

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	Dependencia	Aprobado		Pág.
		SUBDIRECTOR ACADÉMICO		78(144))

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	SHISLEN DAYHANA GARCIA CARRASCAL ANDREA CAROLINA VELASQUEZ CAÑIZARES		
FACULTAD	CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS		
PLAN DE ESTUDIOS	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS		
DIRECTOR	FABIÁN ALFREDO CARRASCAL DELGADO		
TÍTULO DE LA TESIS	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE UVA ISABELLA, VITIS LABRUSCA, EN EL MUNICIPIO DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER		
RESUMEN (70 PALABRAS APROXIMADAMENTE)			
<p>LA INVESTIGACIÓN CONTIENE LOS ESTUDIOS DE MERCADOS PARA DETERMINAR LA ACEPTACIÓN DEL PRODUCTO SIENDO DE GRAN ACEPTACIÓN, EL TÉCNICO PERMITIÓ LA DETERMINACIÓN DE LOS REQUERIMIENTOS, HUMANOS TÉCNICOS, CON EL ESTUDIO FINANCIERO SE CONOCIÓ LA RENTABILIDAD, DEL PROYECTO, EL ECONÓMICO MUESTRA LA VIABILIDAD, EL SOCIAL Y AMBIENTAL SE REALIZARON PARA ANALIZAR EL IMPACTO DEL PROYECTO, CUYOS RESULTADOS FUERON FAVORABLES PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA DE UVA ISABELLA.</p>			
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 144	PLANOS:0	ILUSTRACIONES:0	CD-ROM: 1



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA
Y COMERCIALIZADORA DE UVA ISABELLA, *VITIS LABRUSCA*, EN EL MUNICIPIO DE
OCAÑA, NORTE DE SANTANDER

AUTORES:

SHISLEN DAYHANA GARCIA CARRASCAL

ANDREA CAROLINA VELASQUEZ CAÑIZARES

Trabajo de grado para Optar el título de Administrador de empresas

Director:

FABIÁN ALFREDO CARRASCAL DELGADO

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Ocaña, Colombia

Octubre, 2017

Índice

Capítulo 1. Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de uva Isabella, vitis labrusca, en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.	1
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Formulación del problema	2
1.3. Objetivos	2
1.3.1 Objetivo general.	2
1.3.2 Objetivos Específicos.	3
1.4 Justificación	3
1.5 Delimitaciones.	4
1.5.1 Geográfica.	4
1.5.2 Temporales.	5
1.5.3 Conceptuales.	5
1.5.4 Operativas.	5
Capítulo 2. Marco referencial	6
2.1 Marco histórico.	6
2.1.1 Historia u origen de la uva Isabella.	6
2.1.2 Tipos de uvas existentes.	7
2.1.3 Características físico químicas de la uva Isabella.	8
2.1.4 Usos y beneficios de la uva Isabella.	9
2.1.5 Panorama internacional.	11
2.1.6 Panorama Nacional.	11
2.1.7 A nivel regional.	13
2.1.8 La región de Ocaña.	14
2.2 Marco contextual.	15
2.3 Marco Conceptual.	15
2.3.1 Uva Isabella.	16
2.3.2 Viñedo.	16
2.3.3 Demanda.	16
2.3.4 Oferta.	16
2.3.5 Mercado.	17
2.3.6 Estudio de Mercados.	17
2.3.7 Estudio Técnico.	18
2.3.8 Estudio Administrativo y Legal.	19
2.3.9 Estudio Financiero.	20
2.3.10 El estudio de factibilidad.	20
2.3.11 Medio Ambiente.	21
2.3.12 Precio.	21
2.3.13 Servicio.	22
2.3.14 Publicidad.	22
2.3.15 Cliente.	23

2.3.16 Evaluación Económica.	23
2.3.17 Evaluación Social y Ambiental.	24
2.3.18 Estudio Económico.	24
2.4 Marco teórico	24
2.4.1 Teoría del Mercado.	25
2.4.2 Teorías Administrativas.	25
2.4.3 Teoría Económica.	25
2.4.4 Teoría del valor.	26
2.4.5 Teoría de la Empresa.	26
2.4.6 Teoría de la Transparencia.	27
2.4.7 Ley de la oferta y la demanda.	27
2.5 Marco legal	28
2.5.1 Constitución Política de Colombia.	28
2.5.2 Código del Comercio.	29
2.5.3 Ley 09 de 1979, Código Sanitario Nacional	30
2.5.4 Decreto 3075 de diciembre 23 de 1997,	31
Capítulo 3. Diseño metodológico	36
3.1 Tipo de investigación	36
3.2 Población.	36
3.3 Muestra	37
3.4 Recolección de la información	38
3.5 Procesamiento y análisis de la información.	38
3.5.1 Estudio de campo.	38
3.5.2 Estudio de mercados.	38
3.5.3 Estudio administrativo.	39
3.5.4 Estudio legal.	39
3.5.5 Estudio técnico.	39
3.5.6 Estudios financiero y económico.	39
3.5.7 Estudio socio ambiental.	40
Capítulo 4. Presentación de resultados	41
4.1 Estudio de mercados	41
4.1.1 Análisis de la demanda.	47
4.1.2 Demanda actual.	47
4.1.3 Proyección de la demanda.	47
4.1.4 Análisis de la oferta.	49
4.1.5 Análisis de la situación actual de la competencia.	50
4.1.6 Fijación de precios.	51
4.1.7 Empaque.	51
4.1.8 Canales de distribución.	52
4.1.9 Mecanismos de difusión y publicidad.	52
4.1.10 Logotipo.	55
4.2 Estudio administrativo.	55
4.2.1 Tipo de empresa.	56
4.2.2 Misión.	56

4.2.3 Visión.	56
4.2.4 Objetivos Organizacionales.	57
4.2.5 Principios corporativos.	57
4.2.6 Valores corporativos.	58
4.2.7 Políticas organizacionales.	59
4.2.8 Organigrama.	64
4.2.9 Manual de funciones.	65
4.2.10 Manual de procedimientos.	74
4.3 Estudio legal.	77
4.3.1 Razón social.	77
4.3.2 Capital.	77
4.3.3 Matrícula mercantil.	77
4.4 Estudio técnico.	81
4.4.1 Directrices del proyecto.	81
4.4.2 Características climáticas de Ocaña.	81
4.4.3 Localización.	79
4.4.4 Condicionantes internos de la finca “Villa Andrea”.	79
4.4.5 Condicionantes externos del proyecto.	79
4.4.6 Requerimiento de propiedad planta y equipo.	80
4.4.7 Condiciones del suelo aptas para el cultivo de uva Isabella.	82
4.4.8 Proceso del cultivo de uva Isabella, vitis labrusca.	82
4.5 Estudio financiero.	98
4.5.1 Presupuesto de gasto de personal.	98
4.5.2 Requerimiento equipo de oficina.	100
4.5.3 Requerimiento de herramientas.	100
4.5.4 Gastos a diferir.	101
4.5.5 Materia prima.	102
4.5.6 Costos fijos.	103
4.5.7 Depreciación.	105
4.5.8 Punto de equilibrio	106
4.5.9 Estados financieros	107
4.5.10 Flujo de efectivo proyectado	109
4.6 Estudio económico	110
4.7 Estudio socio ambiental.	114
Capítulo 5. Conclusiones	116
Capítulo 6. Recomendaciones	118
Referencias	120
Apéndice	125

Lista de tablas

Tabla 1. Tipos de uvas existentes.	20
Tabla 2. Composición nutricional por cada 100 gramos de uva Isabella.	22
Tabla 3. Base de datos de las fruterías a encuestar en el municipio de Ocaña.	50
Tabla 4. Cantidad de fruterías encuestadas que venden uva Isabella en su establecimiento comercial.	54
Tabla 5. Tipos de uva más vendidas en Ocaña según las fruterías encuestadas.	55
Tabla 6. Frecuencia con la que las fruterías ocañeras venden la uva Isabella en bandeja.	55
Tabla 7. Forma preferida por las fruterías, objeto de estudio, para comprar uva Isabella.	56
Tabla 8. Ciudades proveedoras de uva Isabella en las fruterías de Ocaña.	56
Tabla 9. Presentación más utilizada para vender la uva Isabella en las fruterías del municipio de Ocaña.	57
Tabla 10. Rango de precios que manejan las fruterías de Ocaña al vender la Uva Isabella por bandeja.	57
Tabla 11. Formas de pago que utilizan las fruterías en el municipio de Ocaña con sus proveedores de uva Isabella.	58
Tabla 12. Aceptación de las fruterías de crear una empresa de uva Isabella en el municipio de Ocaña.	58
Tabla 13. Proyección de venta semanal de cajas de uva Isabella.	60
Tabla 14. Proyección de venta mensual de cajas de uva Isabella.	60
Tabla 15. Venta anual de uva Isabella en el municipio de Ocaña.	61
Tabla 16. Análisis de la oferta actual proyectada.	62
Tabla 17. Fijación de precios de Uva Isabella Ocañerita S.A.S.	64
Tabla 18. Costos totales presupuestados por concepto de difusión y publicidad.	67
Tabla 19. Manual de funciones del gerente de la empresa uva Isabella Ocañerita S.A.S.	79
Tabla 20. Manual de funciones del contador de la empresa uva Isabella Ocañerita S.A.S.	80
Tabla 21. Manual de funciones de la secretaria de la empresa uva Isabella Ocañerita S.A.S.	81
Tabla 22. Manual de funciones del supervisor de la empresa uva Isabella Ocañerita S.A.S.	82
Tabla 23. Manual de funciones del vendedor de la empresa uva Isabella Ocañerita S.A.S.	83
Tabla 24. Manual de funciones de los operarios de producción de la empresa uva Isabella Ocañerita S.A.S.	84
Tabla 25. Clasificación y puntuación de la higiene y el control de alimentos.	93
Tabla 26. Características del clima del municipio de Ocaña del mes de enero a junio del año 2017.	95
Tabla 27. Equipo de oficina necesario en la empresa Uva Isabella La Ocañerita S.A.S.	97
Tabla 28. Herramienta necesaria para el proceso del cultivo de uva Isabella.	98
Tabla 29. Condiciones del suelo aptas para el cultivo de uva Isabella.	99

Tabla 30. Vacunación en plántulas.	108
Tabla 31. Control de plagas.	109
Tabla 32. Plagas producidas por insectos.	112
Tabla 33. Enfermedades que se presentan en el cultivo de uva Isabella.	
Tabla 34. Vinazas.	113
Tabla 35. Presupuesto de gastos de personal.	114
Tabla 36. Presupuesto de gastos de personal proyectado con base en la dimensión del mercado definida.	116
Tabla 37. Requerimiento de equipo de oficina.	117
Tabla 38. Equipo y herramienta requerida para el proceso de producción.	117
Tabla 39. Gastos a diferir durante el primer año de creación de la empresa.	118
Tabla 40. Costos fijos y variables de la empresa uva Isabella Ocañerita S.A.S.	118
Tabla 41. Gastos en el empaque de la uva Isabella en el año 1.	120
Tabla 42. Costos para la producción de una bandeja de uva Isabella.	120
Tabla 43. Costo de producción de una bandeja en diferentes ciudades.	121
Tabla 44. Depreciaciones de la empresa uva Isabella Ocañerita S.A.S.	122
Tabla 45. Proyección de precios y ganancias.	122
Tabla 46. Estado de resultados.	123
Tabla 47. Ebidta	126
	127

Lista de figuras

Figura 1. Representación gráfica de un racimo de uva Isabella.	21
Figura 2. Características predominantes que tienen en cuenta las fruterías Ocañeras al momento de la comprar uva Isabella.	58
Figura 3. Representación gráfica de la bandeja de icopor de material polietileno expandido para empacar la uva Isabella.	64
Figura 4. Canales de distribución de la uva Isabella.	65
Figura 5. Volante promocional de la empresa Uva Isabella Ocañerita S.A.S.	66
Figura 6. Logotipo.	68
Figura 7. Organigrama empresa uva Isabella Ocañerita S.A.S.	78
Figura 8. Representación gráfica de la manguera a implementar en el Sistema de riego del cultivo de uva Isabella.	101
Figura 9. Representación gráfica de los Microaspersores de riego.	102
Figura 10. Representación gráfica del tanque para el suministro de agua al cultivo de uva Isabella.	103
Figura 11. Representación gráfica del Sistema de emparrado.	103
Figura 12. Representación gráfica del Pie de amigo.	104
Figura 13. Representación gráfica de Alambres primarios.	105
Figura 14. Representación gráfica de Alambres secundarios.	105
Figura 15. Representación gráfica de los Tacos.	106
Figura 16. Representación gráfica del Espaldero alto.	107
Figura 17. Representación gráfica de las Estacas.	110

Lista de apéndices

Apéndice 1. Cuestionario dirigido a los comercializadores de uva Isabella,
en el municipio de Ocaña.

142

Resumen

El siguiente trabajo contiene un marco referencial que a la vez se desglosa en marco histórico internacional, nacional y local, un marco conceptual, marco teórico y marco legal, de la misma forma se puede encontrar el diseño metodológico, mediante el cual se basó la investigación; utilizando instrumentos como la encuesta, donde se desarrollaron estudios que permiten analizar si el proyecto es viable o no.

El proyecto contiene los estudios de mercados para determinar la aceptación de la empresa y del producto siendo de gran aceptación, el técnico permitió la determinación de los requerimientos, humanos técnicos, con el estudio financiero se conoció la rentabilidad, del proyecto, el económico muestra la viabilidad, el social y ambiental se realizaron para analizar el impacto del proyecto, cuyos resultados fueron favorables para la creación de la empresa productora y comercializadora de uva Isabella en el municipio de Ocaña, así mismo se realizaron las conclusiones y recomendaciones que permiten la determinación en forma concisa para obtención de resultados favorables para la organización.

Introducción

La producción de uva Isabella en la región es una actividad nueva siendo está muy sencilla. Se puede comenzar en pequeña escala y no requiere de mano de obra especializada, ideal para un conformar una empresa que genere un producto orgánico y natural para la sociedad, debido a que este es uno de los mayores propósitos de la empresa uva Isabella Ocañerita S.A.S.

El tipo de investigación fue aplicada, utilizando el método mixto, la población objeto de estudio fueron las fruterías del municipio de Ocaña, por ser el eje para la puesta en marcha de la empresa, utilizando como instrumento la encuesta, siendo analizados sus resultados en forma cuantitativa y cualitativa de cada una de las respuestas brindadas.

Por otra parte se desarrollaron los estudios pertinentes como el estudio de mercados, el estudio administrativo, el estudio legal, el estudio técnico, el estudio financiero, el estudio económico y el estudio socio ambiental, que son las bases fundamentales para la creación de una empresa, además de conocer la viabilidad del proyecto generando ganancias y no pérdidas. Para este proyecto también se tuvo muy en cuenta el medio ambiente, debido a que este es un aspecto muy importante hoy en día en empresas que deseen ofrecer productos naturales, frescos, sin aditivos químicos y de alta calidad, donde las empresas deben ser conscientes con ellas mismas, sus empleados, la comunidad en general y el medio ambiente.

Capítulo 1. Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de uva Isabella, *vitis labrusca*, en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

1.1 Planteamiento del problema

La falta de perspectivas y emprendimiento, la falta de recursos económicos, el impacto del conflicto armado, entre otras causas, han dificultado que en Ocaña se establezcan empresas que logren tener un alto impacto tanto para el campo como para la industria, imposibilitando aún más la creación de oportunidades laborales que puedan desarrollarse en pequeñas y medianas industrias del sector agrario en la región de Ocaña y del Catatumbo Colombiano. Sin embargo, estas causas han sido el impulso para plantear el estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de uva Isabella, *vitis labrusca*, en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

Según la Cámara de Comercio de Ocaña, en Ocaña no existe empresa alguna que se dedique a la producción de uva Isabella, situación que lleva a que los comercializadores de uva tengan que comprarla a proveedores de los departamentos del Huila y Valle del Cauca, ocasionando un incremento en el valor comercial del producto a causa de los altos costos de embalaje y del transporte de la carga, el cual requiere entre 12 a 24 horas para conducir el producto hasta su destino final; además, dada la necesidad de conservar las buenas condiciones

del producto, se suelen agregar aditivos químicos que repercuten negativamente en la condición natural del producto. (Ceballos, y otros, 2017).

Esta idea de estudio de factibilidad, de resultar positiva y de implementarse apropiadamente, podría propiciar la creación de nuevas empresas de carácter agroindustrial que utilicen en su totalidad la uva Isabella para usos diferentes al de comida de mesa, como por ejemplo la producción de vinos, para su consumo en fresco, en la producción de zumos, mermeladas, colorantes naturales y pasas, harinas y materias primas para la industria cosmética (Hernandez, Trujillo, & Duran, 2011).

1.2 Formulación del problema

¿Es viable económica y técnicamente crear una empresa productora y comercializadora de uva Isabella, *vitis labrusca*, en el municipio de Ocaña?

1.3. Objetivos

1.3.1 Objetivo general. Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de uva Isabella, *vitis labrusca*, en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

1.3.2 Objetivos Específicos. Determinar mediante un estudio de mercados la oferta y demanda de la uva Isabella en Ocaña, teniendo en cuenta precio, canales de distribución, publicidad, promoción y análisis de proyección de ingresos.

Formular un estudio administrativo para determinar aspectos organizacionales, legales y tributarios que se deben considerar para la constitución de la empresa.

Establecer los recursos técnicos y humanos necesarios para el cultivo y comercialización de la uva Isabella en Ocaña.

Detallar con base en un estudio económico los costos, gastos e inversión necesarios para la creación de la empresa.

Determinar mediante un análisis financiero la viabilidad del proyecto.

Analizar el impacto socio ambiental que genere llevar a cabo el proyecto, donde se puedan tomar decisiones beneficiosas a corto y largo plazo para el medio ambiente y la sociedad.

1.4 Justificación

Este proyecto nace del interés de la empresaria Nelly Delgado, propietaria de la finca denominada “Villa Andrea”, de crear una empresa productora y comercializadora de uva Isabella.

La uva Isabella, además de su exquisito sabor, es reconocida por su increíble composición de nutrientes beneficiosos para la salud, siendo cada vez más popular en las dietas alrededor del mundo, no solo para ser consumida como fruto fresco sino también como productos procesados hoy muy reconocidos a nivel mundial, tales como el vino, las pasas, jugos, mermeladas, jaleas e enlatados, entre otros (Supermujer, 2017).

Según comercializadores de uva en Ocaña, actualmente se consume uva Isabella proveniente de los departamentos del Huila y Valle del Cauca, lo que ocasiona un incremento en su valor comercial, debido al alto costo del transporte y embalaje desde esos lugares.

Considerando lo anterior, se hace necesario realizar un estudio de factibilidad que permita conocer si es rentable crear una empresa productora y comercializadora de uva Isabella, *vitis labrusca*, de alta calidad en el municipio de Ocaña, la cual lograría generar nuevos empleos, crecimiento y desarrollo, ofreciendo productos de alta calidad, frescos y listos para su consumo.

1.5 Delimitaciones.

A continuación se presentan las delimitaciones a tener en cuenta en este proyecto de grado.

1.5.1 Geográfica. La investigación se desarrollará en el casco urbano del municipio de Ocaña (Norte de Santander).

1.5.2 Temporales. La investigación se llevará a cabo entre junio del 2017 y octubre del 2017, por considerar ser un periodo que permitirá cumplir los objetivos planteados.

1.5.3 Conceptuales. Este proyecto estará delimitado por los conocimientos adquiridos en la universidad y los aportes realizados por los directores con respecto a los conceptos de un estudio de factibilidad en el sector de Ocaña; y además se tendrán en cuenta los resultados arrojados. Todo esto estará fundamentado en un documento, donde se plasmarán todos los procesos teniendo en cuenta los criterios ya antes mencionados.

1.5.4 Operativas. El proyecto se desarrollará con base en los parámetros del presente documento, donde se aplicarán encuestas, que logren dar respuesta a los interrogantes presentados y que contribuyan con la calidad de los resultados.

Además, el sondeo de forma preliminar del consumo y comercialización de la uva Isabella, en el municipio de Ocaña será una delimitación adicional debido a la falta de información por la entidad Cámara de comercio Ocaña.

Capítulo 2. Marco referencial

Por medio de los siguientes marcos se presentan las bases teóricas y conceptuales, sobre la que se sustenta la investigación de este trabajo de grado.

2.1 Marco histórico.

A continuación se presentaran los acontecimientos históricos sobre el tema a nivel internacional, nacional y local de la uva Isabella.

2.1.1 Historia u origen de la uva Isabella. La uva Isabella, *vitis labrusca*, es una uva que se identificó por vez primera en el sur de Estados Unidos (Carolina del Sur) antes de 1800. La uva americana o Isabella fue plantada ampliamente en Europa durante el transcurso del siglo XIX ya que el mosto de esta uva posee un pH ideal para las reacciones de fermentación alcohólica además de propiedades organolépticas propicias para vinos de alta calidad.

Sin embargo, la uva americana sirvió como vector transportador de un insecto americano llamado Filoxera, el cual produjo una gran contaminación en la uva europea. Durante 30 años se propagó la plaga de la filoxera por todos los viñedos europeos y éstos estuvieron a punto de desaparecer, lo que obligó a adoptar las vides americanas resistentes a la plaga como patrones de la vid europea, y se obtuvieron variedades resistentes, fruto de la hibridación de ambos tipos de plantas (Consumer.es, 2017).

Por otra parte, en la década de 1850, la uva Isabella generó en los viticultores europeos gran interés debido a la mejoría que presentaban las personas enfermas del oído, enfermedad producida por infecciones, malformaciones o lesiones en la estructura de los mecanismos auditivos, o bien por exposición frecuente a sonidos fuertes, al momento de someterse a cambios bruscos de presión, por introducirse objetos o agentes externos en el orificio de la oreja, por traumatismos, tumores cerebrales, o por causas desconocidas y las cuales eran curadas con el sumo de la uva (Díaz H. , 2015).

2.1.2 Tipos de uvas existentes. Entre las más variadas frutas que existen en el mundo, tales como las ciruelas, las fresas y las uchuvas, las uvas han logrado ser representativas en el mercado mundial debido a sus múltiples usos y beneficios. A continuación en la Tabla 1., se presentan algunos tipos de uvas existentes, incluyendo la uva Isabella, la cual es la base para el desarrollo de este proyecto.

Tabla 1.

Tipos de uvas existentes.

Tipos de uva	Usos de las uvas
Red Globe, Ribier, Italia, Queen e Isabella.	Uva de mesa
Isabella, Concord, Niagara.	Uvas para Industria jugos, pulpas, salsas
Cavernet S., Chardonnay, Merlot, Zinfandel	Uvas para producir vinos
Sultnina, Black Seedless, Flame, Ruby Seedless.	Uvas sin semilla para mesa y pasas

Nota: Fuente.

<http://huila.gov.co/documentos/M/manual%20tecnico%20de%20la%20uva%20en%20el%20Huila.pdf>

2.1.3 Características físico químicas de la uva Isabella. La uva Isabella es una planta trepadora que puede llegar a superar los 20 metros de altura, su fruto es pequeño, ovoide, con piel grande y resistente, de un color negro morado, pulpa dura y jugosa de color rojo oscuro con típico sabor dulce, entre 15 y 16 grados brix (°BX) (Distribuciones, s.f.).



Figura 1. Representación gráfica de un racimo de uva Isabella.

Fuente. Gómez Rubiano, José Farith y Parra Morera, Marisol. 2006

La uva Isabella, como la mayoría de frutas, se caracteriza nutricionalmente por poseer una gran cantidad de agua, vitaminas, minerales, y un bajo contenido en grasas. Por ello, es adecuada en dietas equilibradas y es utilizada medicinalmente, gracias a que sus aportes nutricionales son sumamente interesantes para aportar a nuestro organismo los diferentes nutrientes esenciales que necesita, además ayuda a una correcta hidratación de nuestro organismo, precisamente a su contenido en agua (Vida naturalia, 2017).

Este tipo de uva es rica en vitaminas A, B y C, ya que contiene azúcar saludable, en particular la glucosa, que es el combustible del músculo y el mismo que contiene el plasma sanguíneo, también contiene la triada que forma la hemoglobina en la sangre, el hierro, el cobre y el manganeso. La Tabla 2 muestra la composición nutricional descrita anteriormente por cada 100 gramos de uva Isabella.

Tabla 2.

Composición nutricional por cada 100 gramos de uva Isabella.

Elemento o compuesto	Total
Agua	87,9 g
Hidratos de carbono	15,5 g
Potasio	320 mg
Fibra	0,4 g
Magnesio	4 mg
Calcio	4 mg
Vitamina BC	0,1 mg
Provitamina A	3 mcg
Ácido fólico	26 mcg
Vitamina C	20%
Calorías	67 Kcal

Nota. Fuente: <http://www.srafruta.com.co/uva.html>

2.1.4 Usos y beneficios de la uva Isabella. Son variados los usos que tiene la uva Isabella en todo el mundo, entre los cuales se encuentran.

Uso en fresco. La uva Isabella siempre se ha caracterizado por contar con nutrientes que aportan beneficios a la salud, siendo muy utilizada en jugos naturales para combatir anemias persistentes o crónicas, para desinflamar el bazo, mejorar catarros, dilatar bronquios, aliviar enfermedades del estómago, limpiar la sangre y controlar ataques súbitos de tensión alta. Por otra

parte, es muy utilizada en dietas, ya que ayuda a bajar de peso y a combatir la obesidad, siempre que se consuma sin excesos (Remedios populares.com, 2017).

Usos para cocinar. En cocina, aparte de su empleo clásico como fruta fresca, la uva Isabella se utiliza para preparaciones de conservas, jarabes, gelatinas, postres y platos refinados de carne y caza. Las hojas de esta planta, todavía tiernas, sirven para preparar deliciosas envolturas de carne o arroz que es típico de la cocina griega (Multiplantas.com, 2011).

Usos para preparación de vinos. Una de las principales uvas para la preparación de vinos en el mundo es la uva Isabella. El vino producido a partir de esta uva tiene aromas y gusto fuerte y su consumo está asociado a los beneficios de sus pigmentos y taninos, razón por la cual es uno de los más consumidos en países como Brasil, debido a que es la fuente principal de microorganismos principalmente de levaduras, mohos y varias especies de bacterias ácido láctico y acético. Las levaduras son las de mayor importancia puesto que dirigen la fermentación alcohólica, contribuyendo a la estructura química básica y a la individualidad del sabor y aroma del vino (Turismo de Vino, 2011).

Por otra parte es buena para la piel, ya que puede actuar como purificante, “esto significa que drena las vías biliares, permite un verdadero lavado o purificación de las sustancias tóxicas al exterior, mediante la bilis” (Vida naturalia, 2017).

Finalmente, la uva Isabella contiene el resveratrol el cual ha demostrado ser eficaz para prevenir el cáncer y las enfermedades cardiovasculares. “Las ventajas descubiertas en el

resveratrol sugieren que esta sustancia puede convertirse en la base para tratamientos de enfermedades inflamatorias, que son muchas y muy frecuentes” (Cuartaedad.com, 2010).

2.1.5 Panorama internacional. La uva Isabella, *vitis labrusca*, se ubica dentro de los frutales de la más alta tradición e historia en el mundo, siendo cultivada entre 50° latitud Norte y 45° Sur. La superficie con viñedos en el mundo representa alrededor de 7,9 millones de hectáreas. La clasificación de la viticultura se ha efectuado por una subdivisión de cada hemisferio en cuatro bandas climáticas: tropical, sub-tropical, templado y frío. El 70,5% de la superficie dedicada a la viticultura está situada en la zona templada y el 20,3% está en la zona fría; sólo el 6,3% del total está representado por las zonas tropicales y subtropicales (Almanza Merchán, 2011).

La uva es el mayor cultivo de frutas del mundo, se reporta una producción anual mayor 42 millones de toneladas, donde cerca del 80% de la uva producida es utilizada en la elaboración de vinos. Los principales productores y exportadores de ella son Brasil, Colombia, Uruguay, Perú, Argentina y Chile (Vinetuour la revista digital de vino, 2012).

2.1.6 Panorama Nacional. Entre las diversas clases de frutas que existen en Colombia tales como las ciruelas, las fresas y las uchivas, la uva Isabella, ha logrado situarse en el mercado nacional, donde el Valle del Cauca es el principal protagonista, ya que presenta la mayor superficie sembrada de uva, pues es allí en donde se encuentra más del 85% de la producción nacional y 86,9% del área total sembrada en todo el país (Arias, 2013).

El Valle del Cauca cuenta con unas 1,551 hectáreas cultivadas de uva Isabella, y se ha encontrado que la producción de uva es competitiva gracias a las condiciones edafoclimáticas de la zona, y al desarrollo de paquetes tecnológicos para este cultivo en el trópico (Hernandez, Trujillo, & Duran, 2011).

Por otra parte el departamento del Huila también se ha convertido en pionero en el cultivo de uva Isabella, contando con 185 hectáreas sembradas, donde se reportan productividades muy diversas en la variedad de uva Isabella de acuerdo al grado de tecnología que se aplica siendo esta la más sembrada, además tiene profesionales vinculados a este cultivo desde hace varios años. La Gobernación del departamento del Huila, la Secretaría de agricultura y la secretaría Técnica de las cadenas productivas de frutales se han convertido en el líder de este proceso de impulso a la actividad vitivinícola de la región y han generado el espacio propicio para que Asovit Huila en representación de los viticultores analice sus necesidades y se capacite para mejorar la productividad y la calidad (Gómez Rubiano, José Farith y Parra Morera, Marisol. 2006).

Existen otras regiones en Colombia que también se dedican a los cultivos de la uva Isabella, como el departamento de Boyacá, donde la producción de uva está encaminada a la elaboración de vinos, ya que las condiciones de clima, suelos y luminosidad de la región han permitido el cultivo; Por otra parte en departamentos como Amazonas, Antioquia, Caquetá, Nariño, Santander, Quindío y Vaupés los cultivos de uva Isabella se caracterizan por ser utilizados para preparaciones en jugos, postres y remedios caseros. (Pinilla J. G., 2016).

De acuerdo con las cifras de la cartera agropecuaria, en Colombia se producen más de 30,000 toneladas de uva Isabella al año, las cuales se generan a través de las relaciones con entidades como CorpoGinebra, Proexport Colombia, la Cámara de Comercio de Cali y el Ministerio de Agricultura, con el apoyo de la Gobernación del Valle y de las alcaldías municipales (Cámara de comercio de Calí, 2014).

A partir del año 2014 la Asociación de productores de Uva del Valle del Cauca, PROUVAS, que agremia un total de 18 asociados entre personas naturales y jurídicas, los cuales representan 120 familias de viticultores (*Vitis labrusca* - Uva Isabella), comienzan a hacer parte del Plan Nacional de Fomento Hortofrutícola , mediante las Escuelas de Campo para Agricultores (ECAS) con ASOHOFRUCOL, para empezar a desarrollar nuevos proyectos y mejoras en el cultivo de la uva Isabella, generando mayor crecimiento y desarrollo en el país, donde entidades como el Banco Agrario les brinda todo su apoyo, ya que son un ejemplo de unión familiar y grandes amistades que permiten que los demás aprendan, donde los sueños, la visión empresarial y el cuidado por el medio ambiente son de interés común. Todos estos elementos son el motor para el desarrollo económico local que promueve el bienestar en el Campo (El tiempo, 2001).

2.1.7 A nivel regional. Al consultar el anuario estadístico Nacional del ministerio de Agricultura del departamento de Norte de Santander, que reporta los principales renglones agrícolas del país, no se hace referencia al cultivo de la uva Isabella, *vitis labrusca*, en Ocaña y su región (Albarracín Medina, 2006).

2.1.8 La región de Ocaña. Ocaña es un municipio colombiano del departamento de Norte de Santander, el cual se encuentra ubicado en la zona nororiental y está conectado por carreteras nacionales como Bucaramanga, Cúcuta y Santa Marta. La población con la que cuenta el municipio según información del (DANE 2005), es de aproximadamente 98,229 habitantes. Por otra parte cuenta con aspectos fundamentales tales como:

Situación geográfica. El municipio de Ocaña está situado a 8° 14' 15" Latitud Norte y 73° 2' 26" Longitud Oeste y cuenta con una altura sobre el nivel del mar de 1,202 m., además tiene una superficie de 460Km², los cuales representan el 2,2% del departamento. La Provincia de Ocaña tiene un área de 8,602 km², donde posee una altura máxima de 2,065 m sobre el nivel del mar y una mínima de 761 m sobre el nivel del mar. (Quintero, 2016)

Temperatura y clima. En Ocaña se cuenta con una temperatura promedio de 22° C y un piso térmico templado, además de una temperatura no inferior a los 17, centígrados y con tendencia al frío y al calor en sus límites superior e inferior, también tiene un clima tropical húmedo y seco con sequías bien marcadas y precipitaciones entre 1,000 y 2,000 milímetros anuales (Galeom.com, 2017).

Relieve. El Municipio de Ocaña, por lo general se encuentra formado por rocas ígneas, donde se encierra zonas metamórficas a manera de caña que se introducen en el occidente desde el sur del municipio hasta Convención. Por otra parte alrededor de la ciudad se pueden encontrar rocas granitoides gruesas con isleos intercalados de feldespatos, cuyos elementos han sido muy

descompuestas por la erosión cubriendo el terreno formando una depresión extendida especialmente de La Floresta a Ábrego.

La depresión de Ocaña se alarga hacia el sur aproximadamente por 3 kilómetros hasta Ábrego, aunque dividida en compartimentos. Las mismas rocas ígneas granito constituyen el fondo de la depresión y la base de la vertiente, la cual presenta formaciones esquistosas en las alturas, con lo que resultan propicias al cultivo, especialmente de la cebolla que es el más importante producto agrícola de la región. Ocaña cuenta con alturas de relativa importancia tales como el Agua de la Virgen, Pueblo Nuevo, Buena Vista, y el Alto de los Patios (Galeom.com, 2017).

2.2 Marco contextual.

El estudio de la investigación se realizará en las fruterías y la finca villa Andrea ubicada en la zona rural del municipio de Ocaña, Norte de Santander.

2.3 Marco Conceptual.

Este marco hace referencia a los conceptos básicos en la construcción y comprensión de este proyecto investigativo, los cuales se conocerán a continuación.

2.3.1 Uva Isabella. La uva Isabella, originaria del sur de los Estados Unidos, es una variedad de la especie *Vitis labrusca*, perteneciente de las familias vitáceas, logrando ser el cultivo de fácil expansión, por su buena adaptación a condiciones edafoclimaticas variables, elevada productividad, longevidad y relativa rusticidad.

2.3.2 Viñedo. Del latín vinetum, un viñedo es un terreno plantado de vides. El término suele utilizarse como sinónimo de viña y está vinculado a la producción de uvas y, por lo tanto, a la elaboración de vino. Las plantaciones tradicionales de uva para vino suelen desarrollarse bajo la modalidad de agricultura de secano, en la cual el hombre no agrega agua y se limita a aprovechar aquella que aporta la lluvia. A lo largo de la historia, las plantaciones de los viñedos se han llevado a cabo de distintas maneras. Actualmente los viñedos más frecuentes son aquellos cuyas plantaciones se organizadas en hileras con emparrado o espaldera (Franquesa, 2016).

2.3.3 Demanda. La demanda tiene que ver con los que los consumidores desean adquirir. Demandar significa estar dispuesto a comprar, mientras que comprar es efectuar realmente la adquisición. La demanda refleja una intención, mientras que la compra constituye una acción (Banco de la República, 2015).

2.3.4 Oferta. El lado de la oferta tiene que ver con los términos en los que las empresas desean producir y vender sus productos. Al igual que hicimos en el caso de la demanda, al distinguir entre demandar y comprar, ahora debemos precisar la diferencia entre ofrecer y vender.

Ofrecer es tener la intención o estar dispuesto a vender, mientras que vender es hacerlo realmente. La oferta recoge las intenciones de ventas de los productores (Banco de la República, 2015)

2.3.5 Mercado. Área geográfica a la cual concurren vendedores y compradores de mercancías y servicios con el objeto de realizar transacciones de tipo comercial, de tal manera que el o los precios de las mercancías y servicios tiende a unificarse.

De acuerdo a las definiciones del mercado, se observa que los elementos esenciales de cualquier mercado son:

- a) Las mercancías y servicios que representa la producción de las unidades Económicas que concurren al mercado para su venta.
- b) Las mercancías y servicios que van hacer objeto de transacción, que se va a comprar o a vender.
- c) La demanda de mercancías y servicios que representa la fase final del proceso deductivo, el consumo, el cual se realiza una vez que se han comprado las mercancías y servicios.
- d) El precio de las mercancías y servicios que resuelven el problema de distribución y circulación de los bienes y servicios; esto es, la fijación de precios constituye uno de los mecanismos centrales del funcionamiento del mercado y de las sociedades capitalistas en general (Mendez Morales, 2015).

2.3.6 Estudio de Mercados. Es uno de los estudios más importantes y complejos que deben realizarse para la evaluación de proyectos: ya que, define el medio en el que habrá de

llevarse a cabo el proyecto. En este estudio se analiza el mercado o entorno del proyecto, la demanda, la oferta y la mezcla de mercadotecnia o estrategia comercial, dentro de la cual se estudian el producto: el precio, los canales de distribución y la promoción o publicidad. Pero siempre desde el punto de vista del evaluador, es decir, en cuanto al costo/beneficios que cada una de estas variables pudiesen tener sobre la rentabilidad del proyecto. Este estudio es generalmente el punto de partida para la evaluación de proyectos, ya que, detecta situaciones que condicionan los demás estudios (Mendez Morales, 2015).

2.3.7 Estudio Técnico. El estudio técnico, entrega la información necesaria para determinar cuánto hay que invertir y los costos de operación asociados de llevar a cabo el proyecto.

Este estudio, responde las preguntas cuándo, cuánto, cómo y con qué producir el bien o servicio del proyecto; además, el estudio técnico permite definir el tamaño, la localización del proyecto, la tecnología que se usará y la función de producción óptima para la utilización eficiente de los recursos disponibles.

La elección de un lugar determinado dependerá de diversos factores como disponibilidad y costo de mano de obra, factores del medio ambiente, medios y costos de transporte, cercanía del mercado y de las fuentes de abastecimiento disponibilidad de insumos, entre otros; también, es posible determinar la estructura organizacional de la empresa y los recursos a utilizar en la operación del proyecto (Sapag, 2007).

2.3.8 Estudio Administrativo y Legal. El estudio administrativo define la estructura administrativa que más se adapte a las características del negocio, definiendo además las inversiones y costos operacionales vinculados al producto administrativo.

Dentro de la estructura administrativa es necesario considerar los siguientes aspectos:

Definición del personal necesario para llevar a cabo la gestión, como es el caso de gerentes, administradoras; personal de apoyo y de producción, entre otros.

Sistemas de información a utilizar en cuanto a contabilidad, ventas, inventario, etcétera.

Sistemas de prevención de riesgos, como rutas de escape frente a posibles siniestros.

Determinación de las actividades que se realizarán dentro y fuera de la empresa por outsourcing.

El estudio legal, influye directamente sobre los desembolsos en los que debe incurrir la empresa como son:

Gastos por constitución de la sociedad, como trámites municipal, notariales o del Servicio de Impuestos Internos (SII).

Restricciones en materia de exportaciones e importaciones de materia prima y productos terminados.

Restricciones legales sobre la ubicación, traduciéndose en mayor costo de transporte.

Disposiciones generales sobre seguridad, higiene y efectos sobre el medio ambiente, entre otras.

Además, el estudio legal da recomendaciones sobre la forma jurídica que adopte la empresa, ya sea como sociedad abierta, limitada, etcétera (Sapag, 2007).

2.3.9 Estudio Financiero. El estudio financiero, es la última etapa del análisis de viabilidad financiera de un proyecto, ya que, cuantifica los beneficios y costos monetarios de llevarse a cabo el proyecto.

Su objetivo, es sistematizar la información de carácter monetario de los estudios anteriores para así determinar la rentabilidad del proyecto. Para esto se utiliza el esquema de los flujos de caja proyectados, para el periodo de tiempo que se considere relevante para la evaluación del proyecto.

2.3.10 El estudio de factibilidad. Factibilidad es el grado en que lograr algo es posible o las posibilidades que tiene de lograrse. Este análisis se realiza para determinar:

Si el negocio que se propone será bueno o malo y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso.

Si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente.

Iniciar un proyecto de producción o fortalecerlo significa invertir recursos como tiempo, dinero, materia prima y equipos.

Como los recursos siempre son limitados es necesario tomar una decisión: las buenas decisiones solo pueden ser tomadas sobre la base de evidencias y cálculos correctos de manera que se tenga mucha seguridad de que el negocio se desempeñará correctamente y que producirá ganancias.

Comprender e incluir esto en el concepto de proyecto es muy importante para el desarrollo de criterios y comportamientos. Principalmente si se trata de propiciar cambios culturales y de mentalidad (Sapag, 2007).

2.3.11 Medio Ambiente. Se trata del entorno que determina la forma de vida de la sociedad y que incluye valores naturales, sociales y culturales que existen en un lugar y momento determinado. Por medio de la entidad Corponor Ocaña, se obtienen información necesaria para la complementación del estudio técnico, ya que este se encarga de todo lo relacionado con el medio ambiente siendo de gran importancia para este proyecto de grado.

El medio ambiente es un conjunto de componentes físicos, químicos, biológicos y sociales capaces de causar efectos directos e indirectos, en un plazo corto o largo, sobre los seres vivos y las actividades humanas.

Es la totalidad de las condiciones externas que afectan la vida, el desarrollo y la supervivencia de un organismo (Sabalain, 2009).

2.3.12 Precio. En términos simples, precio es la cantidad de dinero y otros artículos con la utilidad necesaria para satisfacer una necesidad que se requiere para adquirir un producto. El precio es el valor en dinero en que se estima el costo de algo, sea un producto, bien o servicio.

Como tal, proviene del latín Premium, que significa “precio”, “recompensa” suele medirse por unidades monetarias, a las cuales se les ha asignado un valor específico que varía de país a país, y que son empleadas para en la compra-venta de bienes y mercancías.

En este sentido, el precio refleja la relación de intercambio entre los bienes y servicios accesibles en el mercado, y como tal está sujeto a las leyes de la oferta y la demanda y, en algunos casos, a su regulación por parte de organismos oficiales (El economista.com, 2017).

2.3.13 Servicio. Conjunto de actividades, beneficios o satisfactores que se ofrecen para su venta o que se suministran en relación con las ventas.

Cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra y que es básicamente intangible y no tienen como resultado la obtención de la propiedad de algo (Malcom, 1991).

2.3.14 Publicidad. Es cualquier tipo de comunicación impersonal remunerada, en la que un patrocinador conocido presenta y promueve ideas, productos o servicios. Los anuncios constituyen una forma efectiva de diseminar mensajes, ya sea para crear preferencia de marca o para educar a los consumidores.

Las empresas realizan su publicidad de diferentes maneras en las empresas pequeñas, la publicidad es administrada por algún empleado del departamento de ventas de marketing, que trabaja en colaboración con una agencia de publicidad. En el caso de las grandes empresas, existe un departamento de publicidad, cuyo director se reporta al director de marketing.

La publicidad, se refiere a las actividades necesarias para que una compañía comunique a su mercado meta y a la población en general, las razones por las cuales deben preferir y comprar sus productos. Por medio de la publicidad, la compañía intenta transmitir la imagen deseada de su marca o productos y persuadir a la gente de comprar lo que ella vende. La publicidad

representa la comunicación masiva que tiene una empresa con la gente, sin embargo, esta comunicación no es indiscriminada, por que dirige su mensaje a una audiencia bien definida (J, Stanton, Etzel, & Walker, 2015).

2.3.15 Cliente. Un cliente es una persona u organización que demanda bienes o servicios proporcionados por el productor o el proveedor de servicios. Es decir, es un agente económico con una serie de necesidades y deseos, que cuenta con una renta disponible con la que puede satisfacer esas necesidades y deseos a través de los mecanismos de mercado.

En el ámbito de los negocios o la economía, cuando se habla de cliente, en realidad, se hace referencia a la persona-como-consumidor. El consumidor es la persona a la que el Marketing dirige sus acciones para orientar e incitar a la compra.

Para que el cliente esté satisfecho con lo que le estamos ofreciendo y con lo que en el futuro podamos ofrecerlo, es necesaria una correcta gestión de las relaciones entre nuestra empresa y el cliente (Kotler, 2003).

2.3.16 Evaluación Económica. La evaluación económica es un método de análisis útil para adoptar decisiones racionales ante diferentes alternativas como en costos y beneficios (Pineda Erazo, 2015).

Dentro de estos estudios se pueden incluir el análisis de costo y beneficios asociados con cada alternativa del proyecto. Con análisis de costo/beneficios, todos los costos y beneficios de

adquirir y operar cada sistema alternativo se identifican y se establece una comparación entre ellos. Esto permite seleccionar el más conveniente para la empresa.

2.3.17 Evaluación Social y Ambiental. Identifica, evalúa y describe los impactos ambientales que produce un proyecto en caso de ser llevado a cabo, con el fin de que pueda ser aceptado, rechazado o modificado por la administración encargada.

La evaluación social de proyectos persigue medir la verdadera contribución de los proyectos al crecimiento económico del país. Esta información, por lo tanto, debe ser tomada en cuenta por los encargados de tomar decisiones para así poder programar las inversiones de una manera que la inversión tenga su mayor impacto en el producto nacional (Fontaine, 2008)

2.3.18 Estudio Económico. El estudio económico trata, de determinar cuál será la cantidad de recursos económicos que son necesarios para que el proyecto se realice, es decir, cuánto dinero se necesita para que lo planeado opere (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2016).

2.4 Marco teórico

Este marco enmarca la sustentación de los conocimientos que permiten fundamentar teóricamente el proyecto.

2.4.1 Teoría del Mercado. Plantea que, al mercado como uno de los principales elementos del sistema capitalista, en el que ocurren las diversas transacciones de compra y venta de bienes, servicios y factores productivos. Es ahí donde se manifiesta la oferta, la demanda y el precio de todo lo que se compra y se vende (Sánchez Santana, 2011).

2.4.2 Teorías Administrativas. La teoría administrativa estudia la administración de empresas y demás tipos de organizaciones desde el punto de vista de la interacción e interdependencia de las cinco variables principales, cada una de las cuales es objeto específico de estudio de una o más corrientes de la teoría administrativa. Las cinco variables básicas, (tarea, estructura, personas, tecnología y ambiente) constituyen los principales componentes en el estudio de administración de las empresas. El comportamiento de estas variables es sistémico y complejo: cada una de ellas influyen y es influenciada por las demás; si se modifica una ellas, las otras también se modifican en mayor o menor grado. (Manosalva, 2008).

2.4.3 Teoría Económica. La teoría económica institucional estudia la creación de empresas bajo el supuesto de que “la decisión de convertirse en empresario y, por lo tanto, la creación de nuevas empresas está condicionada por factores externos o del entorno”. De esta manera, la capacidad para crear una empresa es percibida como un acto deliberado, circunscrito a un momento y lugar determinado, en el que las limitaciones formales e informales son importantes para el desarrollo de la capacidad emprendedora y la creación de nuevas empresas. La legislación sobre la actividad emprendedora, constituida por normas, leyes y organismos, hace parte de las limitaciones formales pues pueden fomentar o inhibir la propensión de una nación o región a crear nuevas empresas (Benetti, 1999).

2.4.4 Teoría del valor. Para Marx y otros autores que le anteceden como Smith y Ricardo, el trabajo es el único que produce el valor. La teoría del valor está compuesta por principios que describen las relaciones que se presentan en un sistema económico y que se manifiestan exclusivamente en magnitudes, es decir, que se pueden expresar de manera cuantitativa. Así, con la condición de la existencia de un conjunto de individuos en relación con una lista de bienes dados a priori, la teoría del valor busca asociar valores o precios a estos bienes conocidos. Para la creación de la fábrica de estribos para la construcción de edificaciones y obras civiles la teoría del valor resulta muy importante y aplicativa, sin embargo la teoría económica y administrativa también sirve de base para el desarrollo del proyecto (Cataño, 1991).

2.4.5 Teoría de la Empresa. Estudio del comportamiento de las organizaciones empresariales, de cómo compran las materias primas, de las técnicas de producción, de las cantidades que producen y de cómo fijan los precios. La teoría tradicional supone que la empresa pretende maximizar beneficios. Las interpretaciones más recientes intentan tener en cuenta las complejas características de las empresas modernas, que suelen tener varias líneas de producción y en las que asumir decisiones se logra, en mayor o menor medida de forma descentralizada. Así, según las concepciones modernas, las empresas prefieren aplazar el objetivo de la maximización de ganancias para lograr beneficios satisfactorios e intentan maximizar las ventas o el crecimiento de la empresa.

La teoría basada en el comportamiento de la empresa reconoce que en las grandes compañías es inevitable que existan conflictos entre individuos y subgrupos, y que los objetivos de la organización dependan de las consecuencias de estos conflictos. Los defensores de esta

teoría afirman que las empresas deberían tener varios objetivos (incrementar su producción, su cuota de mercado, el valor de sus acciones, sus ventas y beneficios), y cada uno de estos objetivos un directivo responsable.

La teoría del comportamiento de las empresas parte de dos supuestos, uno es que los propietarios de las grandes empresas no tienen el control de las mismas, en otras palabras, serían los directivos de las empresas, y no los accionistas, los que imponen los objetivos reales de la empresa. El otro supuesto es que los directivos están más interesados en la producción y las ventas, por ejemplo, que en los beneficios, porque son la producción y las ventas las que demuestran su eficacia en la gestión (Mestizos.net, 2012).

2.4.6 Teoría de la Transparencia. El concepto de transparencia es considerado una condición obligatoria dentro de muchas áreas de la seguridad. Los procedimientos deben ser conocidos y claros. La transparencia no siempre es absoluta, existen pasos intermedios entre un programa completamente opaco y uno transparente. La teoría en mención se relaciona con la investigación debido a que el proceso de análisis debe hacerse de forma transparente que genere resultados óptimos (Malablanca y en botella, 2008).

2.4.7 Ley de la oferta y la demanda. Describe la interacción en el comercio de un determinado bien, en relación con el valor y las ventas de dicho bien. El modelo establece que en un mercado libre, la cantidad de productos ofrecidos por los productores y la cantidad de productos demandados por los consumidores dependen del precio de mercado del producto. La ley de la oferta indica que la oferta es directamente proporcional al precio; cuanto más alto sea el

precio del producto, más unidades se ofrecerán a la venta. Por el contrario, la ley de la demanda indica que la demanda es inversamente proporcional al precio; cuanto más alto sea el precio, menos demandarán los consumidores. Por tanto, la oferta y la demanda hacen variar el precio del bien (Puig Oriols, 2010).

2.5 Marco legal

El proyecto se enmarcará en las siguientes bases legales:

2.5.1 Constitución Política de Colombia. Mediante el artículo 38 garantiza el derecho de: Libre asociación para el desarrollo de las distintas actividades que las personas realizan en Sociedad.

El artículo 65 indica que la producción de alimentos gozará de especial protección del Estado. Para tal efecto, se otorgará prioridad al desarrollo integral de las actividades Agrícolas, pecuarias, pesqueras, forestales y agroindustriales, así como también a la construcción de obras de infraestructura física y adecuación de tierras.

De igual manera, el Estado promoverá la investigación y la transferencia de tecnología para la producción de alimentos y materias primas de origen agropecuario, con el propósito de incrementar la productividad.

El artículo 333 establece que la actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los trámites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley.

La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades, la empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones.

El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias estimulará el desarrollo empresarial. El Estado por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional.

La ley determinará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación (República de Colombia, Constitución Política de Colombia, 2012).

2.5.2 Código del Comercio. Artículo 19. Es obligación de todo comerciante:
Matricularse en el registro mercantil. Inscribir en el registro mercantil todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exija esa formalidad.

Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales.
Conservar, con arreglo a la ley, la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades.

Denunciar ante el juez competente la cesación en el pago corriente de sus obligaciones mercantiles, y Abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal (República de Colombia, Código de Comercio, 2006).

2.5.3 Ley 09 de 1979, Código Sanitario Nacional reglamentado por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos INVIMA. El artículo 255 indica que para la elaboración de alimentos y bebidas se deberán utilizar materias primas cuyas condiciones higiénico-sanitarias permitan su correcto procesamiento. Las materias primas cumplirán con lo estipulado en la presente Ley, su reglamentación y demás normas vigentes.

El artículo 256 establece que las materias primas, envases, empaques, envolturas y productos terminados para alimentos y bebidas, se almacenarán en forma que se evite su contaminación y se asegure su correcta conservación.

Mediante el artículo 258 indica que no se permitirá reutilizar alimentos, bebidas, sobrantes de salmuera, jugos, salsas, aceites o similares, salvo en aquellos casos que el Ministerio de Salud o la autoridad delegada lo autorice porque no trae riesgos para la salud del consumidor.

Artículo 259. Los establecimientos a que se refiere este Título “Ley 09 de 1979, Código Sanitario Nacional, reglamentado por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos INVIMA”, los equipos, las bebidas, alimentos y materias primas deben protegerse contra las plagas.

Los plaguicidas y los sistemas de aplicación que se utilicen para el control de plagas en alimentos y bebidas cumplirán con la reglamentación que al efecto dicte el Ministerio de Salud.

Las reglamentaciones sobre materias primas agrícolas se establecerán conjuntamente con el Ministerio de Agricultura (Congreso de Colombia, 2011).

2.5.4 Decreto 3075 de diciembre 23 de 1997, por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 09 de 1979 y se dictan otras disposiciones. En su Artículo 2° establece definiciones así:
Alimento: Todo producto natural o artificial, elaborado o no, que ingerido aporta al organismo humano los nutrientes y la energía necesarios para el desarrollo de los procesos biológicos. Quedan incluidas en la presente definición las bebidas no alcohólicas, y aquellas sustancias con que se sazonan algunos comestibles y que se conocen con el nombre genérico de especia.

Expendio de alimentos: Es el establecimiento destinado a la venta de alimentos para consumo humano.

Fábrica de alimentos: Es el establecimiento en el cual se realice una o varias operaciones tecnológicas, ordenadas e higiénicas, destinadas a fraccionar, elaborar, producir, transformar o envasar alimentos para el consumo humano.

Higiene de los alimentos: Son el conjunto de medidas preventivas necesarias para garantizar la seguridad, limpieza y calidad de los alimentos en cualquier etapa de su manejo.

Manipulador de alimentos. Es toda persona que interviene directamente y, aunque sea en forma ocasional, en actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte y expendio de alimentos.

Materia prima: Son las sustancias naturales o artificiales, elaboradas o no, empleadas por la industria de alimentos para su utilización directa, fraccionamiento o conversión en alimentos para consumo humano.

Insumo: Comprende los ingredientes, envases y empaques de alimentos. Proceso tecnológico: Es la secuencia de etapas u operaciones que se aplican a las materias primas y demás ingredientes para obtener un alimento. Esta definición incluye la operación de envasado y embalaje del producto terminado.

Registro sanitario: Es el documento expedido por la autoridad sanitaria competente, mediante el cual se autoriza a una persona natural o jurídica para fabricar, envasar; e importar un alimento con destino al consumo humano.

El artículo 10 indica que los equipos y utensilios utilizados en el procesamiento fabricación, preparación, de alimentos dependen del tipo de alimento, materia prima o insumo, de la tecnología a emplear y de la máxima capacidad de producción prevista Todos ellos deben estar diseñados, contruidos. Instalados y mantenidos de manera que se evite la contaminación del alimento, facilite la limpieza y desinfección de sus superficies y permitan desempeñar adecuadamente el uso previsto.

El artículo 16 establece las condiciones generales para la manipulación de materias primas y demás insumos para la fabricación así como las actividades de fabricación, preparación y procesamiento, envasado y almacenamiento deben cumplir con los requisitos descritos en este capítulo, para garantizar la inocuidad y salubridad del alimento.

Artículo 17. Materias primas e insumos. Las materias primas e insumos para alimentos cumplirán con los siguientes requisitos:

- a) La recepción de materias primas debe realizarse en condiciones que eviten su contaminación, alteración y daños físicos;
- b) Las materias primas e insumos deben ser inspeccionados, previo al uso, clasificados y sometidos a análisis de laboratorio cuando así se requiera, para determinar si cumplen con las especificaciones de calidad establecidas al efecto;
- c) Las materias primas se someterán a la limpieza con agua potable u otro medio adecuado de ser requerido y a la descontaminación previa a su incorporación en las etapas sucesivas del proceso;
- d) Las materias primas conservadas por congelación que requieren ser descongeladas previo al uso, deben descongelarse a una velocidad controlada para evitar el desarrollo de microorganismos; no podrán ser recongeladas, además, se manipularán de manera que se minimice la contaminación proveniente de otras fuentes;

e) Las materias primas e insumos que requieran ser almacenadas antes de entrar a las etapas de proceso, deberán almacenarse en sitios adecuados que eviten su contaminación y alteración;

f) Los depósitos de materias primas y productos terminados ocuparán espacios independientes. Salvo en aquellos casos en que a juicio de la autoridad sanitaria competente no se presenten peligros de contaminación para los alimentos;

g) Las zonas donde se reciban o almacenen materias primas estarán separadas de las que se destinan a elaboración o envasado del producto final. La autoridad sanitaria competente podrá eximir del cumplimiento de este requisito a los establecimientos en los cuales no exista peligro de contaminación para los alimentos, inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área.

Por lo general, se estima que deben aplicarse los procedimientos y tecnologías más modernos, solución que puede ser óptima técnicamente, pero no serlo financieramente. Una de las conclusiones de este estudio es que se deberá definir la función de producción que optimice el empleo de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto. De aquí podrá obtenerse la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto.

En particular, con el estudio técnico se determinarán los requerimientos de equipos de fábrica para la operación y el monto de la inversión correspondiente. Del análisis de las

características y especificaciones técnicas de las máquinas se precisará su disposición en planta, la que a su vez permitirá dimensionar las necesidades de espacio físico para su normal operación, en consideración a las normas y principios de la administración de la producción.

La descripción del proceso productivo posibilitará, además, conocer las materias primas y los restantes insumos que demandará el proceso como ya se mencionó, y el proceso productivo se elige tanto a través del análisis técnico como económico de las alternativas existentes. La definición del tamaño del proyecto es fundamental para la determinación de las inversiones y costos que se derivan del estudio técnico (República de Colombia, Decreto 3075 de diciembre 23 de 1997, 2011)

Capítulo 3. Diseño metodológico

Se define al diseño metodológico como el esquema en el cual quedan representadas las variables de estudio y cómo van a ser tratadas en el mismo, las cuales se dan conocer a continuación, de acuerdo al tipo de tesis realizada.

3.1 Tipo de investigación

Se realizó una investigación aplicada, utilizando el método mixto (cuantitativo y cualitativo), con el fin de obtener información concreta y útil acerca de las variables necesarias que permitan alcanzar los objetivos planteados en este documento, para la creación de una empresa productora y comercializadora de uva Isabella, *vitis labrusca*, en el municipio de Ocaña, Norte de Santander. Por otra parte, se utilizaron instrumentos como la encuesta que facilitarían la recolección y complementación de la información.

3.2 Población.

Para este trabajo de grado se consideró como población objeto las fruterías que comercializan la uva Isabella, en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

3.3 Muestra

La población a considerar se puede evaluar utilizando diferentes modos estadísticos, pero después de un análisis cualitativo realizado por las autoras del presente trabajo se determinó considerar 17 fruterías de la ciudad de Ocaña, de acuerdo a las características de estas, tales como su favorable ubicación, debido a que se encuentran en la zona céntrica de Ocaña, lo que genera mayor reconocimiento; instalaciones en cuanto a la variedad y la cantidad de frutas que ofrecen, además de la higiene y el tamaño del local. A continuación en la Tabla 3, se presenta la base de datos de las fruterías a encuestar en el municipio de Ocaña.

Tabla 3.

Base de datos de las fruterías a encuestar en el municipio de Ocaña.

Nombre de la fruterías a encuestar	Ubicación
Central Fruver	Mercado publico
El emprendedor	Santa Clara
Frutas y verduras el Bodegón	Mercado publico
Frutas y verduras el Campeón	Santa Clara
Frutas y verduras Mabel	Mercado publico
Frutas y verduras Punto verde	Mercado publico
Frutería Punto de Oro	Tamaco
Fruver el Bambo	Barrio el Bambo
Fruver la gran economía	Barrio el Ramal
Fruver Ocaña	Carretero
Fruver y autoservicio la economía	Mercado publico
La huerta frutas y verduras	Mercado publico
La merced	Santa Clara
Mercado campesino	Mercado publico
Merkafruver del Norte	Santa Clara
Supermercado Diego Éxito	Barrio Landia
Supermercado Ocaña	Santa Clara

Nota. Fuente. Autores del proyecto.

3.4 Recolección de la información

La recolección de la información se inició con la formulación de un cuestionario donde se obtendrán las bases para realizar el estudio de mercados y cumplir cada uno de los objetivos planteados. Con la información obtenida se realizó la investigación correspondiente al trabajo de oficina, el cual está compuesto por todos los estudios necesarios que se describieron en la metodología.

3.5 Procesamiento y análisis de la información.

La metodología planteada consto de un estudio de campo, análisis de información de mercados, administrativa, técnicos y humanos, análisis económico, financiero y socio ambiental.

3.5.1 Estudio de campo. En este estudio se realizó encuestas a las fruterías del municipio (ver apéndice 1) y con la información recolectada se procederá a tabular y graficar toda la información de las encuestas para el desarrollo del estudio de mercados.

3.5.2 Estudio de mercados. Con la realización de las encuestas, su respectiva tabulación y análisis, se estimó la demanda, la oferta, los precios, el tipo de empaque, los canales de distribución, los mecanismos de difusión y publicidad, la estrategia publicitaria y el logotipo a establecer en la empresa uva Isabella Ocañerita S.A.S.

3.5.3 Estudio administrativo. Se evaluó el tipo de empresa más adecuada a crear, se definirán su misión, visión, objetivos, políticas y principios corporativos, valores, además se elaboró un organigrama adecuado junto al manual de funciones y procedimientos.

3.5.4 Estudio legal. Se definió la razón social, el capital, los socios, la matrícula mercantil y el registro para inscribirse ante la cámara de comercio, el registro de INVIMA, el registro de la súper intendencia de industria y comercio.

3.5.5 Estudio técnico. Con base en la información recolectada y analizada de las encuestas, se definió el tamaño del proyecto para satisfacer las necesidades actuales del consumo de uva Isabella en Ocaña. Se realizó un estudio sobre las características del suelo y condiciones climáticas propicias para el cultivo de uva Isabella. Así mismo, se especificarán las técnicas del cultivo y se determinarán los servicios públicos domiciliarios o industriales necesarios para el desarrollo de la empresa.

3.5.6 Estudios financiero y económico. Se realizó un análisis económico y financiero mediante la identificación de costos y gastos en los que se incurrió para la ejecución y puesta en marcha del proyecto, así como también el punto de equilibrio. Se proyectan estados financieros como el estado de situación financiera o balance general, estado de resultados y estado de flujo de efectivo. Se calcularon los indicadores económicos tasa interna de retorno (TIR), valor presente neto (VPN); y el indicador financiero Earnings Before Interest Taxes, Depreciation and Amortization (EBITDA) para evaluar posibles formas de financiación e inversión en activos fijos.

3.5.7 Estudio socio ambiental. Por último, se realizó la evaluación del impacto ambiental de la empresa con el fin de determinar que afectación o daño ambiental puede traer la puesta en marcha del proyecto, al igual que los benéficos sociales que esta puede ocasionar a la comunidad como la generación de empleo.

Capítulo 4. Presentación de resultados

Este capítulo está conformado por la presentación de los resultados del trabajo de campo los cuales se revelan mediante tablas y el análisis en cada uno de los estudios propuestos para este proyecto, identificados como estudio de mercados, estudio administrativo y legal, estudio técnico, estudio financiero, estudio económico y por último estudio socio ambiental; todos ellos necesarios para conocer la factibilidad para la creación de la empresa uva Isabella Ocañerita S.A.S.

4.1 Estudio de mercados

El trabajo de campo llevado a cabo mediante una encuesta fue aplicado a la totalidad de la muestra encontrando los resultados que se describen a continuación. Como primera medida, se conoció que las 17 fruterías ocañeras escogidas, efectivamente, venden uva Isabella en sus establecimientos de comercio como se aprecia en la tabla 4.

Tabla 4.

Cantidad de fruterías encuestadas que venden uva Isabella en su establecimiento comercial.

OPCION DE RESPUESTA	CANTIDAD DE FRUTERIAS QUE VENDEN UVA ISABELLA	REPRESENTACION PORCENTUAL DE LAS FRUTERIAS QUE VENDEN UVA ISABELLA
Si	17	100%
No	0	0%
TOTAL	17	100%

Nota. Fuente: Autores del proyecto.

Tabla 5.

Tipos de uva más vendidas en Ocaña según las fruterías encuestadas.

TIPOS DE UVAS VENDIDAS	PORCENTAJE DE LOS TIPOS DE UVAS VENDIDAS
Uva Isabella, combinada y Redglobe	12%
Uva Isabella, Redglobe, Chilena y verde	6%
Uva Isabella y peruana	24%
Uva Isabella, Americana y combinada	12%
Uva Isabella, Americana y Chilena	24%
Uva Isabella, Peruana, Verde, Americana, Combinada, Chilena	6%
Uva Isabella, Americana y Redglobe	6%
Uva Isabella, Peruana, Verde, Americana, Redglobe, Combinada, Sai, Sin semilla, chile	6%
Uva Isabella y combinada	6%
TOTAL	100%

Nota. Nota. Fuente: Autores del proyecto.

Por otra parte, la encuesta permitió saber cuáles son los tipos de uva Isabella más vendidas en Ocaña. Según la Tabla 5, las uvas más vendidas en Ocaña son la uva Isabella americana y chilena, y la uva Isabella peruana representada por un 24%, seguida de la uva Isabella americana y combinada, y combinada y redglobe con un 12% de participación sobre los otros tipos de uva.

Tabla 6.

Frecuencia con la que las fruterías ocañeras venden la uva Isabella en bandeja.

FRECUENCIA DE VENTA	CANTIDAD DE FRUTERIAS EN EL MUNICIPIO DE OCAÑA	PORCENTAJE DE VENTA DE UVA ISABELLA EN LASFRUTERIAS
Diario	17	100%
Semanal	0	0%
Quincenal	0	0%
Mensual	0	0%
Otro, ¿Cuál?	0	0%
TOTAL	17	100%

Nota. Fuente: Autores del proyecto.

Por medio de la Tabla 6, se pudo conocer que la frecuencia con la que las fruterías venden la uva Isabella es diariamente, lo que representa un porcentaje del 100% en cuanto a ventas diariamente dejando entrever que la uva Isabella cuenta con una demanda considerable debido a que es muy apetecida por el consumidor final.

Tabla 7.

Forma preferida por las fruterías, objeto de estudio, para comprar uva Isabella.

UNIDAD DE PRESENTACION	CANTIDAD DE FRUTERIAS QUE COMPRAN UVA ISABELLA	PORCENTAJE DE COMPRA DE UVA ISABELLA EN LAS FRUTERIAS
Gramos	0	0%
Kilos	1	6%
Libras	0	0%
Cajas	16	94%
Otro, ¿Cuál?	0	0%
TOTAL	17	100%

Nota. Fuente: Autores del proyecto.

Por medio de la encuesta se pudo conocer que la forma en que las fruterías compran la uva Isabella a los proveedores, como se observa en la Tabla 7 es en cajas con un porcentaje del 94%, debido a que es transportada desde ciudades muy lejanas del municipio de Ocaña y se necesita mantener preservada y en buenas condiciones para ser vendida.

Tabla 8.

Ciudades proveedoras de uva Isabella en las fruterías de Ocaña.

PROVEEDORES DE UVA ISABELLA	CANTIDAD DE FRUTERIAS QUE COMPRAN UVA ISABELLA	PORCENTAJE DEL PROVEEDOR QUE MANEJAN LAS FRUTERIAS
Bucaramanga	16	94%
Otros (Bogotá)	1	6%
TOTAL	17	100%

Nota. Fuente: Autores del proyecto.

Otro de los resultados de la encuesta, permitió determinar que las ciudades desde las cuales se proveen las fruterías ocañeras que comercializan la uva Isabella es la ciudad de Bucaramanga, considerando que éste a su vez se provee de la uva Isabella que se produce en los departamentos del Huila y Valle del Cauca y la distribuye a las regiones aledañas.

Tabla 9.

Presentación más utilizada para vender la uva Isabella en las fruterías del municipio de Ocaña.

UNIDAD DE PRESENTACION	CANTIDAD DE FRUTERIAS QUE COMPRAN UVA ISABELLA	PORCENTAJE DE COMPRA DE UVA ISABELLA EN LAS FRUTERIAS
Bolsa de polietileno	0	0%
Bandeja de icopor	17	100%
Canasta de plástico	0	0%
otros	0	0%
TOTAL	17	100%

Nota. Fuente: Autores del proyecto.

La bandeja de uva de 500 gr en icopor, es entonces la presentación más utilizada para vender la uva Isabella en las fruterías de Ocaña con un porcentaje del 100%, logrando que la uva este en mejores condiciones de conservación, apariencia y presentación al momento de su consumo. Esta información se puede apreciar en la Tabla 9 y también constituye uno de los resultados del trabajo de campo.

Tabla 10.

Rango de precios que manejan las fruterías de Ocaña al vender la Uva Isabella por bandeja.

UNIDAD DE PRESENTACION	CANTIDAD DE FRUTERIAS QUE COMPRAN UVA ISABELLA	PORCENTAJE DE COMPRA DE UVA ISABELLA EN LAS FRUTERIAS
1500 a 2000	17	100%
2000 a 2500	10	0%
2500 a 3000	0	0%
Otros precios	0	0%

TOTAL	17	100%
--------------	-----------	-------------

Nota. Fuente: Autores del proyecto.

Cada bandeja de uva Isabella se encuentra actualmente en el mercado, según resultados de la encuesta, en un rango de \$1,500 y \$2,000 por bandeja de uva como se evidencia en la Tabla 10. En consecuencia las fruterías tienen en cuenta como características predominantes a la hora de comprar la uva las que se observan en la figura 2.



Figura 2. Características predominantes que tienen en cuenta las fruterías Ocañeras al momento de la comprar uva Isabella.

Fuente: Autores del proyecto.

El 100% de la muestra indicó que una de las características más relevantes por las que compran uva Isabella es la calidad; otra de ellas es el precio y el tamaño del producto determinados cada uno por el 60% de los encuestados.

Tabla 11.

Formas de pago que utilizan las fruterías en el municipio de Ocaña con sus proveedores de uva Isabella.

FORMAS DE PAGO	CANTIDAD DE FRUTERIAS EN EL MUNICIPIO DE OCAÑA	PORCENTAJE DE COMPRA DE UVA ISABELLA EN LASFRUTERIAS
Contado	16	94% %
Crédito	0	0%
Credicontado	1	6%
Otros	0	0%
TOTAL	17	100%

Nota. Fuente: Autores del proyecto

La compra de uva Isabella por parte de las fruterías en el municipio de Ocaña es cancelada, a los proveedores, de contado (Tabla 11) pues el 89% de las fruterías lo hace de esta forma. Sin embargo, un 6% de las fruterías cancelan a crédito lo que significa que la mayoría de vendedores pagan de manera inmediata y son muy pocos los que se endeudan, de acuerdo a la gran cantidad de productos que adquieren.

Tabla 12.

Aceptación de las fruterías de crear una empresa de uva Isabella en el municipio de Ocaña.

PROVEDORES DE UVA ISABELLA	CANTIDAD DE FRUTERIAS QUE COMPRAN UVA ISABELLA	PORCENTAJE DEL PROVEDOR QUE MANEJAN LASFRUTERIAS
Si	17	100%
No	0	0%
TOTAL	17	100%

Nota: Fuente. Autores del proyecto

Finalmente, las fruterías encuestadas manifestaron estar de acuerdo con que se cree una empresa productora y comercializadora de uva Isabella en el municipio de Ocaña; que los provea

de este producto en condiciones de excelente calidad, frescura y precio, ya que no resultaría tan costoso comprarla a otras ciudades porque estaría aquí mismo en la región.

A través de la Tabla 13 se puede analizar la aceptación que tienen las 12 fruterías del municipio de Ocaña al momento de crear una empresa productora y comercializadora de Uva Isabella.

4.1.1 Análisis de la demanda. La demanda para el proyecto está dada por la muestra, es decir 17 fruterías del municipio de Ocaña, que actualmente venden uva Isabella y sobre las cuales se adelantó la investigación de mercados.

4.1.2 Demanda actual. Con base a la información recolectada en las encuestadas se logró determinar que la actual demanda de uva Isabella en las 17 fruterías es de 70 cajas por semana.

4.1.3 Proyección de la demanda. En las Tablas 13,14 y 15 presentadas a continuación se proyectaron la venta de cajas de uva Isabella de manera semanal, mensual y anual, con base en la compra de uva Isabella que actualmente realizan las 17 fruterías del municipio de Ocaña.

Se calculó el punto medio, el cual es la suma del rango de cajas de uvas vendidas para luego dividirse entre dos, el consumo se realiza multiplicando el punto medio por el número de fruterías encuestadas, para finalizar con el porcentaje que al sumarse debe dar el 100% y luego sacar los totales de cada columna.

Tabla 13.*Proyección de venta semanal de cajas de uva Isabella.*

Cantidad de fruterías	Ventas estimadas	Venta total de Uva Isabella por cajas
10	2 cajas	20
2	5 cajas	10
5	8 cajas	40
TOTAL		70

Nota: Fuente. Autores del proyecto

De la Tabla 13, se proyecta la venta de 20 cajas a 10 fruterías; 10 cajas a 2 fruterías y 40 cajas a 5 fruterías, dando un total de 70 cajas de uvas proyectadas a vender semanalmente en las fruterías objeto del estudio.

Tabla 14.*Proyección de venta mensual de cajas de uva Isabella.*

Cantidad de fruterías	Ventas estimadas (4,3)	Venta total de Uva Isabella por cajas
10	2 cajas	86
2	5 Cajas	44
5	8 Cajas	173
TOTAL		304

Nota. Fuente. Autores del proyecto

En la Tabla 14 presentada anteriormente se estableció de forma mensual la venta de cajas de uva Isabella, donde observamos que 80 cajas serán vendidas a 10 fruterías, 40 cajas a 2 fruterías y 160 cajas a 5 frutería, dando un total de 280 cajas de uvas proyectadas a vender por mes en las fruterías objeto de estudio.

Tabla 15.*Venta anual de uva Isabella en el municipio de Ocaña.*

Cantidad de fruterías	Ventas estimadas	Venta total de Uva Isabella por cajas
17	15 Cajas	70*52(semanas) =3640

Nota. Fuente. Autores del proyecto

Con los resultados de la Tabla 15 se llega a un estimativo de consumo anual de 3,640 cajas de uva Isabella por parte de las fruterías encuestadas, determinando que 10 fruterías venderían 960 cajas, 2 fruterías venderías 480 cajas y 5 fruterías venderían 1,920 cajas de uva.

4.1.4 Análisis de la oferta. La empresa productora y comercializadora de Uva Isabella Ocañerita S.A.S planea cultivar 30 metros cuadrados de hectárea, donde estará conformada por 10 plántulas teniendo en cuenta la información proporcionada por el Manual Técnico de la uva, el cual dice que la siembra se debe realizar de forma rectangular con una distancia de 3 metros por 3 metros entre plántulas y que una hectárea mide 10,000 metros cuadrados arrojando una producción de 18,000 toneladas por hectárea, donde estas toneladas fueron convertidas en libras y luego se realizó una regla de tres, además de un margen de error que permitiera obtener la producción de 91,000 libras anuales de uva Isabella para cubrir la demanda proyectada, la cual se pudo conocer por medio de la encuesta realizada. Todo esto se puede observar en la Tabla 16 presentada a continuación.

Tabla 16.*Análisis de la oferta actual proyectada.*

Oferta actual			
Compra (en cajas)	Libras	Toneladas	Metros cuadrados
3,640	91,000	54	30 metros
OFERTA PROYECTADA			
Compra (en cajas)	Libras	Toneladas	Metros cuadrados
3,640	91,000	54	30 metros

Nota. Fuente. Autores del proyecto

4.1.5 Análisis de la situación actual de la competencia. La principal competencia para la creación de la empresa “Uva Isabella Ocañerita S.A.S”, en el municipio de Ocaña son las empresas productoras del Huila y Valle del Cauca, las cuales distribuyen la uva Isabella a las diferentes ciudades del país, donde estas se encargan de distribuirlas a las regiones aledañas como es el caso de Bucaramanga que es el principal comercializador del municipio de Ocaña, información que se pudo obtener por medio de las encuestas realizadas a las fruterías seleccionadas del municipio.

La presentación en la cual viene la uva Isabella es una bandeja de icopor, la cual se encuentra forrada en plástico polietileno para que la uva se encuentre fresca y en mejores condiciones al momento de ser vendida, también cuenta con un tamaño de 500 grs por bandeja y tiene un costo de venta por bandeja entre **\$1,500** y **\$2,000**, es decir el precio que pagan los clientes por una bandeja de uva.

4.1.6 Fijación de precios. Con base en los precios de venta conocidos a través de la encuesta, los precios de la competencia y los costos en los que se incurren durante el proceso de producción y comercialización de la uva Isabella en el municipio de Ocaña, los precios que se han fijado se relacionan en la Tabla 17.

Tabla 17.

Fijación de precios de Uva Isabella Ocañerita S.A.S.

Presentación	Precio
Caja * 25 bandejas de uva	\$ 45,000
Bandeja * 500 gramos	\$ 1,800

Nota. Fuente. Autores del proyecto.

4.1.7 Empaque. Para la venta de la uva Isabella en la empresa uva Isabella Ocañerita S.A.S para el empaque como se observa en la Figura 3, se utilizará plástico polietileno expandido en lo cual la uva Isabella estará protegida, fresca y en muy buena calidad la uva Isabella, además de una etiqueta que logrará que el producto sea único y atractivo, donde luego de realizar este proceso será transportada en canastas platicas a las diferentes fruterías del municipio.



Figura 3. Representación gráfica de la bandeja de icopor de material polietileno expandido para empacar la uva Isabella.

Fuente:<https://www.google.com.co/search?q=nombre+cientifico+de+bandeja+de+icopor&tbs=i sch&tbs=rimg>:

4.1.8 Canales de distribución. En la empresa uva Isabella Ocañerita S.A.S, se utilizará un canal directo de distribución PRODUCTOR- COMPRADOR los cuales son los siguientes: el productor y proveedor será la empresa productora y comercializadora uva Isabella Ocañerita S.A.S y los COMPRADORES las 17 fruterías del municipio de Ocaña, objeto de estudio, adicionalmente de las tiendas de barrio y los supermercados. Lo anterior se observa en la figura 4

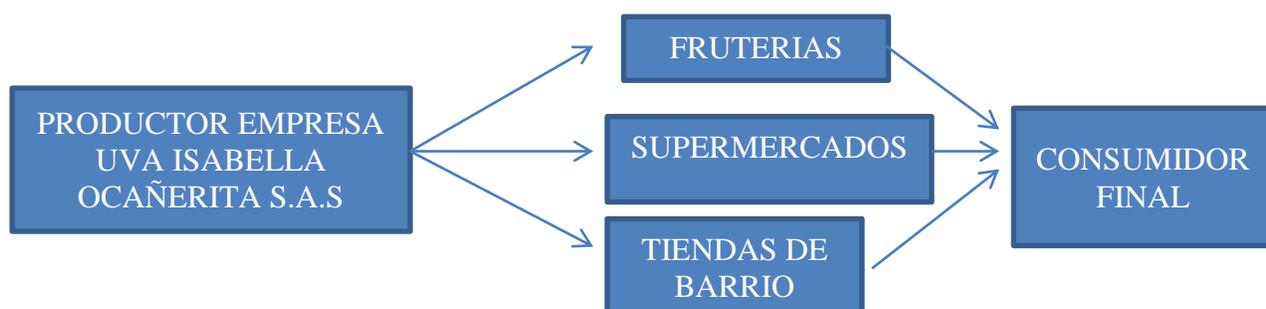


Figura 4. Canales de distribución de la uva Isabella.

Fuente. Autores del proyecto.

4.1.9 Mecanismos de difusión y publicidad. Para impulsar y dar a conocer la empresa productora y comercializadora de uva Isabella Ocañerita S.A.S en el mercado, se utilizarán los medios publicitarios como la radio, la televisión y los volantes, como el que se muestra en la Figura 5, implementando mensajes claros, precisos y sencillos de manera que el cliente pueda generar recordación de la empresa uva Isabella Ocaña S.A.S, ya que estos medios tienen mayor audiencia en la localidad permitiendo una mayor difusión del producto en el mercado y a medida de los requerimientos del mercado se utilizarán otros medios como carteles, visitas y avisos en el periódico local.

“Uva Isabella Ocañerita S.A.S”

Es una empresa que llega a Ocaña a ofrecer un producto fresco y de alta calidad, siendo totalmente orgánico y beneficioso para su salud.



Estamos ubicados en la Avenida Circunvalar.

• **CONTACTENOS: 315 477 0022 - 5624455**

**De lunes a viernes de 08:00 am a 12:00 m y de
02:00 pm a 05:00 pm**

Figura 5. Volante promocional de la empresa Uva Isabella Ocañerita S.A.S.

Fuente. Autores del proyecto.

Selección de Medios. Los medios publicitarios más adecuados de acuerdo al presupuesto e inicio de la empresa productora y comercializadora de uva Isabella Ocañerita S.A.S en el municipio de Ocaña son:

Radio. Para esta publicidad se eligió la emisora sabrosa estéreo, porque es el medio publicitario que más audiencia tiene, además de eso cuenta con un precio asequible de \$320,000 pesos con cinco pautas diarias de lunes a viernes en un horario de 8:00 am a 6:00 pm, las pautas se presentaran en diferentes momentos del día.

Realización de una página web. Se contará con una página web empresarial así como también la apertura de cuentas en redes sociales como Facebook, Instagram y twitter.

Degustaciones de Uva Isabella. Esta estrategia de publicidad tiene como objetivo invitar a un grupo de personas en este caso las fruterías para que degusten el nuevo producto durante la primera semana de su lanzamiento.

Volantes. Se timbrarán 1,000 volantes de una tinta para el lanzamiento de la empresa y el producto al mercado.

Considerando lo anterior los costos totales en los que se incurrirán por concepto de difusión y publicidad se describen en la Tabla 18.

Tabla 18.

Costos totales presupuestados por concepto de difusión y publicidad.

Publicidad	Periodo	Cantidad	Unidad de medida	Valor unitario	Total
Radio	1 mes	1 COMBO	5 pautas	64	\$320,000
Volantes	1 mes	PAQUETES	1,000 UNI	25	\$25,000
Creación de una página web	15 días	1 SOLA VEZ	350	23,3	\$350,000

Tabla 18. (Continuación)

Degustaciones de Uva Isabella	1 mes	1 SOLA VEZ	Global	2,3	\$70,000
TOTAL					\$765,000

Nota. Fuente. Autores del proyecto

4.1.10 Logotipo. El objetivo de la empresa es hacer alusión a la uva Isabella, mediante la figura 6 de una uva colorida y elegante seguida de la expresión “Uva Isabella Ocañerita S.A.S” que logre ser atractivo para el cliente.



Figura 6. Logotipo.

Fuente. Autores del proyecto.

4.2 Estudio administrativo.

Por otra parte, se diseña una estructura organizacional para la empresa productora y comercializadora **UVA ISABELLA OCAÑERITA S.A.S** con el propósito de contar con el soporte administrativo, de modo que se pueda manejar los recursos humanos y todas sus actividades en forma eficiente teniendo como base una organización que facilite las funciones que cada integrante de la empresa debe realizar.

4.2.1 Tipo de empresa. La empresa se constituirá como una sociedad por acciones simplificadas (S.A.S), ya que se identificó que este tipo de sociedad estimula el emprendimiento debido a las facilidades y flexibilidades que posee para su constitución y funcionamiento.

La sociedad por acciones simplificadas, puede constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas. Se crea por documento privado y nace después del registro en la cámara de comercio, a menos de que los aportes iniciales incluyan bienes inmuebles se requiere de escritura pública. La empresa se regirá por las disposiciones legales estipuladas en el código de comercio y el estatuto tributario. (Notas de Clase, s.f.)

Razón social propuesta. Empresa productora y comercializadora de “**UVA ISABELLA OCAÑERITA S.A.S**”, en el municipio de Ocaña.

4.2.2 Misión. Uva Isabella Ocañerita S.A.S, es una empresa enfocada en producir y comercializar uva Isabella *vitis labrusca*, de excelente calidad y precios competitivos, contando con un personal calificado y comprometido, con el fin de generar lealtad y confianza en nuestros clientes.

4.2.3 Visión. Nuestra visión es consolidarnos como una empresa líder en la producción y comercialización de uva Isabella en la región, logrando llegar a nuevos mercados, manteniendo un nivel de exigencia, mejora continua y superando las expectativas de nuestros clientes. Apoyados en capital humano comprometido y reconocido por trabajar bajo principios de responsabilidad social.

4.2.4 Objetivos Organizacionales. Ofrecer al mercado del municipio de Ocaña, Norte de Santander la Uva Isabella de la más alta calidad.

Brindar un producto asequible, natural y fresco tanto a los clientes de la empresa uva Isabella Ocañerita S.A.S como a los consumidores finales.

Fomentar la organización, planificación, dirección, control y evaluación en las tareas específicas que contribuyen al desarrollo de la empresa.

Establecer una comunicación abierta y clara hacia los colaboradores internos de la empresa para un buen desempeño y mejoramiento continuo.

Alcanzar y mantener los más altos estándares de satisfacción al cliente en la empresa, mediante la eficacia y eficiencia de los empleados.

Proteger la seguridad del medio ambiente mediante la mejora continua de los procesos, el manejo de los residuos y las recomendaciones que se les dé a los empleados acerca del cuidado que deben tener con el medio ambiente.

4.2.5 Principios corporativos. Los principios definidos para la empresa Uva Isabella Ocañerita S.A.S. son los siguientes:

Calidad. Damos lo mejor de nosotros para garantizar un producto de calidad para satisfacer la necesidad de nuestros clientes.

Responsabilidad. Obramos con perseverancia para lograr nuestros objetivos.

Integridad. Actuamos con honestidad, para tener una buena imagen ante los clientes.

Servicio: Brindar un servicio y dirigir nuestro esfuerzo con el fin de asegurar la lealtad de los clientes.

Competitividad. El éxito de la empresa se mide en el mercado, ya que la competitividad exige conocimiento del mercado, altos estándares de calidad, conocimiento y satisfacción oportuna de las necesidades y expectativas del cliente y de un compromiso integral con la excelencia en el producto.

Productividad. Buscaremos crecimiento y desarrollo siendo esto elemental ya que la empresa debe afrontarlos, logrando niveles de productividad, que hagan en la organización actividades efectivas para su posicionamiento en el mercado.

4.2.6 Valores corporativos. Los valores de la empresa productora y comercializadora uva Isabella Ocañerita S.A.S, serán el soporte cultural organizacional que inspiren y dan el marco a la misión, visión y los objetivos.

Respeto. La organización escucha, entiende y valora a sus clientes, buscando armonía en las relaciones laborales y comerciales.

Responsabilidad social. La empresa se comportará como ciudadano corporativo y por tanto contribuirá en la medida de sus posibilidades al desarrollo socio económico de Ocaña y su región.

Compromiso. Logramos el desarrollo sostenible de la empresa, entregando lo mejor de cada uno.

Todos los miembros, estamos comprometidos a cumplir nuestras tareas, logrando que la empresa funcione eficaz y correctamente.

Confiabilidad: Es el resultado esperado de las acciones como de la información que debe ser compartida de forma oportuna y veraz para el análisis y toma de decisiones

4.2.7 Políticas organizacionales. Estas son las orientaciones que deben ser entendidas por todos los miembros de la empresa, ya que en ellas se contemplan las normas y responsabilidades de cada una de las áreas de la empresa. (Gestiopolis, s.f.)

Políticas de personal. La empresa “Uva Isabella Ocañerita S.A.S” estipula las siguientes políticas:

La requisición del personal se realizará en consenso con los accionistas, por tratarse de una empresa pequeña, basado en los principios y valores de la organización promoviendo, con especial énfasis, la inclusión social. El recurso humano para la atención directa será escogido bajo criterios estipulados por los socios de la empresa en especial madres cabezas de hogar.

Posteriormente se realizará el reclutamiento de personal mediante la recepción de hojas de vida a través de bolsas de empleo reconocidas como la del SENA y la Cámara de Comercio y/o de manera física en las instalaciones de la empresa

Toda persona que aspire a un cargo en Uva Isabella Ocañerita S.A.S, debe pasar por un previo proceso de selección previamente definido al interior de la empresa luego del cual se procederá a la contratación.

Las personas contratadas deberán ser capacitadas tanto de sus funciones como de los objetivos, misión y visión organizacionales para encaminar su trabajo a la consecución de los mismos alineados, en lo posible, con sus objetivos personales.

La relación laboral estará regida por el Código sustantivo de trabajo, donde su finalidad primordial es lograr la justicia en las relaciones que surgen entre empleadores y trabajadores, dentro de un espíritu de coordinación económica y equilibrio social.

Políticas de ventas. La empresa uva Isabella Ocañerita S.A.S ofrecerá envío de muestras a las diferentes fruterías antes de realizar la orden de pedido para que así los clientes conozcan el producto y tengan confianza al momento de comprarlo.

La empresa contará con la elaboración de cotizaciones para informar acerca del precio, cantidad, etc del producto ofrecido; y tendrán una vigencia de 30 días calendario, período dentro del cual deberá formalizarse la solicitud del producto.

Las ventas del producto deben realizarse en efectivo y de contado; sólo en algunas ocasiones dependiendo de la cantidad de producto solicitado por el cliente se le dará un plazo de 15 a 30 días, máximo, para realizar el pago correspondiente.

Todos los precios de los productos que se indican a través de la página web incluyen el IVA. No obstante, estos precios no incluyen los gastos correspondientes al envío de los productos, que se detallan aparte y deben ser aceptados por el Cliente.

En la empresa uva Isabella Ocañerita S.A.S se manejará una facturación manual, debido a que esta forma es más sencilla para los vendedores al momento de entregar los pedidos o realizar la venta momentánea a las diferentes fruterías del municipio de Ocaña.

La empresa se compromete a entregar el producto en perfecto estado en la dirección que el cliente señale, con el fin de optimizar la entrega, se le agradece al cliente que indique una dirección en la cual el pedido pueda ser entregado dentro del horario laboral habitual.

La empresa hará todo lo posible por complacer a todos sus Clientes en la demanda de los productos. Una vez comprado el producto no se devolverá dinero en caso que éste no haya llegado a su término tendrá su garantía por razones que no cumpla la empresa en cuanto a su calidad, vencimiento, daños y se procederá a la devolución del producto, el producto debe estar en el mismo estado en que se entregó y deberá conservar su embalaje y etiquetado original.

Políticas de compras. Revisar los requerimientos de compras que se necesiten en la empresa Uva Isabella Ocañerita S.A.S de acuerdo con el presupuesto que requiere la empresa ayudando a que no haya pérdidas.

La empresa cancelará materias primas y demás gastos en los que incurra para la producción de uva Isabella, cómo mínimo en 30 días calendario.

Los pagos se realizarán con cheque, transferencia bancaria o consignación a la cuenta inscrita del proveedor al momento de la negociación

Realizar inventario una vez recibido los insumos mediante un acta de recepción interna.

Los proveedores con los que se firme alianza comercial deberán suministrar Registro Único Tributario (RUT), certificado de Cámara de Comercio y certificado de cuenta bancaria expedidas con no más de 30 días de antigüedad para ser registrados en el sistema de información de la empresa; con el fin de mantener actualizados los datos de dichos proveedores para efectos tributarios.

Políticas de calidad. Trabajar bajo las normas ISO 9001 de gestión de calidad para obtener un mejoramiento continuo, mediante la implementación de esta norma, ya que ayuda a gestionar y controlar de manera eficaz la calidad en todos los procesos.

Distribuir la uva Isabella en las mejores condiciones siendo un producto fresco, natural y sin conservantes para satisfacer las necesidades del consumidor y así ofrecer un producto orgánico en el mercado.

Incorporación del ciclo PHVA (Es el Ciclo de Mejora Continua),donde sus siglas significan Planear, Hacer, Verificar y Actuar ya que este se encarga reducir costos, optimizar la productividad, incrementar la rentabilidad, logrando de manera continua, progresiva y constante todos estos beneficios.

Política Ambiental. Velar por el uso racional de los recursos naturales, y prevenir y controlar los aspectos ambientales, para reducir los impactos negativos sobre el medio ambiente.

Controlar los residuos sólidos que se presenten en cuanto a la producción de la Uva Isabella, ya que ayuda a generar una conciencia de reducción de residuos sólidos, comúnmente conocidos como basura pues su manejo inadecuado provoca grandes problemas ambientales y de salud.

Controlar el manejo de agua que se presenta en la producción, en este caso el agua de riego, implementando un reciclador de agua, para ello necesitamos un sistema automatizado eficiente, como un generador de ozono o similares.

Política de Seguridad de los alimentos. Generar confianza a los consumidores, suministrando alimentos seguros, por medio de la inocuidad alimentaria, ya que ayudaría a preservar la calidad de los alimentos para prevenir la contaminación y las enfermedades transmitidas por el consumo de alimentos mediante la obtención de certificado de buenas prácticas y manipulación de alimentos.

4.2.8 Organigrama. En la figura 7, se presenta el organigrama a establecer en la empresa Ocañerita S.A.S, el cual estará conformado por el gerente administrativo a su cargo una secretaria y el contador y por otra parte también se contara con supervisor quien va a tener a su cargo dos operarios, un vendedor.

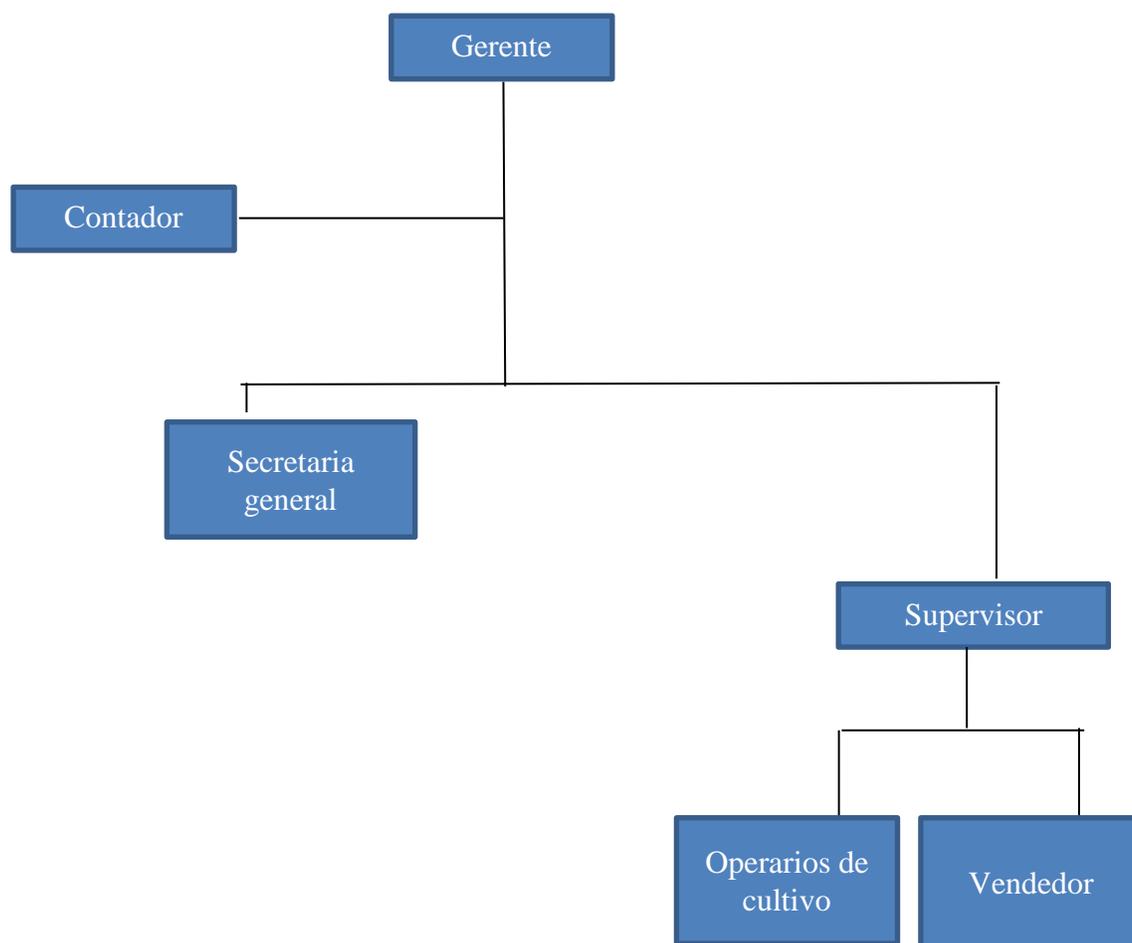


Figura 7. Organigrama empresa uva Isabella Ocañerita S.A.S.

Fuente: Autores del proyecto.

4.2.9 Manual de funciones. Es un instrumento o herramienta de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada empleado de la empresa uva Isabella Ocañerita S.A.S en sus actividades cotidianas y fue elaborado técnicamente basándose en los respectivos procedimientos, sistemas y normas, los cuales son presentados a continuación.

Tabla 19.

Manual de funciones del gerente de la empresa uva Isabella Ocañerita S.A.S.

Manual de funciones del gerente	
Identificación del cargo	
Nombre del cargo: Gerente.	Número de cargos: 1
Jefe Inmediato: Jefe de socios.	Dependencia: Gerencia.
Información del cargo	
Dirigir, coordinar y supervisar las actividades administrativas y de apoyo para garantizar el normal funcionamiento de la Empresa y actuar como representación legal de la misma en todos los eventos y actos que lo requiera.	
Descripción de funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Representar legalmente a la empresa. • Tener iniciativas para la excelente evaluación en la elaboración del producto y comercialización del mismo. • Dar órdenes e instrucciones que exija la buena marcha de la empresa. • Cumplir y hacer cumplir oportunamente los requisitos o exigencias legales que se relacionen con el funcionamiento y actividades de la empresa. • Evaluar al personal. • Responder por la custodia y seguridad de los bienes de la empresa. • Acordar fechas de pago para las obligaciones de la empresa. • Redactar y calcular las cotizaciones y otros documentos. • Elaborar programas de motivación para el personal de la empresa. • Aprobar las cuentas para los pagos. • Cumplir las demás funciones que le sean propias de acuerdo con la ley. 	
Perfil requerido	
Educación (Estudios aprobados)	Experiencia Laboral
Profesional en el área administrativa, Ingeniero Industrial o administrador de empresas.	1 año como mínimo en cargos similares.
Análisis del cargo	
Exigencias del cargo	
DE RESPONSABILIDAD	Por supervisión: Verificar que sus subalternos cumplan con eficiencia sus labores, en la búsqueda de la satisfacción del cliente.
	Por procesos: En la coordinación de las etapas del cumplimiento de las funciones a cumplir por los demás empleados de la empresa, informes sobre el funcionamiento de la empresa, atender a los clientes dentro y fuera de la empresa.
	Mental: Requiere esfuerzo mental alto, debido a la concentración que se necesita para asignar funciones, rendir informes, solucionar problemas y tomar de decisiones.

Tabla 19. (Continuación)

DE ESFUERZO	<p>Visual: Esfuerzo visual permanente al observar los comportamientos, presentación, colaboración y participación de los funcionarios para con la empresa, revisar informes de servicios prestados y gasto de insumos.</p> <p>Físico: Permanece la mayor parte del tiempo Sentado.</p>
DE HABILIDAD	<p>Intelectual e iniciativa: Requiere habilidad intelectual e iniciativa para la toma de decisiones y generar estrategias que permitan el buen desempeño de la empresa Uva Isabella Ocañerita S.A.S.</p> <p>Manual: En el manejo de la documentación propia de la empresa.</p>

Nota. Fuente. Autores del proyecto

Tabla 20.

Manual de funciones del contador de la empresa uva Isabella Ocañerita S.A.S.

Manual de funciones del Contador publico	
Identificación del cargo	
Nombre del cargo: Contador Público.	Dependencia: Gerencia.
Jefe de inmediato: Gerente General	Número de cargos: 1
Información del cargo	
<p>Crear de manera efectiva de datos completos, en entornos de datos distribuidos de medianos a grandes, conformado por integración de datos del cliente proporcionando un nivel de acceso simplificado a las aplicaciones corporativas.</p>	
Descripción de funciones	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera de conformidad con el plan de cuentas establecido para Fondos de Empleados. 2. Preparar y certificar los estados financieros de fin de ejercicio con sus correspondientes notas, de conformidad con lo establecido en las normas vigentes. 3. Asesorar a la Gerencia y a la Junta Directiva en asuntos relacionados con el cargo, así como a toda la organización en materia de control interno. 4. Llevar el archivo de su dependencia en forma organizada y oportuna, con el fin de atender los requerimientos o solicitudes de información tanto internas como externas. 5. Presentar los informes que requiera la Junta Directiva, el Gerente, el Comité de Control Social, el Revisor Fiscal y los asociados, en temas de su competencia. 6. Asesorar a los asociados en materia crediticia, cuando sea requerido. 7. Las demás que le asignen los Estatutos, reglamentos, normas que rigen para las organizaciones de Economía Solidaria. 8. Verificar los documentos contables. 9. Verificación del cálculo de impuestos. 10. Operar cualquier sistema de Contabilidad, utilizando la computadora en el proceso Contable-Financiero. 11. Asesorar en materia contable, fiscal y financiera 	

Tabla 20. (Continuación)

Perfil requerido	
Educación: (Estudios aprobado Profesional en Contaduría Pública.	Experiencia Laboral: 1 Año de experiencia.
Análisis del cargo	
Exigencias del cargo	
DE RESPONSABILIDAD	<p>Por supervisión: No realiza ningún papel como supervisor ya que este solo se encarga de Proporcionar información financiera que permita facilitar la toma de decisiones por parte de la empresa.</p> <p>Por procesos: Recopilación de datos sobre todo lo financiero, la entrada y la generación de informes.</p>
DE ESFUERZO	<p>Mental: Requiere esfuerzo mental alto, debido a la concentración que se necesita para realizar todos sus informes financieros y económico de la empresa.</p> <p>Visual: Esfuerzo visual permanente en todo lo que valla a realizar ya que sus funciones pueden ser manuales o por medio del computador.</p> <p>Físico: Permanece la mayor parte del tiempo Sentado (a).</p>
DE HABILIDAD	<p>Intelectual e iniciativa: Requiere habilidad intelectual e iniciativa Para desarrollar estrategias útiles, cuando se cuenta, se mide o se estima.</p> <p>Manual: En el manejo de la documentación propia de la empresa al realizar operaciones contables.</p>

Nota. Fuente. Autores del proyecto

Tabla 21.

Manual de funciones de la secretaria de la empresa uva Isabella Ocañerita S.A.S.

Manual de funciones de la Secretaria	
Identificación del cargo	
Nombre del Cargo: Secretaria	Dependencia: Gerencia.
Jefe Inmediato: Gerente	Número de Cargos: 1

Tabla 21. (Continuación)

Información del cargo

Aplicando las técnicas secretariales, de igual manera en la recepción y despedida del cliente, haciendo que se sienta cómodo, proporcionando la información requerida por el mismo, a fin de lograr un eficaz y eficiente desempeño acorde con los objetivos de la empresa.

Descripción de funciones

- Revisar diariamente las tareas asignadas y darles cumplimiento.
 - Cuidar los elementos, materiales y equipos a su cargo.
 - Mantener actualizado y ordenado el sistema de archivos.
 - Recibir, registrar la correspondencia y hacer seguimiento de ella.
 - Transcribir, redactar, enviar cartas, informes, documentos y otros que se requieran para el funcionamiento de la organización.
 - Mantener actualizada la información contable de la empresa.
 - Realizar la nómina quincenalmente.
 - Proporcionar una atención oportuna y efectiva a los clientes.
 - Otras que le asigne el jefe inmediato y que por naturaleza tengan relación con el cargo.
-

Perfil requerido

Educación (Estudios aprobados)

Experiencia Laboral

Secretaría en otras empresas o establecimientos.

6 meses como mínimo.

Análisis del cargo

Exigencias del cargo

Por contacto: Para dar y recibir información de personas internas y externas de la empresa. Manejo adecuado de los secretos de la empresa.

DE RESPONSABILIDAD

Por procesos: Responde por la información sobre citaciones, reuniones de los asociados, gerente, demás empleados y las que deban darse al público en general.

Por materiales: Responde por los equipos que utiliza en su labor, escritorio, computador, sumadora, sellos y muebles asignados.

Por manejo al servicio: Revisión de la satisfacción del cliente por los servicios ofrecidos.

Mental: En la ejecución de cartas e informes, solución de inconvenientes, presentados al realizar las labores propias de su trabajo y toma de decisiones.

DE ESFUERZO	<p>Visual: Esfuerzo visual permanente en la preparación de la correspondencia y manejo de computadores.</p> <hr/> <p>Físico: Permanece la mayor parte del tiempo Sentada, ejecuta movimientos suaves, esporádicamente transporta o desplaza equipos que no requieren de gran esfuerzo físico.</p> <hr/> <p>Intelectual e iniciativa: Concentración, capacidad de análisis y síntesis, exactitud, expresión escrita, planeación de actividades. Con frecuencia toma pequeñas decisiones siguiendo los lineamientos de la empresa.</p> <hr/> <p>Manual: Permanece la mayor parte del tiempo sentada, ejecuta movimientos sencillos como coger, alcanzar, traer; actividades propias de las labores a cumplir.</p>
DE HABILIDAD	

Nota: Fuente. Autores del proyecto

Tabla 22.

Manual de funciones del supervisor de la empresa uva Isabella Ocañerita S.A.S.

Manual de funciones del Supervisor	
Identificación del cargo	
Nombre del cargo: Supervisor de producción.	Número de cargos: 1
Jefe inmediato: Gerente de producción.	Dependencia: Producción.
Información del cargo	
Velar por el cumplimiento de las especificaciones del producto por parte de los operarios cuando realizan su función y Cumplir con los objetivos de producción, tanto en calidad, cantidad y tiempo, así como verificar el uso adecuado de la maquinaria y equipo asignado al personal.	
Descripción de funciones	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Verificar asistencia del personal a su cargo. 2. Recopilar información. 3. Toma y análisis del horario. 4. Analizar el cumplimiento de las metas diarias 5. Tomar las medidas necesarias para cumplir con las metas de producción. 6. Balancear las operaciones en las líneas de producción. 7. Elaborar reportes de avance de corte e informar al gerente general de producción. 8. Motivar a los operarios. 9. Cumplir con las metas de producción diariamente 10. Solicitar personal cuando hagan falta. 11. Checar especificaciones 	
Perfil requerido	
Educación: (Estudios aprobados)	Experiencia laboral
Profesional en áreas administrativas	1 Año de experiencia.
ANÁLISIS DEL CARGO	
Exigencias del cargo	

Tabla 22. (Continuación)

DE RESPONSABILIDAD	<p>Por supervisión: Su mayor esfuerzo y especialidad es en esta etapa ya que su objetivo principal es inspeccionar y que todo esté en su orden.</p> <p>Por procesos: Proyectar Se debe programar o planificar el trabajo del día, establecer la prioridad y el orden.</p> <p>-Dirigir: Esta función comprende la delegación de autoridad y la toma de decisiones.</p> <p>- Controlar: debe evaluar constantemente para detectar en qué grado los planes se están obteniendo por él o por la dirección de la empresa.</p>
DE ESFUERZO	<p>Mental: Requiere esfuerzo mental alto, debido a la concentración que se necesita para poder dirigir y controlar lo que no esté a favor de la empresa.</p>
DE HABILIDAD	<p>Visual: Esfuerzo visual permanente al observar los comportamientos, participación de los funcionarios para con la empresa</p> <p>Físico: Lo puede realizar de las dos maneras, sentado o parada, no exige su postura.</p> <p>Intelectual e iniciativa: Requiere habilidad intelectual e iniciativa para apoyo a los operarios y generar estrategias que permitan el buen desempeño de estos.</p> <p>Manual: En el manejo documentaciones que necesita realizar en cuanto a su labor.</p>

Nota. Fuente. Autores del proyecto

Tabla 23.

Manual de funciones del vendedor de la empresa uva Isabella Ocañerita S.A.S.

Manual de funciones del vendedor	
Identificación del cargo	
Nombre del Cargo: Vendedor	Dependencia: Gerencia.
Jefe Inmediato: Gerente	Número de Cargos: 2
Información del cargo	
Satisfacer las necesidades del cliente, a través de un saludo cordial, una atención, preocupación y seguimiento constante durante el proceso de venta	
Descripción de funciones	

Tabla 23. (Continuación)

<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con el horario asignado. • Revisar diariamente las tareas asignadas y darles cumplimiento. • Cuidar los elementos, materiales y equipos a su cargo. • Informar al gerente o a quien corresponda, de cualquier anomalía que se presente. • Conocer el proceso de preparación y conservación de la producción de la Uva Isabella. • Conocimiento del cliente. • Negociación con el cliente que genere valor agregado y sea durable y perdurable en el tiempo. • Alinear las estrategias de ventas del cliente con las de la empresa. • Realizar planes de mercado. • Mantener excelente presentación personal. • Mantener actualizada la información de los clientes de la empresa. • Brindar una atención oportuna y efectiva a los clientes sobre los productos y servicios. • Trasladar materiales y artículos cuando se requiera. • Otras que le asigne el jefe inmediato y que por naturaleza tengan relación con el cargo. 	
Perfil requerido	
Educación (Estudios aprobados)	Experiencia Laboral
Bachiller con conocimientos en conservación y manipulación de alimentos y mercadeo	6 meses como mínimo.
Análisis del cargo	
Exigencias del cargo	
DE RESPONSABILIDAD	<p>Por contacto: Para dar y recibir información de personas internas y externas de la empresa.</p> <p>Por procesos: No responde por procesos.</p> <p>Por materiales: Responde por los implementos asignados para el desempeño de su labor.</p> <p>Por manejo al servicio: Revisión de la satisfacción del cliente por los servicios ofrecidos.</p>
DE ESFUERZO	<p>Mental: En la solución de inconvenientes, presentados al realizar las labores propias de su trabajo.</p> <p>Visual: Esfuerzo visual permanente en la realización de pedidos, facturas, etc.</p> <p>Físico: Ejecuta movimientos suaves, esporádicamente transporta o desplaza equipos que no requieren de gran esfuerzo físico.</p>
DE HABILIDAD	<p>Intelectual e iniciativa: Con frecuencia toma pequeñas decisiones siguiendo los lineamientos de la empresa. Debe poseer habilidad numérica, ser una persona proactiva, disponibilidad y actitud de proyección positiva.</p> <p>Manual: Ejecuta movimientos sencillos como coger, alcanzar, traer, caminar; actividades propias de las labores a cumplir</p>

Fuente: Autores del proyecto.

Tabla 24.

Manual de funciones de los operarios de producción de la empresa uva Isabella Ocañerita

S.A.S.

Manual de funciones del Operario de producción	
Identificación del cargo	
Nombre del Cargo: Operarios.	Dependencia: Gerencia
Jefe Inmediato: Gerente.	Numero de operarios: 2
Información del cargo	
Su labor es plantar las semillas, cuidar del crecimiento de la siembra y recoger la cosecha	
Descripción de funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Preparación del terreno • Trazado y hoyado • Siembra. • Resiembra • Tejido red primaria y secundaria • Poda • Verificar estado de las plántulas • Control de plagas y enfermedades • Verificar inicio de recolección • Extraer los racimos de uva • Depositar los racimos en las canastas • Clasificar racimos de uva Isabella • Cortar las estacas y limpiar • Depositar en cestos y bolsas • Empacar y pesar 	
Perfil requerido	
Educación (No se exige)	Experiencia laboral
Tener conocimiento de cultivos de producción es especial de uva Isabella	3 meses por lo mínimo.
Análisis del cargo	
Exigencias del cargo	
DE ESPONSABILIDAD	<p>Por supervisión: solo deben estar pendiente que el cultivo de la uva Isabella se den en las mejores condiciones, solo deben analizar esa parte.</p> <p>Por procesos: En esta etapa debe realizar todos los procesos que se requiere para la producción del cultivo, desde su siembra, hasta su cosecha.</p>
DE ESFUERZO	<p>Mental: No tienen que tener alguna estrategia para llevar el cultivo, todo está organizado paso a paso para llevarse a cabo.</p> <p>Visual: puede implicar un poco la visión al realizar sus labores en la siembra.</p> <p>Físico: podrían tener algún desgaste físico ya que</p>

Tabla 24. (Continuación)

DE HABILIDAD	<p>toda la parte de siembra es realizada por el operario de producción.</p> <hr/> <p>Intelectual e iniciativa: Deben tener buenas iniciativas a la hora del cultivo, esto hace que se trabaje con entusiasmo</p> <hr/> <p>Manual: Los operarios no realizan nada manual ya que su función es el campo.</p>
--------------	--

Nota: Fuente. Autores del proyecto

4.2.10 Manual de procedimientos.

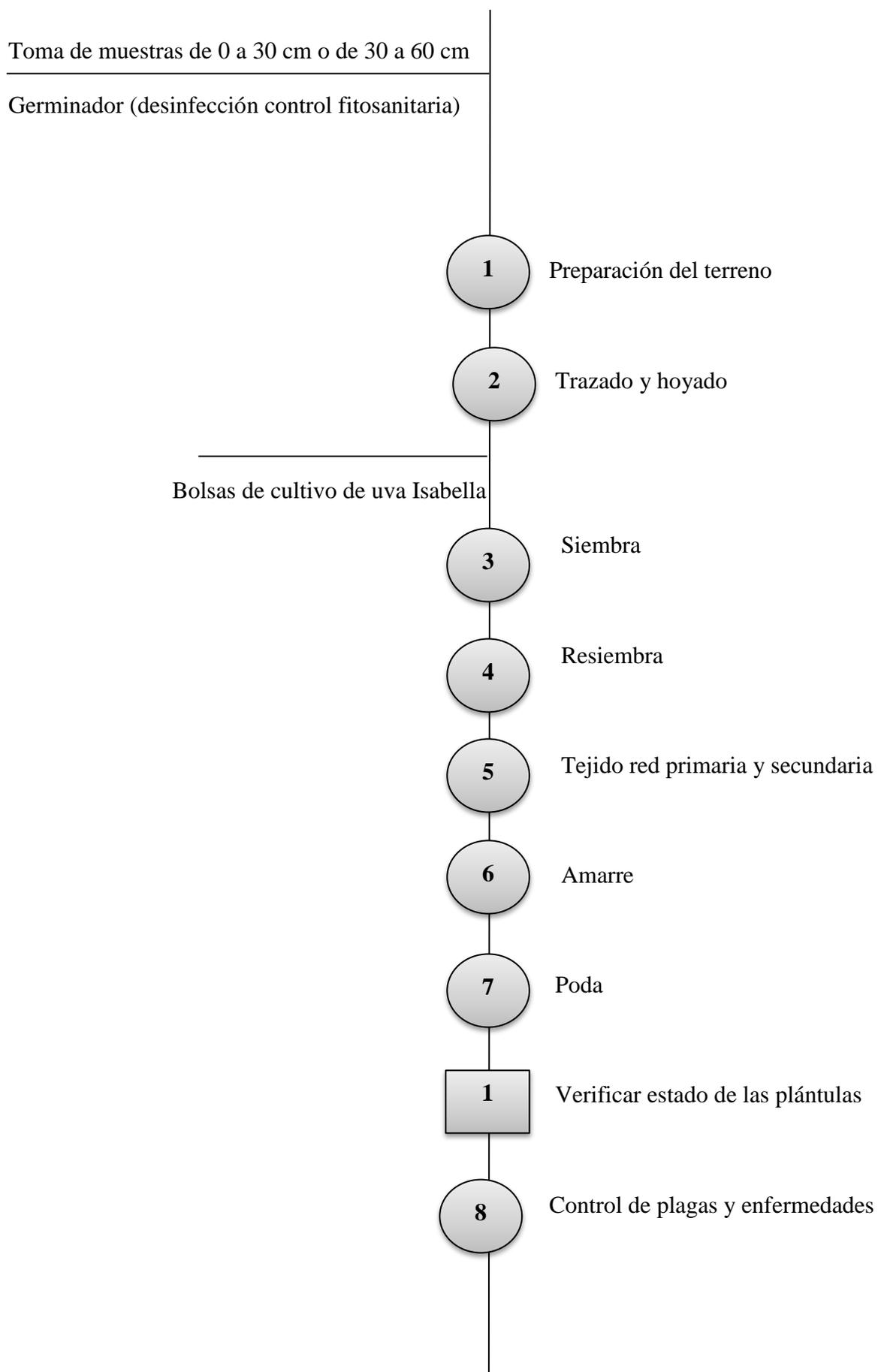
Operación.  Una secuencia de actividades o eventos que ocurren en una máquina o en una estación de trabajo, durante lo cual se alteran intencionalmente una o varias características de un objeto

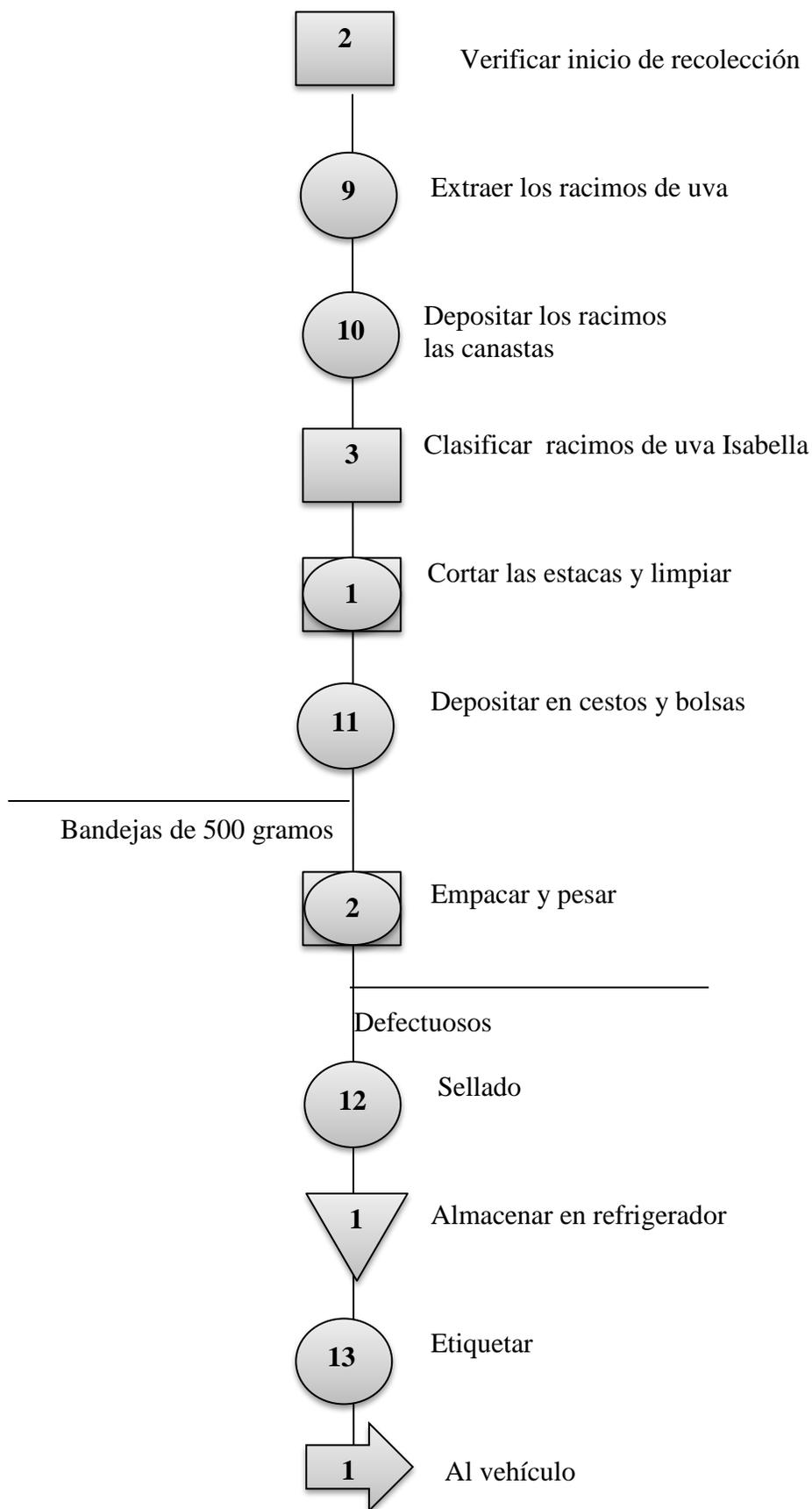
Transporte.  Los movimientos de un objeto de un lugar a otro, excluyendo el movimiento que es una parte integral de una operación o inspección. Por consiguiente, las transportaciones ordinariamente se efectúan entre operaciones, inspecciones, retrasos y almacenamientos.

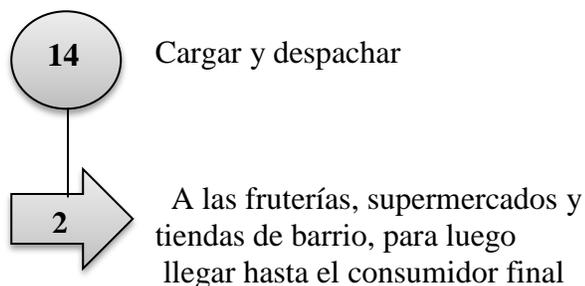
Inspección.  La comparación de una característica de un objeto con respecto a un estándar de calidad o cantidad.

Espera.  Ocurre un retraso cuando al terminar una operación, transportación, inspección o un almacenamiento, el elemento siguiente no se inicia de inmediato

Almacenaje.  La retención de un objeto en un estado y lugar, en donde para moverlo se requiere de una autorización.







Fuente: Autores del proyecto.

4.3 Estudio legal.

Tipo de sociedad: Sociedad por capital, constituida mediante documento privado por sus signatarios (parágrafo 1 artículo 5° Ley 1258 de 2008). Las firmas de los constituyentes o sus apoderados deben ser auténticos.

4.3.1 Razón social. La razón social para la empresa productora y comercializadora en el municipio de Ocaña, Norte de Santander será: “Uva Isabella Ocañerita S.A.S”.

4.3.2 Capital. El Capital se divide en cuotas de igual valor para cada uno de los socios. (Sociedades, s.f.) y se pagará en los plazos establecidos en los estatutos. Este plazo no podrá exceder el término de dos (2) años.

4.3.3 Matrícula mercantil. Es una obligación legal que tienen todos los comerciantes y que consiste en el registro de la sociedad en la cámara de comercio del municipio de Ocaña, Norte de Santander, a través de un formulario especial donde se consignan datos importantes de la sociedad como su dirección, teléfonos, actividad económica y situación financiera, entre otros.

La sociedad debe presentar la solicitud de matrícula en la cámara de comercio con jurisdicción en el lugar donde va tener su domicilio principal.

Para inscribirse en la Cámara de Comercio se requiere

1. Verificar el nombre o razón social de la S.A.S en caja de la cámara de comercio o por la página del RUES por internet.
2. Acta y estatutos firmada por todos los socios de la S.A.S y autentificar las firmas.
3. .Pagar el impuesto en la colecturía de rentas al acta (Edificio Infinorte al lado de la fundación Crediservir)
4. Copiar dirección en los formularios de la misma manera que aparece en un recibo de servicios públicos sea de agua o luz de donde funciona la entidad S.A.S.
5. En el acta por favor indicar los nombres y apellidos de los socios y representante legal, tal cual como aparecen en la cedula de ciudadanía y adicionalmente identificarlos con el número correspondiente y fecha exacta de expedición de la cedula de ciudadanía.
6. La vigencia de la entidad puede ser indefinida o definida, debe tener un término.
7. Llenar formularios para matricula, dicho formulario debe comprarlo en el área de caja de la cámara de comercio.
8. Los códigos de la actividad comercial verificarlos antes de llenar el formulario de acuerdo al objeto social. (Versión de 4 a 4 dígitos de la CIIUV) Nota: pueden entrar por internet así: CIIU CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA.
9. Según circular 005/2014 Superintendencia de Industria y Comercio y circular 1075 de Confecamaras es obligatorio ingresas un correo electrónico en el formulario de inscripción.

Adicionalmente, se requiere pagar

Industria y Comercio se requiere: Pagar el certificado de uso del suelo en Planeación Municipal del municipio de Ocaña, Norte de Santander.

Cumplir con las condiciones sanitarias y ambientales según lo dispuesto en la Oficina de Saneamiento Ambiental.

Cumplir con las normas vigentes en materia de seguridad según disposiciones del cuerpo de bomberos voluntarios.

Pagar SAYCO Y ACIMPRO

También se necesita contar con el registro del INVIMA y si se quiere patentar la marca y el producto se necesita registrarlo en la Súper Intendencia de Industria y Comercio.

Para obtener el Registro del INVIMA se hace solicitud del registro sanitario de alimentos y/o renovación registro sanitario de alimentos. De igual manera por las características de la empresa es necesario cumplir con los requisitos de la sección de saneamiento ambiental, del Hospital Emiro Quintero Cañizares (Ocaña N de S).

Para esto se debe cumplir con los siguientes aspectos:

Condiciones Sanitarias, Abasto de agua: Conexión de acueducto, tanque almacenamiento, agua potable.

Higiene locativa: Construcción: pisos-muros-techos adecuados, secciones capacidad distribución adecuada, iluminación suficiente-bien distribuida, ventilación suficiente. Bien distribuido, presentación-enlucimiento, puntuación 25.

Higiene y control de alimentos: Uniformes apropiados limpios, documentos-cursillos carnet, manipulación higiénica, almacenamiento-apropiado-distribución, puntuación 15. Por medio de la Tabla 25 se puede apreciar la clasificación con su respectiva puntuación.

Tabla 25. *Clasificación y puntuación de la higiene y el control de alimentos.*

Clasificación	Puntuación
Higiénico	80 a 100
Higenizable	55 a 80
No higienizable	0 a 55

Nota. Fuente. CIIU Cámara de Comercio de Bogotá.

Lo ideal es que las empresas obtengan de 80 a 100 puntos donde su clasificación es Higiénico, por lo cual se expide un certificado y por consiguiente puede seguir su funcionamiento normal, de lo contrario será sellado el establecimiento y deberá pedir una nueva revisión luego de hacer los correctivos indicados para obtener un nueva puntuación y de esa manera contar con el certificado de Saneamiento Ambiental. (Como patentar en Colombia, s.f.)

4.4 Estudio técnico.

En el estudio técnico se analizan aspectos importantes como lo son las directrices del proyecto, condiciones climáticas del municipio de Ocaña, dimensiones del mercado, proyecciones, maquinaria y equipos necesarios para la producción y comercialización de uva Isabella en el municipio de Ocaña, los cuales se presentan a continuación.

4.4.1 Directrices del proyecto. Este proyecto tiene como finalidad la creación de una empresa productora y comercializadora de uva Isabella, *vitis labrusca* en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

4.4.2 Características climáticas de Ocaña. A continuación a través de la tabla 26, se presentan las características del clima del municipio de Ocaña, con base en el primer periodo del año 2017 correspondiente al mes de enero hasta junio.

Tabla 26.

Características del clima del municipio de Ocaña del mes de enero a junio del año 2017.

Meses	Temperatura			Punto de rocío			Humedad			Velocidad			Presión		
	Alto	Promedio	Bajo	Alto	Promedio	Bajo	Alto	Promedio	Bajo	Alto	Promedio	Ráfaga	Alto	Promedio	Bajo
Enero	25,1°C	20,3 °c	31,4°C	18,1 °c	16,4 °c	14,3 °c	96%	83%	59%	20 kph	3 kph	20 kph	958hPa	1008 hPa	999hPa
Febrero	26,6°C	21,5 °c	16,6°C	18,4 °c	16,7 °c	14,2 °c	95%	79%	52%	14 kph	3 kph	28 kph	1017hPa	1014 hPa	1011hPa
Marzo	25,1°C	21,4 °c	17,8°C	19,4 °c	18,1 °c	16,7 °c	96%	86%	65%	0 kph	0 kph	0 kph	1016hPa	1014 hPa	1010hPa
Abril	27,9°C	23,3 °c	18,7°C	19,8 °c	18,5 °c	18,3 °c	96%	79%	56%	14 kph	1,8kph	17 kph	994 hPa	841 hPa	836 hPa
Mayo	27,3°C	23,1 °c	18,9°C	20,9 °c	16,9 °c	17,8 °c	94%	82%	61%	15,3kph	1,8 kph	17,1kph	1010hPa	979,1 hPa	97,7 hPa
Junio	27,6°C	23,1 °c	18,5°C	20,1 °c	15,9 °c	17,2 °c	97%	79%	58%	23,7kph	2,2 kph	24,7kph	1015hPa	1012 hPa	1009hPa

Nota. Fuente. <https://www.wunderground.com/personal-weather-station/dashboard?ID=INORTEDE24>

Temperatura. La temperatura promedio de Ocaña es de **22° C**, con un piso térmico templado y una temperatura no inferior a los 17 grados centígrados tiene una tendencia al frío y al calor en sus límites superior e inferior.

Pluviometría. Ocaña es un municipio con un clima tropical húmedo y seco con precipitaciones entre 1,000 y 2,000 milímetros anuales.

Luego de presentar las directrices del proyecto, las características del clima del municipio Ocaña y las condiciones del suelo aptas para el cultivo de uva Isabella, se dará a conocer todo lo relacionado con la finca “Villa Andrea”, donde será creada la empresa productora y comercializadora de uva Isabella Ocañerita S.A.S.

4.4.3 Localización. La finca “Villa Andrea”, posee un total de 8 hectáreas, presentando una pequeña meseta compuesta por tierras tipo limo o arenas, bien drenadas; además de suelos tipo orgánicos con pendientes entre los 20 y 45°.

4.4.4 Condicionantes internos de la finca “Villa Andrea”. Caminos. La finca cuenta con vías de acceso adecuadas para automóviles y vehículos tipo camiones. cuenta con todos los servicios básicos como agua, luz, GDP e internet. Las construcciones que se pueden encontrar en la finca son una casa grande y un garaje.

Además de conocer todo lo relacionado con el municipio de Ocaña y la finca “Villa Andrea” se darán a conocer los condicionantes externos con los que cuenta el proyecto.

4.4.5 Condicionantes externos del proyecto. Disponibilidad de capital. Para la creación de la empresa productora y comercializadora de uva Isabella Ocañerita, en el municipio de Ocaña los socios harán aportes en partes iguales, lo cual ayudará con la financiación y desarrollo del proyecto.

Dimensiones del mercado. Por medio del estudio de mercados se proyecta el horizonte de la empresa por un periodo de 5 años, donde se muestran la demanda efectiva en los diferentes años de vida útil del proyecto. Los valores dados a continuación permiten determinar el tamaño del proyecto en unidades (libras) mensuales, diarias.

Capacidad del proyecto de acuerdo a la demanda. Tomando como base que la demanda real del proyecto de acuerdo con la investigación de mercados se fijó en 70 cajas semanales y se

tuvo en cuenta las 52 semanas las cuales conforman el año estas arrojan una venta de 3,640 cajas anuales para un total de 91,000 libras.

Demanda anual. Se tomó como base 91,000 libras anuales para la proyección de la demanda en el primer año, teniendo en cuenta la información presentada en la capacidad del proyecto de acuerdo a la demanda.

4.4.6 Requerimiento de propiedad planta y equipo. Son todos los activos que posee la empresa uva Isabella Ocañerita S.A.S para la producción y comercialización de la uva Isabella en el municipio de Ocaña y los cuales se detallan a continuación:

Equipo de oficina.

La empresa productora y comercializadora de uva Isabella Ocañerita S.A.S, contará con un equipo de oficina necesario para el personal con el que cuenta la empresa, donde se pueda lograr tener un buen y normal funcionamiento de las actividades laborales.

Por medio de la tabla 27, se da a conocer el equipo de oficina necesario en la empresa uva Isabella Ocañerita S.A.S.

Tabla 27.

Equipo de oficina necesario en la empresa Uva Isabella La Ocañerita S.A.S.

Descripción	Cantidad
Escritorio con archivador	3
Silla ergonómica	3
Sillas de oficina	6

Tabla 27. (Continuación)

Computador	3
Impresora	1
Teléfono	1
Total	17

Nota. Fuente: <http://www.alkosto.com>, <http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/>

Maquinaria y equipo necesario para el proceso del cultivo de uva Isabella. La selección de la herramienta se hizo teniendo en cuenta 2,5 metros cuadrados de hectárea a cultivar en la finca Villa Andrea, lo cual se observa en la tabla 28.

Tabla 28. Herramienta necesaria para el proceso del cultivo de uva Isabella.

Insumos	Cantidad de materiales a comprar	Costo unitario(\$)	Costo total(\$)	
Plántulas	Unidad	3,027	1,300	3,813,600
Postes de madera	Unidad	885	17,640	15,611,400
Postes de guadua	Unidad	2,022	4,536	9,171,792
Alambre galvanizado calibre 14	Kg.	614	3,360	2,063,040
Alambre galvanizado calibre 16	Kg.	1,547	3,360	5,197,920
Alambre pua calibre 12	Kg.	455	3,430	1,560,650
Guantes	Unidad	6	8,000	48,000
Tijeras	Unidad	3	20,000	60,000
Grapas	Kg.	30	4,200	126,000
Hilaza (3000 mts)	Cono	7	6,500	45,500
Tutor (Vara de guadua de 2.5 mts)	Unidad	2,780	2,457	6,830,460
Cajas plásticas	Cajas	126	7,000	882,000
Insecticidas				
Malathion	Lt	7	25,000	175,000
Fertilización foliar				
Total liquido	Lt	7	14,000	98,000
Fungicidas naturales				
Elosal	Lt	7	17,000	119,000
Dithane M-45	Lt	13	13,000	169,000
Sistema de riego			4,750,000	
Refrigerador	Unidad	3	539,700	1,619,100
TOTAL		42		52,340,462

Nota. Fuente. Autores del proyecto.

4.4.7 Condiciones del suelo aptas para el cultivo de uva Isabella. Por medio de la Tabla 29, se presentan las condiciones con las que debe contar el suelo para que el cultivo de uva Isabella sea apto.

Tabla 29.

Condiciones del suelo aptas para el cultivo de uva Isabella.

Características ambientales	Medida	Rangos/ Escala/ Porcentajes	
Nivel de nutrientes del suelo	N	Kg/ ha	50
	P205	Kg/ ha	30
	K20	Kg/ ha	75
	Ph		5,5- 7,0
Profundidad	cm.	60-150	
Textura	Clase	Tipo limosa o arenas	
Distancias de siembra (m)		3x3 y 4x4	
Densidad de siembra (Plantas/ Ha)		1111, 625	
Vida útil		15 años	

Nota. Fuente. Gómez Rubiano, José Farith y Parra Morera, Marisol. 2006

4.4.8 Proceso del cultivo de uva Isabella, vitis labrusca. Está conformado por varias etapas:

Sistema de riego. Para el cultivo de uva Isabella se estima 17,313 litros por los 25,277 metros cuadrados a cultivar de acuerdo con el procedimiento que se muestra a continuación.

$$250 \text{ mm/año} \rightarrow 250 \text{ Lt/m}^2$$

Entonces,

$$250 \frac{\text{Lt}}{\text{m}^2} * 25,272 \text{ m}^2 = 6,319,250 \text{ Lt (anual)}$$

$$\frac{6,319,250 \text{ Lt}}{365 \text{ días}} = 17,313 \text{ Lt (día)}$$

Por otra parte, se considera que la planta puede sobrevivir con precipitaciones de 250 milímetros anuales y con temperaturas extremas de 40 °C, además de una pluviometría que oscile entre 350 y 600 milímetros anuales ya es adecuada para una producción de alta calidad.

En el riego del cultivo de uva Isabella en la empresa “uva Isabella Ocañerita S.A.S, se utilizaran mangueras de riegos especiales, donde su capacidad de largo es aproximadamente de 100 metros y su material es de polietileno, además se utilizaran surtidores los cuales son de estaca metálica de dos puntas para clavar en la tierra; este distrito de riego estará abastecido por tres tanques de material de PVC de 5,000 litros, debido a que la finca cuenta con dos tanques de este mismo tamaño, ya que estos alcanzan a suplir el agua que requiere el cultivo por día.

El sistema de riego para el cultivo de uva será presentado por medio de imágenes y es el siguiente.

Por medio de la Figura 8 se puede apreciar cómo se instalara la manguera en el cultivo de uva Isabella.



Figura 8. Representación gráfica de la manguera a implementar en el Sistema de riego del cultivo de uva Isabella.

Fuente: <http://viticulturevignoble.fr/arrosage-goutte-a-goutte-vigne.html>

En la Figura 9 se puede apreciar los Microaspersores de riego que se instalaran.



Figura 9. Representación gráfica de los Microaspersores de riego.

Fuente: http://proseccoconegliano.altervista.org/gestion-del-riego-y-agua-en-el-vinedo-en-funcion-de-la-calidad-y-cantidad/?doing_wp_cron=1506422342.3317599296569824218750

En la Figura 10 se presenta el tanque de agua a instalarse en la finca Villa Andrea para el almacenaje de agua del cultivo.



Figura 10. Representación gráfica del tanque para el suministro de agua al cultivo de uva Isabella.

Fuente: <http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/59507/Tanque-1000-Litros/59507>

Preparación del suelo. Para poder tener un cultivo de uva Isabella apropiado se debe comenzar con unas bases totalmente fuertes y una de las más importantes es la preparación del suelo, donde se deben tomar muestras en diferentes periodos y se debe contar con una profundidad de 0 a 30 cm y 30 a 60 cm.

Sistema de tutorado. Debido a que la uva Isabella es una planta herbácea y de enredadera, se requiere de un sistema de sostenimiento de tutorado, donde se utiliza el sistema de emparrado que comienza con la implementación del clúster productivo; luego de esto se instalan los tutores de madera madura, ya que son mejores por su larga duración, los cuales deben tener una longitud de 2,60 m.

El sistema de emparrado. Se debe instalar como aparece en la Figura 11 el emparrado o malla, que consiste en una estructura de alambre de diferentes calibres soportada por postes, donde su función es sostener las plantas y la producción, ya que pueden llegar a pesar más de 20 toneladas por cada hectárea.

Estos se deben instalar luego del trasplante y debe estar completamente listo cuando la planta alcance los dos metros de altura, logrando que no se tenga ningún retraso en la formación de la planta.

Los postes deben tener una inclinación aproximadamente de 45 grados para que actúen como palanca, se deben enterrar aproximadamente entre 60 y 80 cm en el suelo.

Se coloca en cada poste exterior un templete o viento, con un alambre galvanizado calibre 8-10 o barrilla de \varnothing ¼ empotrada en concreto ciclópeo, este alambre o barrilla tiene que ir bien amarrado a un polín de madera o a una piedra o bloque de cemento, que va enterrado a la misma profundidad del poste (60-80 cm.) y a 1,8- 2,0 m aproximadamente de la base del mismo.



Figura 11. Representación gráfica del Sistema de emparrado.

Fuente. Gómez Rubiano, José Farith y Parra Morera, Marisol. 2006

Pie de amigo. Este consiste en colocar un poste adicional más delgado y de 2,20 metros de longitud que sostenga el poste exterior apreciándose en la Figura 12. Estos se entierran por todo el lote cada tres surcos, formando cuadrados, o rectángulos según la distancia de siembra entre calles y plantas.



Figura 12. Representación gráfica del Pie de amigo.

Fuente. Gómez Rubiano, José Farith y Parra Morera, Marisol. 2006

Tipo de alambre. Estos son los que unen los postes exteriores a 2,0 o 2,20 m de altura sobre el suelo. Se templean y clavan con grapas sobre cada poste, formando el contorno del lote cuadrado, se puede utilizar un alambre liso galvanizado calibre 8.

Alambres primarios. Este es el que sirve para unir los postes interiores en sentido longitudinal y transversal (formando cuadrillas). Aquí se debe utilizar alambre galvanizado calibre 10 y 12 liso. No se puede usar alambre de púas, al amarrar este, debemos darle una vuelta a cada poste y templearlo, para evitar que el alambre se corra por el peso de las plantas observándose en la Figura 13.



Figura 13. Representación gráfica de Alambres primarios.

Fuente. Gómez Rubiano, José Farith y Parra Morera, Marisol. 2006

Alambres secundarios. Como se presenta en la Figura 14 estos alambres se colocan paralelos a los primarios en ambos sentidos, dejando espacios de aproximadamente 40 cm entre ellos, son de calibre 13 o 14 y se tejen en forma de malla, cuando alguno se encuentre con uno principal se debe amarrarlo a este, para evitar que se corra.

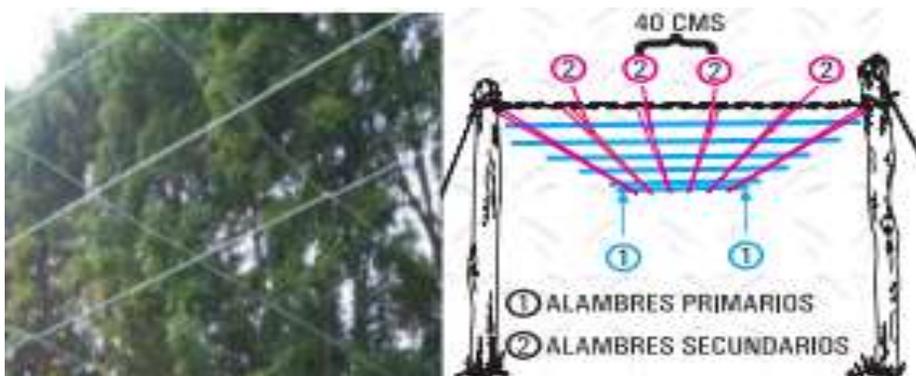


Figura 14. Representación gráfica de Alambres secundarios.

Fuente. Gómez Rubiano, José Farith y Parra Morera, Marisol. 2006

Colocación de los tacos. Los tacos son palos que se colocan en el cruce de los alambres primarios a la altura del enmalladote, se debe colocar un soporte de ladrillo o piedra en la base

del taco para protegerlo de la pudrición. A través de la Figura 15, se puede conocer cómo se deben colocar los tacos.

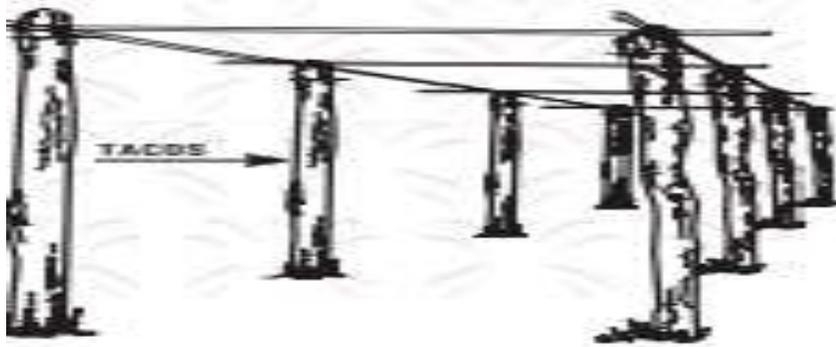


Figura 15. Representación gráfica de los Tacos.

Fuente. Gómez Rubiano, José Farith y Parra Morera, Marisol. 2006

Espaldero alto. Debe tener una altura de 1,80 m para las conducciones de canoilla simple con posicionamiento ascendente de la vegetación. Cada hilera está formada por dos estacones, dos postes cabeceros y un número variable de intermedios, según la longitud del claro. El espaldero tradicional consta de cuatro alambres fijos, el inferior es el de conducción, el segundo y el tercero para sostener el follaje y el cuarto de estructura, donde se pueden observar en la figura 16.

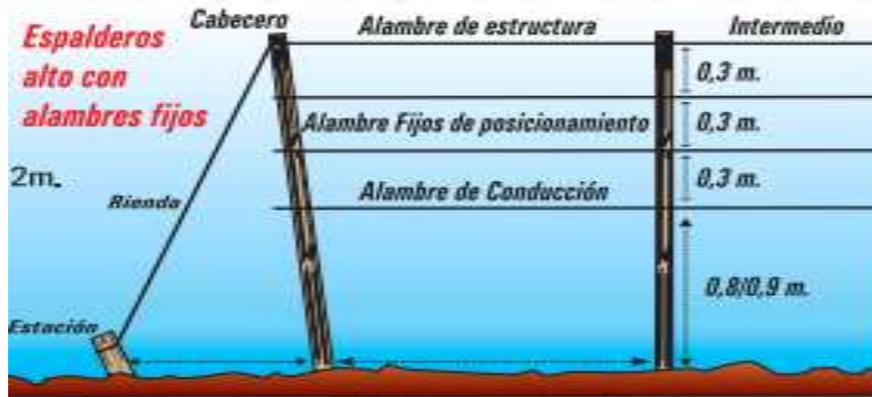


Figura 16. Representación gráfica del Espaldero alto.

Fuente. Gómez Rubiano, José Farith y Parra Morera, Marisol. 2006

Distancias de siembra. Como el lote de la finca “Villa Andrea”, es rectangular se puede sembrar en cuadrado, con una distancia de siembra de 2,5 m por 2,5 m., para un total de 1,200 plantas/ha. También se puede sembrar en rectángulo, si necesitamos que la distancia entre surcos sea mayor que la distancia entre plantas, pero conservando en número total de plantas/ha. El tresbolillo (cinco de oros), permite establecer un 15% más de plantas en el lote, 1,200 plantas/ha que en zona de ladera contribuye a la conservación de suelo. Este sistema exige un mayor cuidado en la construcción del emparrado y en la distribución de las plantas sobre la cercha. En la siembra entre el bolillo las plantas forman triángulo con los lados del mismo tamaño, por ejemplo 2,5 x 2,5 x 2,5.

Desinfección por dolarización. Aquí lo que se debe hacer es preparar la mezcla de tierra y arena según lo acostumbrado. Disponiendo en eras o camas de 20 cm. de altura, 1,2 mts de ancho y el largo deseado. Por cada metro cuadrado se agrega 2 Kg. de Materia Orgánica preferiblemente Gallinaza o Porcinaza; mezclando bien con el sustrato, nivelando el suelo y

humedeciendo con una solución de un extracto vegetal con facultades nematicidas en dosis de 10 cc/litro de agua más un caldo microbial enriquecido con micronutrientes 5 gr/lt, aplicando 4 litros de la solución por m². Finalmente se cubre con un plástico negro durante 20-30 días.

Vacunación por plántula. En esta etapa del cultivo se debe sembrar los sarmientos o estacas directamente en la bolsa o camas y cada semana se realizan las siguientes aplicaciones presentadas en la Tabla 30.

Tabla 30.

Vacunación en plántulas.

Producto	Dosis	Época	Observaciones
Fitotripen	1 gr/lt	Primera semana luego de la germinación	Fitotripen + Botrycid + Biosol se ponen en remojo durante 12-24 horas. Al momento de la aplicación agregar el Noefat, aspersión foliar y suelo.
Botrycid	1 cc/lt		
Biosol new	5gr/lt		
Neofat ce	0,5 cc		
Safelomyces	2 gr/litro	Segunda semana	Todos los productos se ponen en remojo durante 12 a 24 horas. Aplicación al suelo.
Botrycid	2 cc/litro		
Biosol new	5 gr/litro		
Anisafer	2gr/litro	Tercera semana	Remojo en agua X 12 horas. Aplicación al suelo.
	5 cc/litro y 100 cc/planta de la solución	Cuarta semana	Extracto de ruda. Aplicación al suelo.
Rutinal			
Micirizafer	20 gr/planta	Sexta semana	Reinicie el proceso

Nota. Fuente. Gómez Rubiano, José Farith y Parra Morera, Marisol. 2006

En el área de campo cada 3 o 4 meses se debe aplicar al suelo las mezclas propuestas tales como SAFELOMYCES, BOTRYCID Y BIOSIL NEW en rotación con el RUTINAL (EXTRACTO DE RUDA) 10 cc/litros y 5/litros de la solución/planta. Luego de esto cada 6 meses se aplica BIOSIL NEW 50 kg/ha diluidos en 1000 litros de agua y MICORRIZAFER 100-200 gr/plantas.

Por otra parte para el control de plagas como la roña, el ojo de pollo y los mohos del botón floral se debe aplicar las mezclas de la Tabla 31.

Tabla 31. *Control de plagas.*

PRODUCTO	DOSIS/CANECA DE 200 LITROS	OBSERVACIONES
Yodo agrícola	200 CC	Orden de la mezcla
Caldo Bordelés	0,5 kg	agua+ yodo+ caldo de bordelés
Azucó	200 cc	Solo para control de mohos del botón floral si se presentan
Yodo agrícola	100 cc	

Nota. Fuente. Gómez Rubiano, José Farith y Parra Morera, Marisol. 2006

Nota: Se recomienda realizar las aplicaciones en las horas de la mañana cuando la flor aún se encuentra cerrada, se debe aplicar el Caldo Bordelés y el Yodo agrícola en la etapa de crecimiento y fructificación, evitando aplicar esta mezcla en época de floración.

Recolección de los sarmientos. En esta etapa lo primero que se debe hacer antes de empezar a podar, es sumergir las tijeras en una mezcla de hipoclorito de sodio conocido como el límpido y agua en proporciones iguales más exactamente la mitad de cada uno.

En segundo lugar los sarmientos rectos, se recolectan en el mismo instante que se cortan, la preparación del sarmiento consiste en cortar las hojas, los peciolo y zarcillos para luego llevar los sarmientos a un lugar sombreado iniciando la preparación de las estacas.

Lo que debe preocupar al momento de recolectar los sarmientos, es que estos no presenten pasador de tallo, cochinilla y otras plagas o enfermedades, en caso que estas plagas se den se deben ser eliminadas los sarmientos. También se debe verificar que las yemas de los sarmientos

estén presentes y en buen estado, se debe eliminar los sarmientos que, por causa de la manipulación han perdido algunas yemas.

La madera seleccionada no debe ser de partes de crecimiento demasiado frondoso, con entre nudos anormalmente largos o de ramas inferiores y débiles. La madera que se quiere tener es aquella madura, de tamaño y vigor moderado, con nudos cortos y abundantes yemas. Se debe verificar que las yemas estén hacia arriba y realizar un corte transversal de 0,5 a 1 cm por debajo de la yema que estaba más cerca de la madera. Por último cortar 4 o 5 yemas y hacer un corte en diagonal, 2 a 3 cm por encima de la cuarta o quinta yema. Se puede obtener hasta dos estacas por sarmiento. Las estacas deben estar completamente leñosas y rectas como se muestra en la Figura 17.



Figura 17. Representación gráfica de las Estacas.

Fuente. Gómez Rubiano, José Farith y Parra Morera, Marisol. 2006

Para tener unas estacas limpias lo que se debe hacer es utilizar el método de someter el suelo a fuertes cambios de temperatura entre el día y la noche, seleccionando un lugar de la finca cuyo suelo se pueda extender a plena exposición del sol. Se organizan paquetes de 100 estacas,

todas en la misma dirección, estos paquetes deben sumergirse por treinta minutos en una solución de agua de tabaco con insecticida y fungicida.

Aplicación del enraizador en forma apropiada. Contar con un buen uso de los enraizadores es necesario para que lograr tener un buen número de estacas enraizadas dentro del vivero, además tendremos un buen número de raíces por planta.

Estacas con una o dos raíces puede generar plantas con problemas de anclaje y de baja capacidad para tomar agua y nutrientes del suelo. Existe el tipo de enraizador natural.

NATURALES: Aplicación de cristales de sábila en las dos yemas que van dentro de la bolsa.

SINTETICOS: Aplicación de Hormonagro No. 1, o similares en la base del estaca.

Luego de todos los pasos anteriores se preparan el sustrato y se llenan las bolsas, lo que se llama sustrato es el material con el que se llenan las bolsas, este puede mezcla de suelo y materia orgánica compactada, u otro material en distintas proporciones que permita un buen desarrollo de la raíz dentro de la bolsa.

Podas. La poda permite una adecuada distribución de la planta en su sistema de sostenimiento, en el cultivo de uva Isabella, la poda se hace 1-3 yemas, posee su tendencia a producir muchas ramas y en las variedades mejoradas a 5-6 yemas.

La poda de retroceso se hace en plantas con mala formación o que hayan sufrido algunos daños, para transformarlas en plantas jóvenes productivas.

En el cultivo de la uva se debe tener un buen manejo de los racimos y manejo de descanso, donde conviene hacer riegos periódicos según el clima y realizar aplicaciones algo frecuentes de fumigaciones de amplio aspecto y abonar con materia orgánica, permitiendo que las hojas permanezcan fisiológicamente activas trayendo como beneficio mejores cosechas.

Control de Plagas en viñedos producidas por insectos. Existen diferentes tipos de plagas que atacan el cultivo de uva Isabella, donde por medio de la tabla 32, se pueden destacar las siguientes:

Tabla 32.

Plagas producidas por insectos.

Tipo de plaga	Daño que ocasiona
La Cochinilla	Ataque severo que acaba con el viñedo
El Lorito verde	Acaba con las hojas jóvenes
Los Crisomélidos	Atacan las hojas y los racimos
Los Ácaros	Frenan la maduración y retrasan la brotación
Las hormigas	Desgranar los racimos

Nota. Fuente. Gómez Rubiano, José Farith y Parra Morera, Marisol. 2006

Enfermedades que se presentan en el cultivo de la uva Isabella. El cultivo de uva Isabella no solo presenta plagas, también suele tener algunas enfermedades que pueden ser demasiado perjudiciales para el cultivo sino son tratadas a tiempo, entre las cuales se encuentran las siguientes presentadas en la Tabla 33.

Tabla 33.*Enfermedades que se presentan en el cultivo de uva Isabella.*

Enfermedades	Afectación	Forma de presentarse
Mildeo veloso	Ataca todas las partes verdes de la planta	Aparecen manchas en el haz de aspecto húmedo, amarillas con tendencias a castaño que se destacan sobre el verde.
Oidium (Mildeo polvoso)	Ataca el follaje (Ramas, tallos, hojas y yemas)	Aparecen unos pequeños piquecitos en la superficie de los retoños, zarcillos, tallos, racimos, frutos, peciolo y superficies de las hojas.
Antracnosis	El hongo ataca todos los órganos verdes de la planta como: hojas, frutos y ramas.	Apareciendo en las hojas pequeñas manchas de color café oscuro, también aparecen en otras partes de la planta como los peciolo e color gris.
Moho gris	Afecta los frutos	
La roya	Hojas	Este aparece con pequeñas manchas esparcidas o densamente distribuidas, de color amarillo ladrillo en el envés de las hojas, ocasionalmente aparece en el peciolo.

Nota. Fuente: Gómez Rubiano, José Farith y Parra Morera, Marisol. 2006

Plan de fertilización.

Fertilización. Esta se hace en el suelo en las épocas de la cosecha, 20 días antes, 20 días después y 60 días después de la cosecha de forma de corona, en hoyos y líquida.

Foliar. Se debe hacer en la época de 28, 50, 65 y 80 días después de la poda.

Materia orgánica. Se hace 30 días antes de la poda en cajuela. Su manejo se da de la manera en que se presenta en la tabla 34.

Tabla 34.*Vinazas.*

Periodo	Producto	Cantidad/sitio
Pre- siembra (1 mes antes)	Materia orgánica	1- 5 kilogramos
	Cal	200 gramos
	Roca Fosfórica	200 gramos
15-20 post- siembra	Fuente n-p	50-80 gramos
	Fuente elementos menores	30 gramos
2 meses postsiembra	Fuente npk	100-150 gramos
4 meses postsiembra	Fuente npk	250- 300 gramos
6 meses postsiembra	Fuente npk	350 gramos
	Elementos menores	35 gramos
Tabla 34. (Continuación)		
	ık	350- 400 gramos
Cada 6 meses	Elementos menores	200 gramos
Cada año	Materia orgánica y cal	Dependiendo del análisis del suelo

Nota. Fuente. Gómez Rubiano, José Farith y Parra Morera, Marisol. 2006

Cosecha. En esta etapa se debe llevar un monitoreo del cultivo para observar y evaluar el grado de desarrollo de los frutos, donde se tenga en cuenta la programación de herramientas, el empaque y los equipos de manipulación, observando el grado de maduración realizándose en las horas más frescas y cuando la fruta este totalmente seca.

Poscosecha. Se debe tener en cuenta la calidad desde el momento que se realice el cultivo hasta que esté listo para su venta, es importante la separación de los frutos y racimos que no cumplan con los requisitos mínimos de sanidad y calidad exigidos por los consumidores finales.

Selección y clasificación. Esta se da de tres formas diferentes.

Extra. Los racimos deben tener un peso mayor a los 800 gramos, con aspectos totalmente sanos, una textura firme, sin deformaciones, con bayas uniformes en tamaño, color y sin residuos agroquímicos.

Primera. Los requisitos aquí son iguales que en la extra pero con racimos de 700 y 800 gramos y con una tolerancia no mayor del 5% en peso, color y tamaño.

Corriente o segunda. En esta selección los racimos deben tener un peso mayor a los 300 gramos, con bayas de un diámetro mínimo de 16mm, donde se aceptan manchas suaves causadas por insectos, golpes de sol o enfermedades sin que cubra más del 10% del total de bayas de cada racimo.

4.5 Estudio financiero.

Por medio de este estudio se desea plantear la rentabilidad del proyecto, donde se hacen las proyecciones financieras para determinar la utilidad que la empresa uva Isabella Ocañerita S.A.S pueda producir.

4.5.1 Presupuesto de gasto de personal. La sociedad pagará sueldos, inicialmente, de acuerdo a lo establecido en la ley.

El salario mínimo vigente para el 2017 es de 737,717 pesos mensuales, jornada ordinaria 48 horas semanales, 8 horas diarias. Ley 50 de 1990, Art. 20, más auxilio de transporte siempre y

cuando el salario no exceda de dos salarios mínimos legales mensuales vigentes. Para poder sacar el IPC se debe saber algunos datos sobre este, la tasa de variación anua del IPC en Colombia en agosto de 2017 ha sido del 3,9%, 5 décimas superior a la del mes anterior. La variación mensual del IPC (Índice de Precios al Consumo) ha sido del 0,1%, de forma que la inflación acumulada en 2017 es del 3,4%. El presupuesto mensual de gastos de personal, se establece en la Tabla 35.

Tabla 35.

Presupuesto de gastos de personal.

CONCEPTO (MENSUAL)	GERENTE	SECRETAR IA	OPERARIO S	VENDEDOR	SUPERVISOR	CONTADOR
SALARIO	737,717	737,717	737,717	737,717	737,717	
HONORARIOS- BONIFICACIÓN	262,283	162,283	62,283	62,283	112,283	500.000
AUXILIO DE TRANSPORTE	83,140	83,140	83,140	83,140	83,140	
SALUD (8,5%)	62,705	62,705	62,705	62,705	62,705	
PENSIÓN (12%)	88,526	88,526	88,526	88,526	88,526	
VACACIONES (4,16%)	30,689	30,689	30,689	30,689	30,689	
CESANTÍAS (8,33%)	61,451	61,451	61,451	61,451	61,451	
INTERESE SOBRE CESANTÍAS (1%)	666	614	614	614	614	
PRIMAS (8,33%)	61,451	61,451	61,451	61,451	61,451	
ARL 0,522%	3,850	3,850	3,850	3,850	3,850	
DOTACION 3,38%	25,000	25,000	25,000	25,000	25,000	
TOTAL	1,417,478	1,317,426	1,217,426	1,217,426	1,267,426	500,000

Nota: La tabla presenta los sueldos y prestaciones sociales del personal que laborarán en la empresa.

Fuente. Autores del proyecto

Así mismo se proyecta los gastos de personal en la Tabla 36, teniendo en cuenta la dimensión del mercado definida.

Tabla 36.

Presupuesto de gastos de personal proyectado con base en la dimensión del mercado definida.

GASTOS PERSONAL PROYECTADOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GERENTE	17,009,736	17,860,223	18,753,234	19,690,896	20,675,441
SECRETARIA	7,904,556	15,809,112	16,599,568	17,429,546	18,301,023
OPERARIOS	27,723,432	29,109,604	30,565,084	32,093,338	33,698,005
VENDEDOR	7,304,556	14,609,112	15,339,568	16,106,546	16,911,873
SUPERVISOR	15,209,112	15,969,568	16,768,046	17,606,448	18,486,770
CONTADOR	3,000,000	6,000,000	6,300,000	6,615,000	6,945,750
TOTAL	78,151,392	99,357,619	104,325,500	109,541,774	115,018,862

Nota: La tabla presenta la proyección de gastos de personal que laborará en la empresa proyectados a cinco años.
Fuente. Autores del proyecto

4.5.2 Requerimiento equipo de oficina. En la Tabla 37, se da a conocer el requerimiento de equipo de oficina en la empresa uva Isabella Ocañerita S.A.S.

Tabla 37.

Requerimiento de equipo de oficina.

Descripción	Cantidad	Costo unitario (\$)	Costo total (\$)
Escritorio con archivador	1	139,900	139,900
Silla ergonómica	3	49,900	149,700
Sillas de oficina	4	215,700	862,800
Computador	1	849,000	849,000
Impresora	1	68,540	68,540
Teléfono	1	79,900	79,900
Total	7		1,300,840

Nota. Fuente <http://www.alkosto.com>, <http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/>

4.5.3 Requerimiento de herramientas. Por medio de la tabla 38, se da a conocer los materiales necesarios para cultivar 2,5 hectáreas de uva Isabella en la finca “Villa Andrea.

Tabla 38.*Equipo y herramienta requerida para el proceso de producción.*

Insumos	Cantidad de materiales a comprar		Costo unitario(\$)	Costo total(\$)
Plántulas	Unidad	3,027	1,300	3,813,600
Postes de madera	Unidad	885	17,640	15,611,400
Postes de guadua	Unidad	2,022	4,536	9,171,792
Alambre galvanizado calibre 14	Kg.	614	3,360	2,063,040
Alambre galvanizado calibre 16	Kg.	1,547	3,360	5,197,920
Alambre pua calibre 12	Kg.	455	3,430	1,560,650
Guantes	Unidad	6	8,000	48,000
Tijeras	Unidad	3	20,000	60,000
Grapas	Kg.	30	4,200	126,000
Hilaza (3000 mts)	Cono	7	6,500	45,500
Tutor (Vara de guadua de 2.5 mts)	Unidad	2,780	2,457	6,830,460
Cajas plásticas	Cajas	126	7,000	882,000
Insecticidas				
Malathion	Lt	7	25,000	175,000
Fertilización foliar				
Total liquido	Lt	7	14,000	98,000
Fungicidas naturales				
Elosal	Lt	7	17,000	119,000
Dithane M-45	Lt	13	13,000	169,000
Sistema de riego				
Refrigerador	Unidad	3	539,700	1,619,100
TOTAL		42		52,340,462

Nota. Fuente: Autores del proyecto.

4.5.4 Gastos a diferir. En la tabla 39, se relacionan los gastos a diferir durante el primer año de funcionamiento de la empresa uva Isabella Ocañerita S.A.S.

Tabla 39.*Gastos a diferir durante el primer año de creación de la empresa.*

Descripción	Valor Total
Registros de estatutos en notaria	\$160,000
Pago en cámara de comercio	\$1,032,200

Tabla 39. (Continuación)

Certificados y autenticación de firmas	\$15,000
Pago en alcaldía y bomberos	\$78,000
Elaboración de estatutos	\$500,000
Registro INVIMA	\$4,868,932
Capacitación a los empleados	\$500,000
Publicidad lanzamiento	\$765,000
Adecuación del Local, oficina y gastos para la iniciación de la empresa	\$1,500,000
Total	\$9,419,132

Nota. Fuente: Autores del proyecto.

4.5.5 Materia prima. Estos materiales se basan más en el empaque de la uva Isabella de la empresa uva Isabella Ocañerita S.A.S.

Bolsa de cultivo o plántulas: Las bolsas incluyen el abono y la semilla y se compran directamente a productores de Cundinamarca a un costo promedio de \$1,800 la unidad.

Bandeja de icopor: Utilizadas para empacar la uva Isabella y así esta pueda tener mayor frescura, en presentación de 500 grs. Se estiman unos requerimientos del 100% de la producción total que ira empacada en este tipo de material, a un costo unitario por bandeja de \$60.

Otras materias primas. Estas materias son las etiquetas, las cuales irán pegadas en la bandeja con un precio unitario de \$100 y el plástico polietileno con el que se forraran las bandejas, el cual consta de 1,500 metros con un costo de \$65,000. Los requerimientos totales de materia prima e insumos, sus costos totales y unitarios se calculan con base a la capacidad máxima instalada de 7,000 libras mensuales o 91,000 libras anuales.

Para alcanzar esta capacidad se tiene en cuenta que las plántulas vienen en bolsas plásticas y es actualmente el que más se emplea porque es práctico y ajustable a los diferentes niveles de inversión, donde este arroja una producción promedio por cosecha de 91,000 libras, (cada cosecha ocurre durante 8 a 11 meses), además de depender del clima y el cultivo, por lo que se obtiene una producción de 7,000 libras para el primer año.

4.5.6 Costos fijos. A continuación en la tabla 40 se conocerán los costos fijos y variables de la empresa uva Isabella Ocañerita S.A.S.

Tabla 40.

Costos fijos y variables de la empresa uva Isabella Ocañerita S.A.S.

Costos variables	Valor mensual	Valor anual
Agua	\$209,940	\$2,519,280
Electricidad	\$70,000	\$840,000
Publicidad	\$345,000	\$4,140,000
Costos fijos		
Arriendo	\$500,000	\$6,000,000
Teléfono	\$50,000	\$600,000
Útiles de aseo	\$50,000	\$840,000
Pagos legales	\$50,000	\$840,000
Total	\$1,665,000	\$15,779,280

Nota. Fuente: Autores del proyecto.

En la Tabla 41, se presentan los Gastos materia en el empaque de la uva Isabella año 1,

Tabla 41.

Gastos en el empaque de la uva Isabella en el año 1.

Materiales para el empaque	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Bandejas	Unidad	91,000	60	5,460,000
Plástico	Metros	1,500	1,500	65,000

Tabla 41. (Continuación)

Etiquetas y papel	Unidad	91,000	50	4,550,000
Total		88,560		10,075,000

Nota. Fuente: Autores del proyecto.

Costos para producir una bandeja de uva Isabella.

Por medio de la Tabla 42, se dará a conocer que precio tiene producir una bandeja de uva Isabella, teniendo en cuenta los siguientes aspectos.

Tabla 42.

Costos para la producción de una bandeja de uva Isabella.

Aspectos tenidos en cuenta	Costos 1 Año
Personal	78,151,392
Insumos	52,340,462
Costos fijos y variables	15,779,280
Gastos de empaque	10,075,000
Total	156,346,134

Nota. Fuente. Autores del proyecto.

Luego de realizar la Tabla 42, presentada anteriormente se desarrolla el siguiente proceso para conocer que costo tiene producir una bandeja de uva Isabella en la empresa uva Isabella Ocañerita S.A.S:

$$\frac{\$155,594,832}{\$91,000} = \$ 1,718$$

Por otra parte en la Tabla 43, se puede dar a conocer algunas empresas que producen la uva Isabella y el costo que tiene para ellas producir cada bandeja.

Tabla 43.*Costo de producción de una bandeja en diferentes ciudades.*

Ciudades	Nombre de las empresas	Precio \$
Bogotá	Frucasa S.A.S	2,950
Bucaramanga	Gran abastos	1,800
Boyacá	Macro	2,300
Ocaña	Fruterías	2,000

Nota. Fuente. Autores del proyecto.

Por medio de la información presentada anteriormente se pudo analizar que producir uva Isabella en el municipio de Ocaña es rentable, ya que al comprarla a distribuidores de otras ciudades el producto no se encuentra fresco debido a los aditivos químicos que utilizan para preservar el producto y se deben pagar valores agregados por el envío y el transporte.

4.5.7 Depreciación.

Manejo de depreciación. La depreciación es el desgaste de los activos fijos en la vida útil. Se entiende por vida útil el lapso durante el cual se espera que estos activos contribuyan a la generación de ingresos de la empresa, los cuales serán calculados por el método de línea recta y se encuentran presentadas en la Tabla 44.

Tabla 44.*Depreciaciones de la empresa uva Isabella Ocañerita S.A.S.*

Activo a depreciar	Vida útil	Valor del activo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo de oficina	5 años	1,152,400	921,920	691,440	460,960	230,480	0
Equipo de comunicación y computación	5 años	997,440	797,952	598,464	398,976	199,488	0
Maquinaria y equipo	10 años	679,254	611,329	543,404	475,479	407,554	339,629

Nota. Fuente. Autores del proyecto.

Proyección de precios y ganancias.

Se proyecta una venta de 7.000 libras de uva al mes; 500 gramos por bandeja de uva, las cuales serán vendidas a \$1,800 pesos cada bandeja, la cual aumentara 3,9% y en los años siguientes en 0,1% más, teniendo en cuenta que esta información fue obtenida del DANE, el cual permite conocer que el valor del IPC en el mes de septiembre es este. Por medio de la Tabla 45, se puede conocer toda la información mencionada anteriormente.

Tabla 45.

Proyección de precios y ganancias.

Años Ítems	1	2	3	4	5
Producción	91,000 Libras,	91,00 libras	91,000 libras	91,000 libras	91,000 libras
Valor bandeja	\$1,800	\$1,870	\$1,945	\$2,056	\$2,142
Ingresos	\$163,800,000	\$170,170,000	\$176,995,000	\$187,096,000	\$194,922,000

Nota: Fuente Autores del proyecto

4.5.8 Punto de equilibrio

PEU= Costos fijos* Unidades producidas/ Ventas totales- Costos variables

PEU= 650,000* 91,000/163, 800,000-624,940

PEU = 59, 150, 000,000/163, 175,060

PEU = 362 Libras

La empresa uva Isabella Ocañerita S.A.S, debe vender 70 cajas por semana con un peso de 25 libras por caja, lo cual arroja un total de 280 cajas mensuales y 3,640 cajas anuales para no perder ni ganar; es decir, mantener un punto de equilibrio.

4.5.9 Estados financieros

Balance inicial. Se hace al momento de iniciar una empresa, en el cual se registran los activos, pasivos y patrimonio con que se constituye e inician operaciones. Cuando se crea una nueva empresa se requiere que los socios aporten una serie de activos y posiblemente se deba incurrir en algunas obligaciones para poder operar o adquirir los activos, lo que en su conjunto conforman el balance inicial, de otra parte los aportes sociales estarán conformados por la inversión realizada por los socios

BALANCE INICIAL

EMPRESA “UVA ISABELLA OCAÑERITA S.A.S”

ACTIVO		
ACTIVO CORRIENTE		\$0
DISPONIBLE		
Caja	\$35, 538,117	
INVENTARIOS		
Insumos	\$	
ACTIVO FIJO		
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		\$
Construcciones y edificaciones	\$ 0	
Maquinaria y equipo	\$	
Equipo de oficina	\$	
Equipo de comunicación y computación		
ACTIVO DIFERIDO		
CARGOS DIFERIDOS		

Útiles y papelería		
Publicidad		
Diferidos	\$	
Imprevistos		
TOTAL ACTIVO		\$
PASIVO		
OBLIGACIONES FINANCIERAS		
Bancos Nacionales	\$	
TOTAL PASIVO		\$
PATRIMONIO		
CAPITAL SOCIAL		
Aportes Sociales	\$35, 538,117	
TOTAL PATRIMONIO		\$35, 538,117
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	<u>\$35, 538,117</u>	

Balance general proyectado

	1	2	3	4	5
Caja	37,315,022	39,180,773	41,139,812	43,196,803	45,356,643
Maquinaria y equipo	23,057,878	0	0	0	0
Equipo de oficina	1,618,640	0	0	0	0
Equipo de comunicación y computación	997,440	0	0	0	0
Total activo	62,988,980				
Diferidos	9,419,132				
Aportes Sociales	37,315,022	39,180,773	41,139,812	43,196,803	45,356,643
TOTAL PATRIMONIO	37,315,022	39,180,773	41,139,812	43,196,803	45,356,643
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	37,315,022	39,180,773	41,139,812	43,196,803	45,356,643

Estado de resultado. Por medio de la Tabla 46 se muestra los movimientos de ingresos, costos y gastos a realizarse durante el desarrollo de la actividad de la empresa y proyectar el

resultado neto de la misma, al cabo de los 5 años siguientes a su creación, pudiendo ser Utilidad o Pérdida el resultado neto.

Tabla 46.

Estado de resultados.

	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
	1	2	3	4	5
Ventas netas	\$163,800,000	\$170,170,000	\$176,995,000	\$187,096,000	\$194,922,000
- Costos de variables	7,499,280	7,874,244	8,267,956	8,681,354	9,115,422
=UTILIDAD BRUTA	156,300,720	162,295,756	168,727,044	178,414,646	185,806,578
- Gastos de operación	78,151,392	99,357,619	104,325,500	109,541,774	115,018,862
-GASTOS GENERALES	15,779,280	16,568,244	17,396,656	18,266,489	19,179,813
-					
DEPRECIACIÓN	2,829,094	2,829,094	2,829,094	2,829,094	2,829,094
-diferidos	9,419,132	8,759,132	8,759,132	8,759,132	8,759,132
=GANANCIAS ANTES DE IMPUESTO	50,121,822	34,781,667	35,416,662	39,018,157	40,019,677

Nota. Fuente. Autores del proyecto.

4.5.10 Flujo de efectivo proyectado

Flujo de efectivo. Es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
INGRESOS	\$163,800,000	\$170,170,000	\$176,995,000	\$187,096,000	\$194,922,000
-GASTOS	78,151,392	99,357,619	104,325,500	109,541,774	115,018,862
= FLUJO AJUSTADO DE EFECTIVO	85,658,608	70,812,381	72,669,500	77,554,226	79,903,138

Ebidta. Teniendo en cuenta los resultados positivos en los cinco años proyectados en la empresa uva Isabella Ocañerita S.A.S, se puede desarrollar el Ebidta, el cual se presenta en la

Tabla 47, debido a que este consiste básicamente en mostrar la liquidez inmediata de la empresa, además de valorar la capacidad de generar beneficios indicando resultados positivos. Por otra parte incluye todos los gastos de la empresa, muestra más claramente el dinero que le queda para pagar sus deudas aspecto que no sucede en la empresa uva Isabella Ocañerita S.A.S.

Tabla 47.

Ebidta

EBIDTA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad bruta	156,300,720	162,295,756	168,727,044	178,414,646	185,806,578
- Gastos de producción	78,151,392	99,357,619	104,325,500	109,541,774	115,018,862
EBIT	78,149,328	62,938,137	64,401,544	68,872,872	70,787,716
+ Costos de depreciación	2,829,094	2,829,094	2,829,094	2,829,094	2,829,094
+ Costos de amortización	0	0	0	0	0
EBITDA	80,978,422	65,767,231	67,230,638	71,701,966	73,616,810

Nota. Fuente. Autores del proyecto.

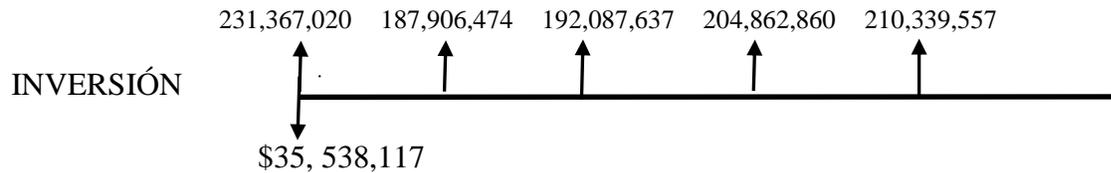
Flujo de caja libre. Por medio de esta operación se puede determinar la parte del beneficio empresarial que se puede repartir entre los socios de la empresa, donde lo que se debe hacer es tomar el valor del Edibta y multiplicarlo por 1 para luego sumarle el 35%, como se observa a continuación.

EBIDTA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	80,978,422	65,767,231	67,230,638	71,701,966	73,618,810
Flujo de caja libre (1-35%)	231,367,020	187,906,474	192,087,637	204,862,860	210,339,557

4.6 Estudio económico. La evaluación económica de la empresa permite analizar la viabilidad del proyecto mediante los siguientes factores:

Valor Presente Neto, Tasas Interna de Retorno y La Razón Costo Beneficio

Valor Presente Neto (VPN). Es el método más conocido a la hora de evaluar proyectos de inversión a largo plazo. El Valor Presente Neto permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero. Para el cálculo del VPN se toma una tasa de rentabilidad del 14% anual obtenida del Banco de la Republica de Colombia siendo esta la tasa de captación de las entidades financieras, el proyecto se realizará con aportes de \$35, 538,117 millones.



$$\text{VPN} = \frac{231,367,020}{(1+0,14)^1} + \frac{187,906,474}{(1+0,14)^2} + \frac{192,087,637}{(1+0,14)^3} + \frac{204,862,860}{(1+0,14)^4} + \frac{210,339,551}{(1+0,14)^5}$$

$$\text{VPN} = \$ 202,953,526 + \$144,587,930 + \$129,653,684 + \$121,295,259 + \$109,243,772$$

$$\text{VPN} = \$707,734,171$$

El resultado permite argumentar que el proyecto a pesos de hoy genera una ganancia adicional y por lo tanto el resultado es satisfactorio, ya que el resultado del Valor Presente Neto supera el valor de la inversión.

Tasa Interna de Retorno (TIR). Es la tasa que iguala el valor presente neto cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje.

Tasa 1:

TIR al 14%

$$\text{TIR} = \frac{231,367,020}{(1+0,14)^1} + \frac{187,906,474}{(1+0,14)^2} + \frac{192,087,637}{(1+0,14)^3} + \frac{204,862,860}{(1+0,14)^4} + \frac{210,339,551}{(1+0,14)^5}$$

VPN = \$707, 734,171

Tasa 2:

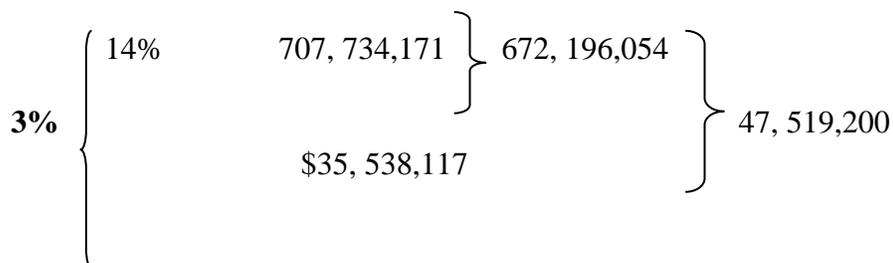
TIR al -17%

$$\text{TIR} = \frac{231,367,020}{(1+0,17)^1} + \frac{187,906,474}{(1+0,17)^2} + \frac{192,087,637}{(1+0,17)^3} + \frac{204,862,860}{(1+0,17)^4} + \frac{210,339,551}{(1+0,17)^5}$$

TIR = \$ 197,749,590 \$137,268,226 \$119,933,865 \$109,325,075 \$95,938,215

TIR = \$660, 214,971

INTERPOLACIÓN.



17% 660, 214,971

$$X = \frac{672, 196,054}{47, 519,200} = 14,15\%$$

TIR= 14,15%

Con este indicador se busca establecer el porcentaje con el que ingresa la inversión inicial durante los cinco años proyectados. Con el establecimiento de dos tasas para la interpolación se pretende encontrar un porcentaje promedio de recuperación, en el caso concreto se utilizó una tasa igual a la base que es del 14%, y una tasa superior del 17%; la empresa gana el 14,15% de la inversión.

Valor Actual Neto

$$\text{VPN} - \text{INVERSIÓN} = 707, 734,171 - 35, 538,117 = 672, 196,054$$

VAN= 672, 196,054

Arrojó un resultado positivo lo que indica que el proyecto es viable para la empresa.

Razón costo beneficio

$$\text{RAZÓN COSTO BENEFICIO} = \frac{\text{FLUJOS POSITIVOS}}{\text{FLUJOS NEGATIVOS}} = \frac{707, 734,171}{35, 538,117} = 20$$

La razón costo beneficio indica que por cada peso invertido cuanto se va a poder recuperar en el proyecto, en este caso el indicador es favorable, ya que por cada peso invertido se gana 20 en los 5 años proyectado.

4.7 Estudio socio ambiental.

La uva Isabella es una planta que se adapta muy fácilmente y el clima de Ocaña es muy favorable para que este tipo de cultivo se desarrolle naturalmente, logrando que esta no requiera de muchos aditivos químicos. La empresa productora y comercializadora de uva Isabella Ocañerita S.A.S, desea ofrecer grandes aportes al desarrollo social, económico y regional del municipio de Ocaña, mediante la generación de empleo y ofreciendo una opción innovadora de producción de uva Isabella orgánica que no cause daños al medio ambiente y a la comunidad en el momento de su consumo.

Por esta razón la empresa no es ajena a la necesidad de cuidar el medio ambiente, por esto desde un comienzo se pensó en que esta debía ser una empresa sostenible y congruente con el cuidado del medio ambiente, además de querer ser diferentes a las empresas ya creadas que se encargan de comercializar la uva Isabella en el municipio, donde en muchas ocasiones se deben aplicar demasiados aditivos químicos ,debido a las horas de transporte que deben tener el producto para llegar hasta su destino final.

Por consiguiente se desea utilizar abonos como gallinaza o urea, los cuales son residuos provenientes de los animales de la finca Villa Andrea, que hacen que el cultivo sea aún más

natural, también se desea utilizar la menor cantidad de químicos que puedan causar contaminación química al medio ambiente y de ser necesarios se trataran de aplicar fungicidas naturales o de ser mayores los daños en el cultivo se buscaran aquellos que no causen tantos daños al medio ambiente y al cultivo en general.

De esta manera la empresa uva Isabella Ocañerita S.A.S desea convertirse en ejemplo para la creación de empresas que ofrezcan productos naturales, ya que la mayoría de frutas, hortalizas, verduras y productos enlatados vienen con aditivos químicos, venenos o son demasiados procesadas, lo que ocasiona daños al medio ambiente y a la salud del ser humano.

Capítulo 5. Conclusiones

En el estudio de mercados se pudo concluir que la uva Isabella es una de las frutas más predominantes en el mercado del municipio de Ocaña, debido a los grandes beneficios y usos con los que cuenta. Por otra parte las fruterías están dispuestas apoyar la creación de una empresa productora y comercializadora de uva Isabella, *vitis labrusca*, ya que esta uva viene desde el Huila y Valle del Cauca, lo que representa muchas horas de transporte y por lo tanto el producto no se encuentra fresco y natural, lo que representa mayor valor y poca facilidad al momento de ser comprada por las fruterías del municipio.

Por medio del estudio administrativo se dio a conocer el tipo de empresa que se debe crear, como también la estructura organizacional que se debe diseñar, con el fin de lograr la creación de una empresa bien organizada y que beneficie a la comunidad.

Entre otros aspectos en el estudio técnico se pudo concluir que las condiciones climáticas del municipio de Ocaña son aptas para el cultivo de uva Isabella, lo que resulta ser de gran beneficio al momento de crear la empresa, además se dio a conocer todos los aspectos relacionados con el municipio, la finca “Villa Andrea”, donde se desea crear la empresa, los materiales necesarios y el proceso del cultivo de uva Isabella.

De otra parte y después de realizar el estudio financiero y económico se pudo establecer que el proyecto es viable, ya que la ganancia de los cinco años proyectada es mayor que la inversión realizada por los socios.

El proyecto es amigable con el ambiente, ya que se desea crear una empresa orgánica, donde la población de Ocaña se verá beneficiada con un producto rico en proteínas y vitaminas tratado con todos los cuidados, de forma natural y que resulta ser una manera saludable para la salud del consumidor.

Capítulo 6. Recomendaciones

En primer lugar se recomienda que la empresa uva Isabella Ocañerita S.A.S tenga un debido cuidado con el cultivo de uva Isabella, aunque es de sencillo proceso también es de mucho cuidado, pues se deben cumplir con unos requerimientos higiénicos muy importantes para que la calidad de la uva no se vaya a ver afectada con ningún tipo de bacteria o insectos, además de eso mantener en constante vigilancia y monitoreo la temperatura y humedad requerida para el cultivo.

Por otra parte se recomienda mantener la naturalidad del producto, ya que se desea crear una empresa orgánica que ofrezca uva Isabella de alta calidad, sin aditivos químicos, fresca y lista para su consumo.

Otro aspecto a tener en cuenta es que la empresa cuente con un equipo de trabajo comprometido con la región, la empresa, el medio ambiente y la calidad del producto.

De otra parte se recomienda a la empresa que traten de ampliar su mercado objeto, ya que este es un producto de alto consumo, no solo en la región sino en todo el país en general por sus usos y sus beneficios para la salud.

Se le recomienda a la empresa estar en constantes capacitaciones para lograr estar a la vanguardia con las nuevas tecnologías y técnicas para mejorar el mercado.

De igual forma es conveniente replantear la cantidad de personas a emplear para la producción, logrando con esto reducción los costos y gastos generando mayor rentabilidad para la empresa.

Por último se le recomienda a la empresa implementar un empaque más consiente con el medio ambiente, donde se podría tener en cuenta la bolsa hermética biodegradable, debido a que la empresa uva Isabella Ocañerita S.A.S desea ofrecer un producto orgánico, fresco y natural sin llegar a causar daños al medio ambiente.

Referencias

- Albarracín Medina, A. (2006). Desarrollo de la fruticultura en el Norte de Santander. Bogotá: Ministerio de agricultura y desarrollo rural.
- Almanza Merchán, P. J. (2011). Determinación del crecimiento y desarrollo del fruto de vid (*Vitis vinifera* L.) bajo condiciones de clima frío tropical. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Anónimo. (2015). Mercado mundial de la uva oferta, demanda y proyecciones. Obtenido de http://prospectiva2020.com/sites/default/files/report/files/re_-_uvas_-_ene_2015.pdf
- Anonimo. (Enero de 2015). Prospectiva 2020. Obtenido de http://prospectiva2020.com/sites/default/files/report/files/re_-_uvas_-_ene_2015.pdf
- Anonimo. (19 de Abril de 2017). Vicoso. Obtenido de Vicoso: <http://www.vicosacr.com>
- Arias, M. (26 de Mayo de 2013). Las dificultades y oportunidades que enfrentan los cultivos de fruta del norte del Valle. Obtenido de <http://www.elpais.com.co/valle/las-dificultades-y-oportunidades-que-enfrentan-los-cultivos-de-fruta-del-norte-del.html>.
- Banco de la República. (2015). Oferta y demanda. Obtenido de http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/oferta_y_demanda.
- Benetti, C. (1999). El problema de la tradición clásica y marxista.
- Cámara de comercio de Calí. (2014). Las frutas del Valle del Cauca. Calí: Enfoque competitivo.
- Cataño, J. F. (1991). Teoría marxista de la mercancía: ambigüedades y alternativas contemporáneas. *Lecturas de economía*, n. 34.
- Ceballos, Y., Figueroa, A., Giraldo, D., Gomez, A., Montaña, L., Velasco, M., & Mazo, C. (2017). Elaboración de pan son adición harina orujo de uva Isabella como componente funcional. Palmira: Universidad nacional de Colombia.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2016). Estudio economico de America Latina. Bogotá.
- Como patentar en Colombia. (s.f.). Obtenido de <http://www.javeriana.edu.co/sinfo/patentesColombia.htm>
- Congreso de Colombia. (2011). Ley 09 de 1979. Bogotá: Ediciones Norma.
- Consumer. (2017). Consumer Eroski. Obtenido de <http://frutas.consumer.es/uva/origen-y-variedades>

- Consumer, E. (2017). Eroski Consumer. Obtenido de <http://frutas.consumer.es/uva/origen-y-variedades>
- Consumer.es. (2017). Origen y variedad. Obtenido de <http://frutas.consumer.es/uva/origen-y-variedades>.
- Cuartaedad.com. (07 de Enero de 2010). El resveratrol y los beneficios de la uva negra para la salud. Obtenido de <http://www.cuartaedad.com/articulos/resveratrol-beneficios-uva-negra-para-salud/>: <http://www.cuartaedad.com/articulos/resveratrol-beneficios-uva-negra-para-salud/>
- Diaz, H. (2015). Enfermedades mas frecuentes del oido.
- Diaz, H. (6 de Octubre de 2015). Enfermedades más frecuentes del oído. Obtenido de <http://www.elnuevodiario.com.ni/suplementos/ellas/372636-enfermedades-mas-frecuentes-oido/>.
- Distribuciones, R. (s.f.). Sra Fruta. Obtenido de <http://www.srafruta.com.co/uva.html>
- Edysma. (10 de Enero de 2013). Zipmec. Obtenido de <https://www.zipmec.com/es/uva-historia-produccion-comercio.html>
- El economista.com. (6 de Febrero de 2017). Precio del dinero aumenta y afecta. Obtenido de <http://eleconomista.com.mx/mercados-estadisticas/2017/02/06/precio-dinero-aumenta-afecta>.
- El tiempo. (19 de Febrero de 2001). Producción de la uva Isabella asegura financiación. Obtenido de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-617201>.
- Fontaine, E. (2008). Evaluación social de proyectos. Chile: Decimotercera edición.
- Franquesa, M. (15 de Abril de 2016). Los Cultivos de secano. Obtenido de <https://www.agroptima.com/blog/los-cultivos-de-secano/>.
- Galeom.com. (2017). Datos de Ocaña. Obtenido de <http://suenosdeprimavera.galeon.com/enlaces2109281.html>.
- Gestiopolis. (s.f.). Política organizacional. Concepto y esquema en la empresa. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/politica-organizacional-concepto-y-esquema-en-la-empresa/>
- Hernandez, J., Trujillo, Y., & Duran, D. (2011). Contenido fenológico e identificación de levaduras de importancia vínica de la uva Isabella (*Vitis labrusca*) procedentes de Villa del Rosario (Norte de Santander). Vitae, Revista de la facultad de química farmacéutica, 18, 25.

- Hernández, T. (Enero de 2011). CONTENIDO FENÓLICO E IDENTIFICACIÓN DE LEVADURAS DE IMPORTANCIA VÍNICA DE LA UVA ISABELLA (*Vitis labrusca*) PROCEDENTE DE VILLA DEL ROSARIO (Norte de Santander). *Scielo*, 18(1).
- Interempresas Media, S. (2017). Obtenido de <http://www.frutas-hortalizas.com/Frutas/Origen-produccion-Uva.html>
- J, W., Stanton, M., Etzel, B., & Walker, J. (2015). *Fundamentos de Marketing*. 14ta Edición.
- Kotler, P. (2003). *Fundamentos de Marketing*. México: 6ª edición, Pearson Educación de México, S.A.
- Malablancayenbotella. (28 de Octubre de 2008). Teoría de la transparencia. Obtenido de <http://www.malablancayenbotella.com/2006/12/teoría-de-la-transparencia-ii.html>.
- Malcom, P. (1991). *El servicio al cliente: guía para mejorar la atención y la asistencia*. España: Ediciones Deusto.
- Mendez Morales, J. S. (2015). *Economía y la empresa*. Bogotá: Editorial McGraw-Hill. Segunda edición.
- Mestizos.net. (25 de Junio de 2012). Teoría de las empresas. Obtenido de <http://www.mestizos.net/teoria-de-la-empresa.html>.
- Multiplantas.com. (6 de Enero de 2011). Propiedades de la Uva negra. Obtenido de <http://multiplantas.com/propiedades-de-la-uva-negra/>.
- Notas de Clase. (s.f.). Sociedad por Acción Simplificada. Obtenido de <http://www.eafit.edu.co/escuelas/administracion/consultorio-contable/Documents/Nota%20de%20clase%2018%20SAS.pdf>
- Pedro Almanza, A. R. (2015). *Evaluación, Ciencia y agricultura*.
- Pedro Almanza, A. R. (2015). Evaluación sensorial del vino artesanal de uva Isabella (*Vitis labrusca* L). 12.
- Pineda Erazo, R. A. (2015). *Proyectos y presupuestos*. Littio.
- Pinilla, J. G. (2016). *Agronegocios*. (A. Solano, Editor) Obtenido de <http://www.agronegocios.co/noticia/colombia-duplicaria-su-produccion-de-uva-y-el-valle-del-cauca-es-el-lider>
- Pinilla, J. G. (2016). COLOMBIA DUPLICARÍA SU PRODUCCIÓN DE UVA Y EL VALLE DEL CAUCA ES EL LÍDER. (A. Solano, Ed.) *AGRONEGOCIOS. PROPIEDADESDE.NET*. (s.f.). Recuperado el 3 de Abril de 2017, de <http://propiedadesde.net>

- Puig Orriols, M. (11 de Junio de 2010). La Oferta y la Demanda. Obtenido de <http://natalia1-economiadempresablogspot.com.co/2010/07/la-oferta-y-la-demanda-marta-puig.html>.
- Quintero, G. A. (2016). Ufpso. Obtenido de <https://ufpso.edu.co/ocana>
- Regmurcia. (2011). Recuperado el 1 de Abril de 2017, de http://www.regmurcia.com/servlet/s.SI?sit=c,543,m,2715&r=ReP-19972-DETALLE_REPORTAJESPADRE
- Regmurcia. (s.f.). Region de murcia digital. Recuperado el 03 de Abril de 2017, de http://www.regmurcia.com/servlet/s.SI?sit=c,543,m,2715&r=ReP-19973-DETALLE_REPORTAJESPADRE
- Regmurcia. (s.f.). Regmurcia. Recuperado el 1 de Abril de 2017, de http://www.regmurcia.com/servlet/s.SI?sit=c,543,m,2715&r=ReP-19972-DETALLE_REPORTAJESPADRE
- Remedios populares.com. (20 de Julio de 2017). Inicio » Alimentos curativos » Remedios con uvas y sus propiedades. Obtenido de <http://www.remediospopulares.com/uva.html>. remediospopulares.com. (2006).
- República de Colombia. (2006). Código de Comercio. Bogotá: Momo ediciones.
- República de Colombia. (2011). Decreto 3075 de diciembre 23 de 1997. Bogotá.
- República de Colombia. (2012). Constitución Política de Colombia. Bogotá: Ediciones Cupido.
- Sabalain, C. (2009). Introducción de Conceptos Básicos El Medio Ambiente y la Estadística. Chile: Cepal.
- Sánchez Santana, L. A. (2011). Economía empresarial. Mc Graw Hill. Segunda edición.
- Sapag, N. (2007). Proyectos de Inversión. Formulación y Evaluación. México: Pearson.
- Sena. (s.f.). Manejo poscosecha y comercialización de la UVA. Recuperado el 2 de Abril de 2017, de <http://www.banrepcultural.org>
- Sociedades. (s.f.). Obtenido de <http://www.unilibre.edu.co/CienciasEconomicas/Webcontaduria/estudie/Conta/ContaSoci.htm>
- Supermujer. (2017). La uva y sus propiedades. Obtenido de <https://www.supermujer.com.mx/144-bajar-de-peso/la-uva-y-sus-beneficios>.
- Tiempo, E. (19 de Febrero de 2001). PRODUCCIÓN DE LA UVA ISABELLA ASEGURA FINANCIACIÓN.

- Turismo de vino.com. (2011). Varietales y tipos de uva. Obtenido de <https://turismodevino.com/saber-de-vino/tipos-de-uva-en-el-vino/>.
- Valle, E. T. (2016). Valle del cauca le apuesta a la cosecha de agua mediante la implementacion de reservorios. Frutas & hortalizas(47).
- Vicosa. (2016). Recuperado el 19 de 4 de 2017, de Vicosa: <http://www.vicosacr.com>
- Vicosa. (2016). Obtenido de [http://www.vicosacr.com/es/Preguntas-Frecuentes/Propiedades-de-la-Uva-Isabella-\(Uva-negra-Vitis-Labrusca\)](http://www.vicosacr.com/es/Preguntas-Frecuentes/Propiedades-de-la-Uva-Isabella-(Uva-negra-Vitis-Labrusca))
- Vicosa. (2016). Vicosa. Recuperado el 04 de Abril de 2017, de [http://www.vicosacr.com/es/Preguntas-Frecuentes/Propiedades-de-la-Uva-Isabella-\(Uva-negra-Vitis-Labrusca\)](http://www.vicosacr.com/es/Preguntas-Frecuentes/Propiedades-de-la-Uva-Isabella-(Uva-negra-Vitis-Labrusca))
- Vida naturalia. (2017). Tabla de Oligoelementos: Función, Alimentos y Suplementos. Obtenido de <http://www.vidanaturalia.com/tabla-de-oligoelementos-funcion-alimentos-y-suplementos/>.
- Vinetuour la revista digital de vino. (2012). ¿Qué tipos de uvas se emplean para producir vinos? Obtenido de <https://www.vinetur.com/20081109118/las-variedades-de-uva.html>.
- wikipedia, s. (2012). Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Ocaña_\(Norte_de_Santander\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Ocaña_(Norte_de_Santander))

Apéndice

Apéndice 1. Cuestionario dirigido a los comercializadores de uva Isabella, en el municipio de Ocaña.

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA.
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

OBJETIVO: Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de uva Isabella, en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

Fecha _____

Nombre del establecimiento _____

Seleccione con una x la opción que usted considere correcta.

1. ¿Vende usted uva Isabella en su establecimiento de comercio?

Sí___ No___

2. ¿Qué tipo de uva vende?

a) Uva Isabella _____ b) Uva americana _____ c) Uva peruana _____ d) Uva chilena _____ e)

¿Otra, cuál? _____

3. ¿Con que frecuencia vende la uva?

a) Diario _____ b) Semanal _____ c) Quincenal _____

d) Mensual _____ e) Otro, ¿Cuál? _____

4. ¿Cuánta uva compra para vender?

a) Gramos _____ b) Kilos _____ c) Libras _____

d) Cajas (incluir peso) _____ e) Otro, ¿Cuál? _____

5. Mencione 2 de sus proveedores de uva.

a) _____

b) _____

6. ¿Qué presentación utiliza para vender la uva en su establecimiento de comercio?

a) Bolsa de polietileno _____

b) Bandeja de icopor _____

c) Canasta de plástico _____

d) ¿Otro___ cuál? _____

7. ¿Cuál es el rango de precios en el que se encuentra el valor de la uva que vende en su establecimiento?

a) \$1.500 a \$2.000 _____ c) \$2.000 a 2.500 _____

b) \$2.500 a \$3.000 _____ d) Otro precio \$ _____

8. ¿Qué características tiene en cuenta a la hora de comprar uva? (Priorice de 1 a 5 donde, 5 es más importante y 1 menos importante)

- a) Precio _____
- b) Calidad _____
- c) Marca _____
- d) Presentación _____
- e) Tamaño _____
- f) Otros _____

9. ¿Qué forma de pago que utiliza?

- a) Contado _____
- b) Crédito _____
- c) Credicontoado _____
- d) ¿Otro, cuál? _____

10. ¿Si existiera en la región una empresa productora y comercializadora de uva Isabella, estaría interesado en el producto?

- a) Si _____
- b) No _____

¿Por qué?

¡AGRADECEMOS SU GENTIL Y VALIOSA COLABORACION!