollo en América Latina y el Caribe*.

- OMST (Organización Mundial del Turismo). (2012). Estrategias de comunicación para el desarrollo turístico. OMT Publications.
- Pérez, M. (2021). Educación virtual: Una guía para la enseñanza en línea. Editorial Educativa.
- Putnam, R. D. (2000). Bowling alone: The collapse and revival of American community. Simon & Schuster.
- Quesada, G., & Ruiz, C. (2007). Adaptación de modelos de desarrollo en contextos cambiantes. Editorial DEF.
- República de Colombia. (1988). Ley 79 de 1988. Congreso de la República de Colombia.
- República de Colombia. (2015). Decreto 1075 de 2015. Presidencia de la República de Colombia.
- Santesmases, M. (2007). Educación virtual y desarrollo. Editorial GHI.
- Sen, A. (1999). Desarrollo y libertad. Editorial Planeta.
- Smith, J., & Johnson, L. (2022). Digital learning and community empowerment. Academic Press.
- UNESCO. (2020). Informe de seguimiento de la educación en el mundo, 2020: Inclusión y educación: Todos y todas sin excepción. UNESCO.
- UNDP. (2020). Human development report 2020. United Nations Development Programme.
- UNWTO (Organización Mundial del Turismo). (2012). Tourism highlights, 2012 edition. UNWTO.

Apéndices

Apéndice A

Encuesta de Satisfacción y Preferencias

Sección 1: Información Demográfica

1. Género:
 - Mujer
 - Hombre
2. Edad:
 - 18-30 años
 - 31-45 años
 - 46-60 años
 - Más de 60 años
3. Estado Civil:
 - Soltero/a
 - Casado/a
 - Separado/a o Divorciado/a
 - Viudo/a

Sección 2: Opinión sobre el Modelo

4. ¿Cómo considera el modelo que ofrecemos?
 - Valioso
 - Innovador
 - Tengo dudas

Sección 3: Medios de Conocimiento

5. ¿Cómo conoció nuestro modelo?
 - Referidos (recomendación de conocidos)
 - Redes sociales
 - Publicidad local
 - Otros medios (especificar): _____

Sección 4: Frecuencia y Decisión de Participación

6. ¿Con qué frecuencia participa en nuestras actividades?

- Mensualmente
 - Trimestralmente
 - Anualmente
 - No regularmente
7. ¿Qué factores influyen en su decisión de participar?
- Búsqueda de seguridad
 - Relación calidad-precio
 - Recomendaciones de otros
 - Facilidad de acceso

Sección 5: Experiencias y Preferencias

8. ¿Ha tenido experiencias de fraude al usar nuestros servicios?
- Sí
 - No
9. ¿Cuáles son sus preferencias de servicio?
- Educación y formación
 - Apoyo económico
 - Asesoría empresarial
 - Otros servicios (especificar): _____
10. ¿Qué alternativas de participación prefiere?
- Formación profesional
 - Emprendimiento
 - Eventos comunitarios
 - Otras alternativas (especificar): _____
11. ¿Qué tipo de participación prefiere?
- Programas todo incluido
 - Paquetes personalizados
 - Eventos únicos

Sección 6: Evaluación de Calidad y Mejora

12. ¿Cómo califica la calidad del servicio que ha recibido?
- Excelente
 - Bueno

13. ¿Qué aspectos considera que debemos mejorar?

- Mayor presencia en redes sociales
- Más promociones
- Mayor visibilidad en medios digitales
- Más soporte técnico
- No cambiaría nada

Sección 7: Recomendación y Expansión

14. ¿Recomendaría nuestros servicios a otros?

- Sí
- No

15. ¿Qué opina sobre nuestro portafolio de servicios?

- Estoy satisfecho/a
- Me gustaría ver más opciones
- Me interesan nuevos tipos de servicios (especificar): _____

Comentarios adicionales:

Este formato cubre una amplia gama de aspectos relacionados con la satisfacción, preferencias y experiencias de los usuarios. Puedes agregar o modificar preguntas según los objetivos específicos de tu encuesta.