



INNOVACIÓN TECNOLÓGICA PARA EL FORTALECIMIENTO DE MODELOS DE NEGOCIOS DE PORQUERIZAS EN PATIOS PRODUCTIVOS

Technological innovation to strengthen business models for pigsties in production yards

Pedro Juan Gamero De La Espriella⁴⁴, Liliana Manchego Plaza⁴⁵ y Mariano Esteban Romero Torres⁴⁶

Cómo citar este capítulo: Gamero-De La Espriella, P., Manchego-Plaza, L. y Romero-Torres, M., (2024). Innovación tecnológica para el fortalecimiento de modelos de negocios de porquerizas en patios productivos. En: Avendaño M. y Mondragón S., (Comp.). *Interacciones entre el mundo físico y virtual en el desarrollo socioeconómico*. (371-386). Sello Editorial Universidad Nacional Abierta y a Distancia –UNAD. <https://doi.org/10.22490/UNAD.9786287786202>

44. Pedro Gamero De La Espriella, Licenciado en Ciencias Sociales, Especialista en Ética y Pedagogía, Magíster en Educación Online – UNAD- Florida.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6802-0660>

Correo electrónico: pedro.gamero@unad.edu.co,

45. Liliana Manchego Plaza, Licenciada (c) en Etnoeducación, Técnico en Psicología y Trabajo Social Comunitario, diplomado en Pedagogía.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2889-7553>

Correo electrónico: lilianamanchegoplaza54@gmail.com.

46. Mariano Esteban Romero Torres, Ingeniero de Sistemas, Especialista en Seguridad Informática, Magíster en Dirección Estratégica en Tecnología de la Información y Ph. D. © en Proyectos. Docente tiempo completo en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD, líder del semillero de investigación JOKMAH. Docente investigador del grupo de Investigación Da Vinci.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8211-5132>

CvLAC: <https://bit.ly/2MuXLVN>. Correo electrónico: mariano.romero@unad.edu.co



Resumen

La presente propuesta busca generar empleos y productividad desde inserción de la tecnología en la creación de microempresas locales de porquerizas desarrollando ideas de negocio sustentables para la comunidad del caserío el Congo (Pueblo Nuevo, Córdoba).

Con lo cual se contribuye como un apoyo a la reducción del desempleo y una contribución para bajar los altos índices de falta de oportunidades laborales a pobladores de sectores rurales como lo son los habitantes del sitio antes mencionado. El propósito es mejorar la calidad de vida de dichas personas y sus familias mediante la puesta en marcha del proyecto, que tiene una durabilidad de seis meses, en los cuales se busca dejar empresas locales que impulsen el desarrollo.

Por esta razón, el tipo de estudio de esta investigación es de carácter mixto, (cualitativa y descriptiva), teniendo en cuenta que se analizan datos y caracteriza la situación de emprendimiento de 20 habitantes del caserío el Congo; desde su condición de desempleo y sus ganas de fomentar empresa desde sus ideas de crecimiento. Se utilizan datos cuantitativos como descriptivos que hacen referencias a la temática de interés y los instrumentos utilizados.

Esta investigación fue producto de las ideas innovadoras emprendedoras de los habitantes del caserío el Congo, que buscan fomentar empleo y progreso en la comunidad con la creación de microempresas a la vanguardia.

Palabras clave: creación, empresas, tecnología, emprendimiento, empleo.

Abstract

The present proposal seeks to generate jobs and productivity from the insertion of technology in the creation of local pig-styling micro-enterprises, developing sustainable business ideas for the community of the Congo farmhouse (New Town Cordoba).

With which it contributes as a support to the reduction of unemployment and a contribution to lower the high rates of lack of job opportunities for residents of rural sectors such as the inhabitants of the place. The purpose is to improve the quality of life



of these people and their families through the implementation of the project that has a duration of six months in which it seeks to leave local companies that promote development.

This is the reason the type of study of this research is mixed (qualitative and descriptive), considering that data is analyzed and characterizes the entrepreneurial situation of 20 inhabitants of the Congo village; from their unemployment condition and their desire to promote company from its growth ideas. The quantitative data is used as descriptive for make references to the topic of interest and the instruments used.

This research is the product of the innovative entrepreneurial ideas from the inhabitants of the Congo village, who seek to promote employment and progress in the community with the creation of micro-enterprises at the forefront.

Keywords: creation, companies, technology, entrepreneurship, employment.

El propósito es mejorar la calidad de vida de dichas personas y sus familias mediante la puesta en marcha del proyecto, que tiene una durabilidad de seis meses, en los cuales se busca dejar empresas locales que impulsen el desarrollo.

Introducción

La falta de oportunidades y el desempleo para los pobladores del Caserío El Congo, en Pueblo Nuevo, Córdoba, es una problemática que aqueja a la comunidad del sector. Es por ello que el propósito de la presente investigación es generar la creación de empresas locales con herramienta tecnológicas para la expansión de estas ideas de productividad y desarrollo empresarial de 20 habitantes de la comunidad.

Esto justifica la necesidad de impulsar la creación de empresas desde la capacidad productiva, para así brindar a la población nuevas oportunidades laborales a través del emprendimiento. Partiendo de sus ideas productivas con la creación de microempresas desde sus patios, se emprenden proyectos tales como porquerizas sostenibles con capacidad de expansión haciendo uso de la tecnología en el desarrollo de páginas oficiales que permitan la venta y distribución de los productos.

Contenido

La falta de oportunidades laborales en el caserío el Congo es un problema que afecta a sus pobladores, quienes, al salir en busca de empleo, no les es posible conseguirlo ni son tenidos en cuenta por falta de educación o experiencia. Debido a que se le da poca valoración a la capacidad productiva que estos pueden realizar, esto indudablemente causa bajos ingresos económicos, al no poder tener una forma de producir para llevar el sustento de apoyo y ayuda a sus hogares. Diversos teóricos han hecho planteamientos a este respecto.

Solange (2017) expone que:

la capacidad emprendedora de la sociedad, posibilitan la generación de actividades productivas en el país, ya que los emprendedores, al desarrollar nuevos negocios para satisfacer las necesidades de la población, permiten incrementos de productividad y generan la mayor parte del empleo. Entonces, se genera más y mejor empleo que contribuye al incremento del valor agregado de la economía (s.d.).

Asimismo, el estudio de Nieves y Barrios (2020) sostiene que:

Los avances que se han dado en Colombia, analizando los antecedentes del emprendimiento, teorías asociadas al fenómeno, han permitido generar empleo, como efecto derivado de esta línea de desarrollo socioeconómico a nivel nacional. Donde el crecimiento social ve influido en gran medida por las oportunidades laborales o la dinámica en la creación de puestos de trabajo gracias a los emprendedores (s.d.).

De los estudios sobre el emprendimiento, Schumpeter (2016) plantea que:

Para actuar con confianza se requieren aptitudes que solamente se dan en una pequeña fracción de la población y caracterizan tanto al tipo como a la función del empresario. Esta función no consiste, esencialmente, en inventar algo ni en crear de otro modo las condiciones que la empresa explota. Consiste en lograr realizaciones (p. 181).

Y Alonso (2009) afirma que “emprendimiento es una manera de ver las cosas y un proceso para crear y desarrollar actividades económicas con base en el riesgo, la creatividad y la innovación, al gestionar una organización nueva o una ya existente” (Julien, 2005, p. 12).

Asimismo, Varela (1998) sostiene que la educación empresarial es un proceso que permite desarrollar una cultura empresarial, potenciar una actitud empresarial, que puede o no devenir en el nacimiento de una empresa con finalidad económica, pero que sí debe proveer un conjunto de valores personales que lleve al ser humano a un compromiso innovador y trascendente. La idea básica tras una educación empresarial es producir en el mediano y largo plazo una generación de nuevos profesionales mejor entrenados e informados a cerca de:

- a. Cuándo, cómo, dónde, con quién, con qué empezar un nuevo negocio.
- b. Cómo seguir una carrera empresarial
- c. Cómo maximizar sus objetivos personales en forma equilibrada con las necesidades de una sociedad.
- d. Cómo desarrollar una cultura empresarial.
- e. Cómo promover los cambios requeridos para facilitar y estimular a los nuevos empresarios y a las nuevas empresas.

Metodología

Tipo de investigación

En la presente investigación la metodología es de tipo mixto, haciendo referencias a la temática de interés y los instrumentos utilizados en la propuesta. Esta se fundamenta en documentos sobre la necesidad de oferta laboral para población el Congo teniendo en cuenta las teorías de autores que han hecho estudios de cómo la población es capaz de crear y desarrollar empresas que permitan el desarrollo y el progreso local.

Población

La población con la cual se trabajará y es objeto de estudio son habitantes del caserío el Congo de Pueblo Nuevo, Córdoba. Pertenecen el sector rural, están en condición de desempleo, poseen bajos ingresos económicos y poca valoración por la capacidad productiva en la realización de diferentes actividades, encontrándose en condición de pobreza.

Muestra

La muestra de estudio es de 20 habitantes del caserío el Congo de Pueblo Nuevo, Córdoba del sector rural, en etapas productivas, de las cuales el 80% son hombres y el 20% son mujeres. Todos aceptaron voluntariamente el proceso investigativo de la presente propuesta.

Técnicas e instrumentos de recolección

Ante la aplicación de las técnicas e instrumentos utilizados, previamente se informó en primer lugar a la población de 20 habitantes sobre dicha investigación, el propósito y las metas de esta, con el fin de contar con su consentimiento y apoyo al desarrollo de la investigación.

Instrumentos de recolección de información

Este trabajo plasma técnicas de recolección de información que incluyen:

- **La observación participante.** Técnica que involucra la interacción social entre el investigador y los informantes, posibilita el estudio de las condiciones económicas de los jóvenes del municipio y sus ideas de desarrollo económico en el caserío.
- **Información documental.** Permite estudiar la productividad de la población realizando un análisis sobre hechos que han pasado o están pasando con de acuerdo con la población de estudio.
- **La entrevista.** Permite obtener información clave de la problemática laboral y económica de los pobladores
- **Análisis de la información.** A través de la entrevista y documentación se analizan los datos de interés de la propuesta y se interpretan dichos resultados.
- **Descripción y análisis.** se realiza una contextualización de la problemática de estudio.

Etapas de desarrollo del proyecto

Las etapas de desarrollo de la propuesta se dividen en tres fases:

- **Etapas I.** Instrucción empresarial de la población: se realizarán talleres instructivos como estrategias formativas por parte de profesional adecuado en la capacitación para la construcción de empresas porcinas y el manejo de herramientas tecnológicas para la expansión de estas.
- **Etapas II.** Se realiza construcción e instalación de las porquerizas, con la cantidad de cuatro cerdos como punto inicial y de formación de las empresas.
- **Etapas III.** Se realiza legalización de cada microempresa de patio productivo de porqueriza de cada uno de los propietarios. Y se crea página de cada microempresa.

Tabla 1. Programación de las actividades para la creación de microempresas

Actividad	Objetivos	Descripción de las actividades	Cantidad /Horas/ día/ mes/	Productos
Instrucción formativa y Sensibilización o socialización de la propuesta	Formar adecuadamente a la población en la construcción de las microempresas sostenible en sus patios productivos	Se reunirá a la población beneficiaria, para darles a conocer a los beneficiarios las bondades y beneficios para el futuro Se presentará el grupo de profesionales que se encargaran de las capacitaciones.	20 horas	Los beneficiarios tendrán conocimiento en su proceso de emprendedores
Implementación y elaboración de porquerizas	Construir las instalaciones de porquerizas e iniciar su funcionamiento	Elaboración de instalaciones pertinentes de porquerizas en cada uno de los patios productivos Iniciar la cría y engorde de estos para posteriormente ser vendidos entre cuatro o seis meses dependiendo la raza	Quince 1(5) días construcción Cuatro (4) o Seis (6) meses dependiendo la raza de los cerdos	Porquerizas construidas en cada patio productivo
Legalización de cada una de las microempresas Creación de páginas de cada microempresa constituida	Realizar el trámite adecuado que permitan la constitución legal de la empresa	Cada microempresario registrara ante cámara de comercio y realizara entrega de los documentos para legalizar su microempresa Se crea la página oficial de cada microempresa para la venta de sus productos	Quince 15 días	Empresas legalizadas Páginas de cada empresa creada

Fuente: elaboración propia.

Posteriormente, la información obtenida y analizada de manera conjunta, por medio de una sábana de datos en el programa Microsoft Excel, para facilitar y agilizar el cruce

de las variables, tablas y gráficas que representen con mayor exactitud los factores estudiados con el fin de poder procesar dicha información de manera adecuada.

Si bien se puede decir que esta investigación es de tipo mixto, debido a que incorpora elementos a través de los cuales se pretende priorizar la observación, análisis sobre la productividad económica de los habitantes del sector del Congo al crear empresas.

Por tal motivo se indagan aspectos sociales, y económicos de los habitantes del case-
río el Congo, Pueblo Nuevo, Córdoba.

Resultados

Con los resultados de la presente propuesta de investigación se pretende dar respues-
ta a las problemáticas de estudio, con el propósito de fomentar la creación de em-
presas locales desde el emprendimiento. Por lo que se desarrolló un diagnóstico que
permitió características de la población de estudio de los emprendedores

Tabla 2. *Distribución por edad*

Sector	Edad				Total
	30-35	35-40	40-48	48-54	
Rural	5	5	5	5	20
TOTAL					20

Fuente: elaboración propia de investigación Liliana Manchego Plaza.

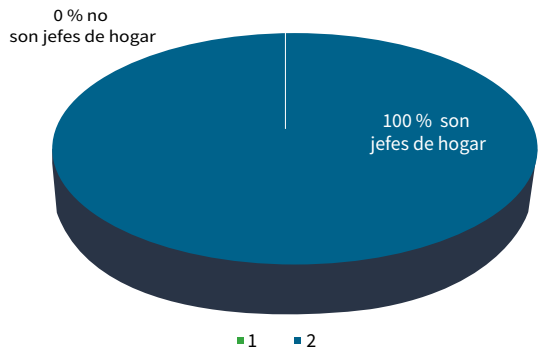
En la anterior tabla se establece que EXISTE un 25% de población por cada edad sumi-
nistrada. Encontrando que estos se encuentran en edades productivas y capaces de
generar emprendimiento desde el entorno de patios productivas.

Tabla 3. *Distribución por condición en el hogar emprendedores*

Condición en el hogar	Cantidad
Jefe en el hogar	20
Solteros	0
Total	20

Fuente: elaboración propia de investigación Liliana Manchego Plaza.

Figura 1. Condiciones en el hogar



Fuente: elaboración propia de investigación Liliana Manchego Plaza.

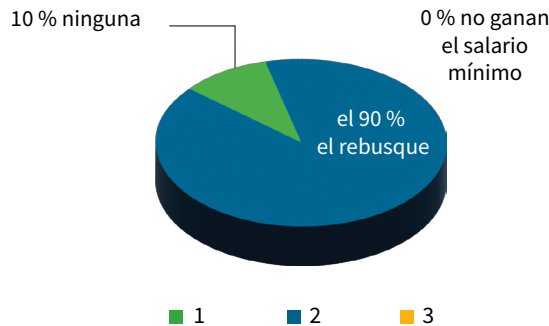
De la anterior figura se puede decir que el 100% de los beneficiarios son jefes de hogar. Los cuales son el sustento único de sus familias, por lo cual se vinculan como beneficiarios, ya que buscan que en sector de la población las condiciones económicas de estas familias cambien

Tabla 4. Ingreso económico en el hogar

Renta económica	Cantidad
Ninguna	2
Rebusque	18
Salario mínimo	0
Total	20

Fuente: elaboración propia de investigación Liliana Manchego Plaza.

Figura 2. El ingreso económico



Fuente: elaboración propia de investigación Liliana Manchego Plaza.

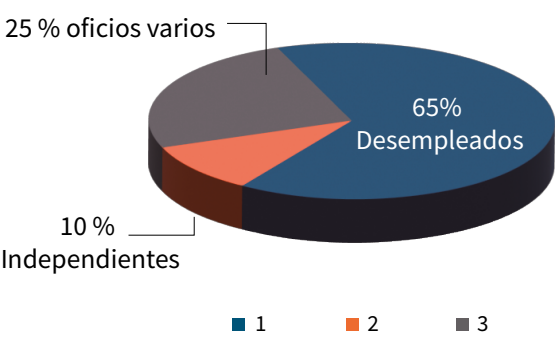
De la anterior figura se puede decir que el 90% de los habitantes del caserío el Congo posee una renta económica o ingreso del rebusque, que el 10 % no tienen ninguna renta económica, y el 0% recibe el salario mínimo.

Tabla 5. Ocupación

Ocupación	Cantidad
Desempleados	13
Independientes	2
Oficios varios	5
Total	20

Fuente: elaboración propia de investigación Liliana Manchego Plaza.

Figura 3. Ocupación



Fuente: elaboración propia.

De la anterior figura se puede decir que 65% son desempleados, que el 25% se encuentran realizando oficios varios y que un 10% se encuentran trabajando de manera independiente. Lo cual refleja que el estado de ocupación de esta población y su necesidad de emprendimiento

Estudio de mercado

El presente estudio de mercado se realiza con el fin de tomar cifras actuales como son utilizadas las redes sociales para la compra de cerdos, en la comercialización y venta de estos, teniendo en cuenta la cantidad de habitantes del sector de pueblo nuevo que tienen acceso a la tecnología y se les es posible obtener dicho producto a través de este canal de páginas virtuales de pequeñas microempresas.

Lo cual permite la obtención de datos con los cuales es posible realizar un análisis de los futuros compradores.

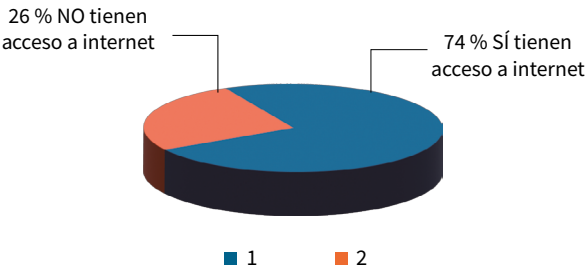
De acuerdo al Censo DANE (2020) la población de pueblo nuevo es de 42.446 habitantes.

Tabla 6. *Acceso a Internet*

31.489	Si tienen acceso a internet
10.957	No tienen acceso a internet
TOTAL = 42.446	

Fuente: elaboración propia de investigación Liliana Manchego Plaza.

Figura 4. *Acceso a Internet*



Fuente: elaboración propia de investigación Liliana Manchego Plaza.

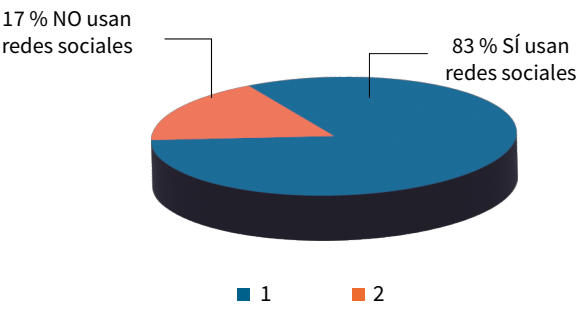
La presente figura muestra que el 74 % de los habitantes del sector cuentan con acceso a internet, y que solo el 26 % no poseen acceso a este. Dato que resulta positivo en cuanto a tecnología como una herramienta de emprender que permite llegar a los consumidores. Con lo cual se puede expresar que existe un gran número de pobladores que pueden acceder la compra del producto haciendo uso de la tecnología y canales que se dispongan por medio de la herramienta tecnológica de página web.

Tabla 7. *Uso de redes sociales*

35 223	Usan redes sociales
7223	No usan redes sociales
TOTAL = 42.446	

Fuente: elaboración propia de investigación Liliana Manchego Plaza.

Figura 5. *Uso de redes sociales*



Fuente: elaboración propia de investigación Liliana Manchego Plaza.

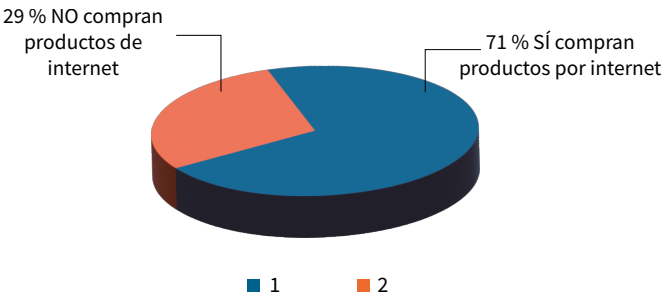
La gráfica muestra que el 83% correspondiente a 35 223 habitantes de pueblo nuevo usan redes sociales y que solo el 17% correspondiente a 7223 no usa redes sociales. Con lo cual es viable impulsar las microempresas con el uso de la tecnología de redes sociales. Con el fin de impulsar el mercado de potenciales compradores.

Tabla 8. *Compra de productos por internet*

30 189	Compran productos por medio de paginas
12 257	No compran por páginas

Fuente: elaboración propia de investigación Liliana Manchego Plaza.

Figura 6. *Compra de productos por internet*



Fuente: elaboración propia de investigación Liliana Manchego Plaza.

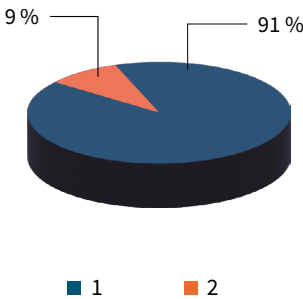
La figura nos dice que 71% de las personas en algún momento ha comprado productos por páginas de internet y solo el 29% aún no se han atrevido a realizar una compra por vía páginas web. Lo cual es bastante favorable ya que se puede estimular la compra de muchos clientes.

Tabla 9. Consumo de cerdo

38458	Consumen cerdo
3988	No Consumen cerdo

Fuente: elaboración propia de investigación Liliana Manchego Plaza.

Figura 7. Consumo de cerdo



Fuente: elaboración propia de investigación Liliana Manchego Plaza.

La figura nos dice que el 91% de la población es consumidora de carne de cerdo, y que solo el 9% no es consumidora de esta carne, ya bien sea por alguna condición médica.

Tabla 10. Compran carne de cerdo

38 428	Compra carne de cerdo
4018	No compran

Fuente: elaboración propia de investigación Liliana Manchego Plaza.

La tabla nos muestra que el 91% de las personas compran carne de cerdo con regularidad en la semana. y que solo un 9% no la compra. Esto es un factor favorable que beneficia el emprendimiento al haber tanta demanda por el consumo del producto.

Tabla 11. *Expendio compra de porcino*

6	Expendio compra de porcino
1	No compran

Fuente: elaboración propia de investigación Liliana Manchego Plaza.

Demanda de Universo Mensual

3 cerdos por 20 microempresas

= 60 cerdos por mes

Oferta de Ganancia Venta al Mercado por Cerdo

Precio costo \$ 560.583
Precio venta \$ 1.080.000
Total, ganancia -\$519.417

Fuente: elaboración propia de investigación Liliana Manchego Plaza.

Lo que arroja un 66% por ciento de ganancia en cuanto a la venta de cerdos.

Discusión

Con lo analizado y los resultados obtenidos se puede decir que los habitantes del carserío el Congo enfrentan el desafío laboral de emprender, pues si las oportunidades de ofertas laborales suelen ser escasas para ellos, por la falta de experiencia o ya bien sea por la falta de educación, es por esto que deciden emprender para así tener una actividad económica creativa que les permita tener un ingreso económico. Esto en la búsqueda de la oportunidad de poder ellos mismos generar una innovación emprendedora desde la creación de sus propias empresas.

El emprendimiento como una actividad económica, es un hecho que lleva al desarrollo de ideas. Desde el punto de vista de Alonso (2009), el “emprendimiento es una manera de ver las cosas y un proceso para crear y desarrollar actividades económicas con base en el riesgo, la creatividad y la innovación, al gestionar una organización nueva o una ya existente” (p. 12). Es necesario tener en cuenta que, para emprender, se deben poseer actitudes y habilidades que le permitan desempeñarse adecuadamente, usando su creatividad en el desarrollo de actividades que le permitan progresar y generar un bienestar económico.

Y es por ello que Schumpeter (2016) plantea que:

Para actuar con confianza se requieren aptitudes que solamente se dan en una pequeña fracción de la población y caracterizan tanto al tipo como a la función del empresario. Esta función no consiste, esencialmente, en inventar algo ni en crear de otro modo las condiciones que la empresa explota. Consiste en lograr realizaciones (p. 181).

Sin olvidar la importancia de formarse para poder eficazmente desempeñarse como un buen empresario, pues si con el desarrollo formativo adecuado, los jóvenes podrán progresar y no obstante alcanzar las metas que estos se propongan. A este respecto, Varela (1998) sostiene que

La educación empresarial es un proceso que permite desarrollar una cultura empresarial, potenciar una actitud empresarial, que puede o no devenir en el nacimiento de una empresa con finalidad económica, pero que sí debe proveer un conjunto de valores personales que lleve al ser humano a un compromiso innovador y trascendente (p. 65).

Conclusiones

La presente propuesta muestra la importancia del emprendimiento para la creación de nuevas empresas, desde la iniciativa de veinte pobladores que buscan el desarrollo y el progreso para mejores condiciones de vida y oportunidad laboral. Es necesario generar condiciones accesibles para el surgimiento de nuevas empresas en el aporte del crecimiento de ideas para el desarrollo de las comunidades.

Recomendaciones

Diligenciar y realizar eventos o convocatorias que permitan la ejecución de la presente propuesta que busca el desarrollo económico del caserío el Congo de Pueblo Nuevo, Córdoba.

Referencias

- Alonso. (2009). https://www.academia.edu/14413162/EL_Emprendedor_Schumpeteriano.
- Barrios, N. &. (2020). El emprendimiento en Colombia: análisis del marco legal y su incidencia en la generación de empleo. Obtenido de <https://revistas.unisimon.edu.co/index.php/justicia/article/view/4390/4911>

Schumpeter, &. a. (2016). El Emprendimiento como Estrategia para el Desarrollo. Obtenido de file:///C:/Users/Admin/Downloads/Dialnet-ElEmprendimientoComoEstrategiaParaElDesarrolloHuma-6069704.pdf

Valera, R. (2010). *Educacion empresarial: el reto del nuevo siglo*. Obtenido de https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/4427/1/educacion_empresarial_reto_nuevo_siglo.pdf

Zamora, S. (2017). La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador. *Revista Espacios*, 39(7). <https://www.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p15.pdf>



Anexo

Presupuesto

Partidas presupuestarias	Valor unitario	Valor total	Contribuciones de los beneficiarios	
1. Taller de capacitación (pago a profesional zootecnista)	2.000.000	2.000.000	En efectivo	En especie
2. Materiales de construcción de instalaciones de las porquerizas	3.400.000	\$ 68.000.000		
3. Construcción de porquerizas (450 valor de construcción de cada una que multiplicado por veinte da nueve millones	450.000	9.000.000		Contribución del microempresario
4. Compra de cerdos (de 4 cerdos los 20 beneficiarios dan un total de 80 cerdos)	90.000	7.200.000		
5. Insumo o alimento para los cerdos (6 bultos para cada empresario 20 dan un total de 120 bultos de engorde)	93.000	\$ 11.160.00		
6. Aspectos Legales 20 empresas	250.000	\$ 5.000.000		
		\$ 102.360.000		
Total		GRAN TOTAL	\$ 102.360.000	

La educación empresarial es un proceso que permite desarrollar una cultura empresarial, potenciar una actitud empresarial, que puede o no devenir en el nacimiento de una empresa con finalidad económica...

