PROYECTO – IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA AGROINDUSTRIAL PARA EL PROCESAMIENTO DE PRODUCTOS LÁCTEOS YOGURT EN LA J.A.C BARRIO AGUA MARINA

PRESENTADO POR:

MARTHA EUGENIA GUARÍN RUIZ

ELIZABETH BERNAL MACHADO

DANIEL CABRERA ORTEGON

LAURA CATERINE DÍAZ LÓPEZ

ISLENA OVIEDO DE ORTIZ

VIVIANA SERRATO PATIÑO

ALEXANDRA MENDOZA ARIAS

LUZ ESTHER ORTEGON ZAMORA

CENTRO AGROPECUARIO LA GRANJA – SENA

REGIONAL TOLIMA

AREA: AGROINDUSTRIA

2021

PROYECTO – IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA AGROINDUSTRIAL PARA EL PROCESAMIENTO DE PRODUCTOS LÁCTEOS YOGURT EN LA J.A.C BARRIO AGUA MARINA

Proyecto presentado como opción de desarrollo de la etapa práctica.

Instructor Técnico:

JOSE LUIS SERRATO PATIÑO

Coordinador académico:

DIANA PENTALFA TABARES

CENTRO AGROPECUARIO LA GRANJA – SENA

REGIONAL TOLIMA

AGROINDUSTRIA

2021

INTRODUCCIÓN

El yogurt es un producto lácteo fermentado, levemente acido, de cultivo semisólido que es producido por homogenización y pasteurización, es un producto que contribuye eficazmente a la población del barrio agua marina en la ciudad de Ibagué.

El presente proyecto se presenta como una opción de desarrollo de la etapa práctica del operario de leches higienizadas, con el ánimo de que cada uno forme empresas familiares, personales o grupales y de esta manera contribuir con el desarrollo económico, social y académico de las personas involucradas del barrio agua marina de Ibagué.

Para finalizar, la organización eficaz y efectiva del proyecto desarrollado, arrojara unos resultados como lo son la producción y comercialización de yogurt, generando beneficios a muchas familias y a la comunidad en general.

El proyecto costa de: el problema, su planteamiento y se hace la formulación del mismo, se describen la justificación y los objetivos: general y específicos y metodología a desarrollar. Finalmente se hace la reseña de la bibliografía y los anexos que soporta el presenta trabajo.

DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

El SENA (Servicio nacional de aprendizaje) se encuentra enmarcado en un sistema integrado de gestión, el cual con una directriz clara de mejora continua en el centro agropecuario la granja – Regional Tolima, ha adelantado varios procesos de modernización y desarrollo para la formación de las nuevas generaciones del país.

Por otro lado, el centro viene adelantando desde hace algunos años un modelo pedagógico que permite el desarrollo de habilidades y competencias únicas del sector productivo, donde los aprendices ponen en práctica todo lo que han aprendido en formación durante un tiempo que además dinamiza las actividades que allí se realizan.

Para finalizar, es válido mencionar que el desarrollo de este proyecto se basa en la necesidad de buscar metodologías y dar cumplimiento a todo el desarrollo de las actividades propuestas en el operario de leches higienizadas que se viene desarrollando. Además, es importante mencionar que el desarrollo de este proyecto se realizara de esta manera para poder cumplir y contribuir con el cuidado de todas las personas, ya que actualmente se vive una emergencia sanitaria COVID-19

Por último, es importante mencionar que este proyecto conto completamente con la ayuda, participación y formación del instructor técnico del operario de leches higienizadas.

JUSTIFICACIÓN

Las bebidas lácteas, y en especial el yogurt, es uno de los alimentos procesados que más salida comercial tiene en el mercado; es por ellos que este producto se convierte en una excelente alternativa para idear esta idea de proyecto productivo que dé como resultado ingresos económicos y empresariales.

Debido a la necesidad que se genera por dar terminación y contribuir a la comunidad por medio del operario de leches higienizadas se realiza esta idea de proyecto, por la cual se definen la metodología utilizada y como se desarrollara. Además, el modelo pedagógico desarrollado en el Centro Agropecuario la Granja, con un enfoque en sistema de gestión de calidad y la mejora continua., espera poder fortalecer todos los conocimientos adquiridos.

Durante el mes de abril, mayo, junio y julio del año 2021, se realizará este proyecto donde se cumplirá con las actividades y desarrollo de manera individual de las personas del barrio agua marina de Ibagué, cada uno de estos proyectos tendrán acompañamiento del instructor técnico que se encargara de ver el cumplimiento y su terminación.

OBJETIVO GENEREAL

Implementar un sistema agroindustrial para el procesamiento de yogurt de forma individual con personas del barrio agua marina, como alternativa económica y microempresarial.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Transformar materias primas lácteas en un producto terminado como el yogurt, cumpliendo con todos los protocolos de calidad establecidos.
- Aprender a diseñar una idea de negocio por medio de la aplicación de un proyecto productivo.
- Comercialización de productos terminados como el yogurt, contribuyendo a la economía personal y familiar.

ANALISIS DEL SECTOR

De acuerdo con Jaramillo (2011), el mercado de yogurt cuenta con cinco segmentos: básico, funcional, light, yogurt con cereal y kumis. En 2010, dentro del canal mini mercados, los yogures del segmento básico fueron comprados por cerca de 3.128.000 hogares, que adquirieron el 77% del volumen de la categoría. Así, este segmento fue el que más le aportó en 2010 al crecimiento del canal. Otros segmentos como light y kumis aumentaron de manera importante su volumen, pero sus bajas penetraciones no les permiten realizar un mayor aporte al mercado de yogures en mini mercados. “Con respecto al perfil, los consumidores más importantes para el volumen del mercado en mini mercados están en los niveles socioeconómicos 2, 3 y 4.

Entre los alimentos empacados con mejor desempeño, según Tamillow (2012), tanto en 2012 como en las previsiones para los próximos cinco años, se encuentra el yogurt. De acuerdo con Euromonitor International, en 2012, el volumen de ventas minoristas de yogurt en América Latina creció 6,2%, más rápido que todos los tipos de snacks dulces y salados. La región andina igualmente presentó buen ritmo de crecimiento en 2012, con incrementos en volumen de 8,7%. Y está previsto que, durante los próximos cinco años, el yogurt crezca con un CAGR (tasa de crecimiento anual compuesta) de 5,9% en volumen y 7,6% en valor (US$, a precios corrientes, tasa de cambio real).

El yogurt se aprovecha la multitud de beneficios que ofrece al consumidor. En la región, hemos visto fuertes cambios demográficos (inserción de la mujer en el mercado laboral, incremento de hogares unipersonales, ritmo de vida acelerado) que impulsan la demanda para productos más convenientes "on the go" para los consumidores que tienen cada vez menos tiempo de preparar la comida en casa. En este sentido, el yogurt, y especialmente el yogurt bebestible, es considerado una buena solución debido a su portabilidad, aceptabilidad para cualquier hora del día, y alto valor nutritivo. Además, la tendencia global hacia productos saludables, fortificados y funcionales ya llegó a la región y a los países andinos. El yogurt ya era percibido como un alimento saludable, y el lanzamiento en años recientes de una enorme cantidad de presentaciones fortificados y funcionales elevó su perfil (Tamillow, 2012).

Dentro de las muchas tendencias que tiene el yogurt, el comportamiento de los clientes se

puede decir que es estable y va en aumento, debido a que cada día las personas quieren y necesitan consumir alimentos sanos y nutritivos, ya que este mundo moderno, que mantiene en constante actividad a las personas les quita mucho tiempo a estos y les impide preparar sus alimentos y es ahí donde entra el yogurt, un alimento de fácil consumo y sin necesidad alguna de preparación, que además de poderse consumir como una bebida liquida también puede ser mezclado con cereales y demás productos convirtiéndose en un aliado excelente de una dieta balanceada y nutritiva.

Análisis del mercado

Como mercado objetivo se tienen los mini mercados y público en general en la ciudad de Ibagué; se escogen precisamente, por el desarrollo del proyecto se cuenta directamente con consumidores de hogares familiares y es a través de estos que se decide comenzar la comercialización de la producción.

La idea inicial era poder tener una comercialización mayor, pero con los altos costos que acarrea el transporte refrigerado, para poder conservar la cadena de frio del producto, además los costos logísticos y las producciones bajas iniciales, vender el yogurt de manera masiva no es viable.

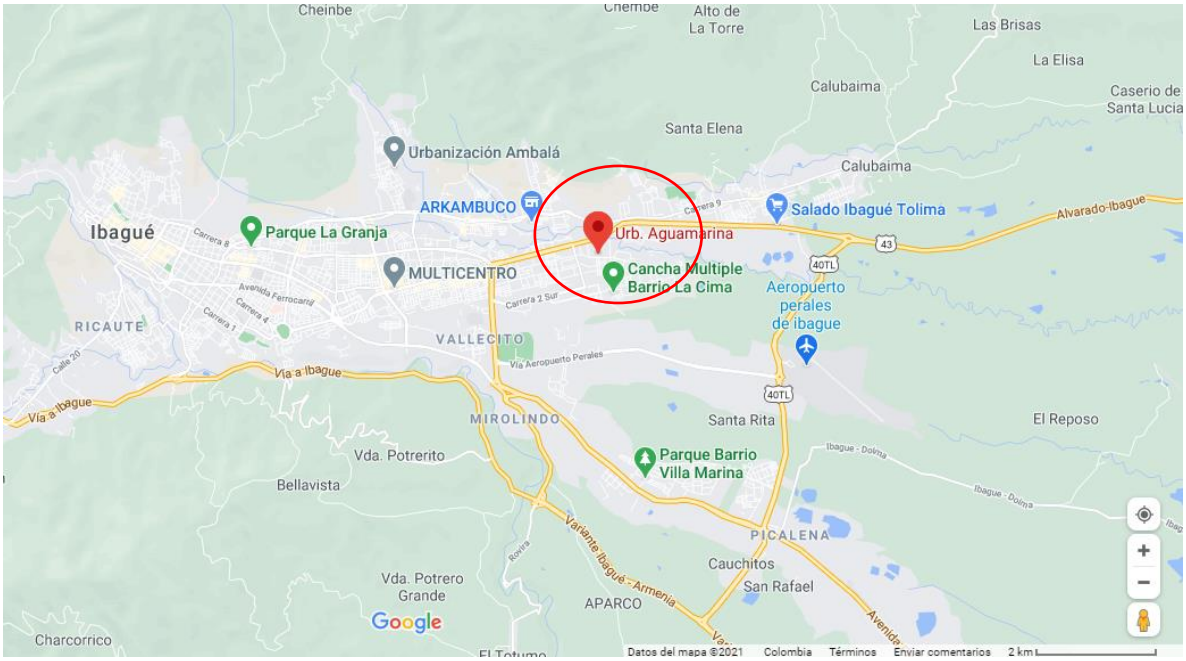
Análisis del cliente

Como clientes para este producto se tienen niños, jóvenes y adultos de la ciudad de Ibagué. Tanto hombres como mujeres pertenecientes a todos los estratos socioeconómicos, desde el estrato 1 hasta el 5, con enfoque en los estratos 1,2 y 3, ya que muchas veces en estos estratos no se tienen los ingresos para acceder a este tipo de alimentos por sus altos costos. No hay un nivel de escolaridad, ni estado civil, ni ocupación requerida para el consumo de este tipo de alimentos, pues la nutrición y la alimentación no tienen requisito alguno además como consumidores potenciales se tienen todas las personas que gusten de consumir alimentos con un alto valor nutritivo como el yogurt.

Los consumidores potenciales estarían muy interesados en consumir un yogurt con excelentes características organolépticas y de excelente calidad a un bajo costo, porque básicamente como consumidor que soy del producto eso es lo que me interesa, y poder encontrar un producto que cumpla con esas condiciones sería muy bueno, ya que a través de esto se podría estar identificando a los futuros consumidores con la marca y el producto, lo que ayudaría en el posicionamiento y establecimiento en un mercado tan competido como lo es el de los yogures, ya que hay una amplia oferta de productos en el mercado.

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El proyecto se desarrollará en el municipio de Ibagué, exactamente en el barrio agua marina, localizado en el extremo oriental de la ciudad, cuenta con importantes aéreas como los centros comerciales estación, Acqua, Multicentro. Cuenta con áreas para el desarrollo inmediato, ya sea de carácter industrial y empresarial.



Ciudad: Ibagué

Barrio: Agua marina

Comuna: 8

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El proyecto de desarrollo de la etapa práctica, está dirigido a el desarrollo del producto lácteo yogurt, creando de manera individual o familiar una oportunidad empresarial o de ayuda económica de las personas del barrio agua marina Ibagué.

La idea es que lo puedan realizar cada uno de forma individual, además de poder realizarlo en su lugar de residencia en el barrio agua marina, de la ciudad de Ibagué, con el fin de aplicar y fortalecer los conocimientos adquiridos durante la etapa lectiva, en el desarrollo de la etapa práctica. Asimismo, se pretende generar información valiosa que fortalezca las ideas de proyectos, emprendimiento o ideas de negocio de esta comunidad.

El proyecto será ejecutado tres días a la semana lunes, miércoles y viernes, durante este tiempo el grupo deberá desarrollar las actividades y cumplir los objetivos. Asimismo, se diligenciarán de manera física y virtual los datos que se generen en el periodo de tiempo que

se desarrolle el proyecto productivo, permitiendo seguir paso a paso el avance de cada integrante del grupo y su desarrollo en el producto lácteo.

Por último, relaciono las actividades que se desarrollaran en torno del proyecto:

- ✓ Llevar el registro de los datos recolectados por las personas del proyecto, donde se especifique lo realizado y sus resultados.
- ✓ Realizar de manera individual el producto lácteo yogurt, cumpliendo con los protocolos de calidad.
- ✓ Realizar comercialización del yogurt de manera familiar o particular.
- ✓ Realizar trasferencia tecnológica.

Estas actividades se desarrollarán de manera individual en el lugar de residencia de cada uno de los integrantes, se realizará un informe que contendrá la información del desarrollo del proyecto de manera mensual, para evidenciar su avance.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DEL YOGURTH

◄ Marzo | **Abril 2021** | Mayo ►

Do.	Lu.	Ma.	Mi.	Ju.	Vi.	Sá.
				1.	**2.**	**3**
4	**5.**	**6.**	**7.**	**8.**	**9.**	**10**
11	**12.**	**13.**	**14.**	**15.**	**16**	**17**
18	**19.**	**20.**	**21.** elaboración y Desarrollo del yogurt.	**22.**	**23.** Realizar actividades de comercialización y evaluación sensorial del yogurt	**24**
25	**26.**Planificar y desarrollar actividades para elaborar el yogurt.	**27.**	**28.** elaboración y Desarrollo del yogurt.	**29.**	**30.** realizar actividades de comercialización y evaluación sensorial del yogurt.	**31.**

◄ Abril

Mayo 2021

Junio ►

Do.	Lu.	Ma.	Mi.	Ju.	Vi.	Sá.
						1
2	3. elaborar el yogurt, según especificaciones técnicas.	4	5. Evaluación sensorial del yogurt y análisis del mercado.	6.	7. Analizar los indicadores de la idea de negocio del yogurt.	8
9	10. elaborar el yogurt, según especificaciones técnicas.	11.	12. Evaluación sensorial del yogurt y análisis del mercado.	13	14.Analizar los indicadores de la idea de negocio del yogurt.	15
16	17. elaborar el yogurt, según especificaciones técnicas.	18.	19.Evaluación sensorial del yogurt y análisis del mercado.	20	21.Analizar los indicadores de la idea de negocio del yogurt.	22
23	24.elaborar el yogurt, según especificaciones técnicas.	25.	26. Evaluación sensorial del yogurt y análisis del mercado.	27.	28.Analizar los indicadores de la idea de negocio del yogurt.	29
30	31.elaborar el yogurt, según especificaciones técnicas.					

◄ Mayo

Junio 2021

Julio ►

Do.	Lu.	Ma.	Mi.	Ju.	Vi.	Sá.
		1.	**2.**Evaluación sensorial del yogurt y análisis del mercado.	**3**	**4.** Analizar los indicadores de la idea de negocio del yogurt.	**5**
6	**7.** elaborar el yogurt, según especificaciones técnicas.	**8**	**9.**Evaluación sensorial del yogurt y análisis del mercado.	**10**	**11.**Analizar los indicadores de la idea de negocio del yogurt.	**12**
13	14.elaborar el yogurt, según especificaciones técnicas.	15	16.Evaluación sensorial del yogurt y análisis del mercado.	17	18. Analizar los indicadores de la idea de negocio del yogurt.	19
20	21.elaborar el yogurt, según especificaciones técnicas.	22	23.Evaluación sensorial del yogurt y análisis del mercado.	24	25.Analizar los indicadores de la idea de negocio del yogurt.	26
27	28.elaborar el yogurt, según especificaciones técnicas.	29	30.Evaluación sensorial del yogurt y análisis del mercado.			

◄ Junio

Julio 2021

Agosto ►

Do.	Lu.	Ma.	Mi.	Ju.	Vi.	Sá.
				1	2.Analizar los indicadores de la idea de negocio del yogurt.	3
4	5.elaborar el yogurt, según especificaciones técnicas.	6	7.Evaluación sensorial del yogurt y análisis del mercado.	8	9.Analizar los indicadores de la idea de negocio del yogurt.	10
11	12. elaborar el yogurt, según especificaciones técnicas.	13	14.Evaluación sensorial del yogurt y análisis del mercado.	15	16.Analizar los indicadores de la idea de negocio del yogurt.	17
18	19. elaborar el yogurt, según especificaciones técnicas.	20	21.Evaluación sensorial del yogurt y análisis del mercado.	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Jaramillo, A. (2011). Yogurt: Minimercados se toman los hogares colombianos. Recuperado de http://www.revistaialimentos.com.co/news/816/443/Yogurt-Minimercados-se-toman-loshogares-colombianos.htm

República de Colombia. (2006). Decreto 616. Por el cual se expide el Reglamento Técnico sobre los requisitos que debe cumplir la leche para el consumo humano que se obtenga, procese, envase, transporte, comercialice, expenda, importe o exporte en el país. Recuperado de http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=21980

Aval de la propuesta

José Luis Serrato Patiño Instructor	Diana Pentalfa Tabares Coordinar académico Área Agroindustria