	<b>UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA</b>			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	<b>FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO</b>	<b>F-AC-DBL-007</b>	<b>10-04-2012</b>	<b>A</b>
	Dependencia	Aprobado	Pág.	
	<b>DIVISIÓN DE BIBLIOTECA</b>	<b>SUBDIRECTOR ACADEMICO</b>	<b>1(122)</b>	

## RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	<b>LEDDY JOHANNA SANDOVAL SEPULVEDA</b>		
FACULTAD	<b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS</b>		
PLAN DE ESTUDIOS	<b>ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS</b>		
DIRECTOR	<b>CARMEN AMANDA IBAÑEZ RUEDA</b>		
TÍTULO DE LA TESIS	<b>PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE VINO DE COCOTA EN LA CIUDAD DE OCAÑA, QUE SE CONVIERTA EN UNA ALTERNATIVA DE INVERSIÓN EN LA REGIÓN</b>		
<b>RESUMEN</b> (70 palabras aproximadamente)			
<p>EL TIPO DE INVESTIGACIÓN FUE DESCRIPTIVA, EL INSTRUMENTO LA ENCUESTA Y LA ENTREVISTA MEDIANTE LA APLICACIÓN DEL CUESTIONARIO DIRIGIDO A LAS UNIDADES FAMILIARES Y A LAS PERSONAS QUE CONOCEN SOBRE EL CULTIVO DE LA COCOTA, EL PROCESO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN, FUE REALIZADA POR LA AUTORA DEL PROYECTO, QUIEN ANALIZÓ LOS RESULTADOS EN FORMA CUANTITATIVA Y CUALITATIVA. EN LA REALIZACIÓN DEL PROYECTO SE PUDO CONOCER LA BUENA ACEPTACIÓN DE LA EMPRESA Y SU PRODUCTO, ASÍ MISMO SE REALIZARON LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES QUE PERMITE LA DETERMINACIÓN EN FORMA CONCISA DE RESULTADOS FAVORABLES PARA LA ORGANIZACIÓN.</p>			
<b>CARACTERÍSTICAS</b>			
PÁGINAS: 122	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM:1



**PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE VINO DE COCOTA EN LA  
CIUDAD DE OCAÑA, QUE SE CONVIERTA EN UNA ALTERNATIVA DE  
INVERSIÓN EN LA REGIÓN**

**LEDDY JOHANNA SANDOVAL SEPULVEDA**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
OCAÑA  
2015**

**PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE VINO DE COCOTA EN LA  
CIUDAD DE OCAÑA, QUE SE CONVIERTA EN UNA ALTERNATIVA DE  
INVERSIÓN EN LA REGIÓN**

**LEDDY JOHANNA SANDOVAL SEPULVEDA**

**Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de  
Administradora de Empresas**

**Directora  
CARMEN AMANDA IBAÑEZ RUEDA**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
PLAN DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
OCAÑA  
2015**

## CONTENIDO

	pág.
<u>INTRODUCCIÓN</u>	14
<u>1. PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE VINO OCAÑERO DE COCOTA LTDA EN LA CIUDAD DE OCAÑA, QUE SE CONVIERTA EN UNA ALTERNATIVA DE INVERSIÓN EN LA REGIÓN</u>	16
<u>1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</u>	16
<u>1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</u>	16
<u>1.3 OBJETIVOS</u>	16
1.3.1 Objetivo general	16
1.3.2 Objetivos específicos	16
<u>1.4 JUSTIFICACION</u>	17
<u>1.5 DELIMITACIÓN</u>	17
1.5.1 Geográfica	17
1.5.2 Temporal	17
1.5.3 Conceptual	17
1.5.4 Operativa	17
<u>2. MARCO REFERENCIAL</u>	18
<u>2.1 MARCO HISTÓRICO</u>	18
2.1.1. Historia de las empresas de vinos en el mundo	18
2.1.2. Historia de las empresas de vinos en Colombia	19
2.1.3. Historia de las empresas de vinos Ocaña	20
2.1.4 Antecedentes del cultivo de cocota	21
<u>2.2 MARCO CONCEPTUAL</u>	21
2.2.1 La empresa	22
2.2.2 Proceso administrativo	22
2.2.3 Estudio de factibilidad	25
2.2.4 Producción	26
2.2.5 La Competitividad	27
2.2.6 Sector vitícola o vitivinícola	27
<u>2.3 MARCO LEGAL</u>	30
2.3.1 Código de Comercio	34
2.3.2 El Estatuto Tributario - 2015	36
2.3.3 Cámara de Comercio	36
2.3.4 Impuesto de Industria y Comercio	37
<u>3. DISEÑO METODOLÓGICO</u>	38
<u>3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN</u>	38
<u>3.2 POBLACIÓN</u>	38
<u>3.3 MUESTRA</u>	38
3.3.1 Determinación de la muestra	38

3.3.2 Prueba de viabilidad de la muestra	39
3.3.3 Selección de la muestra	39
3.3.4 Muestra estratificada	40
<u>3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN</u>	40
<u>3.5 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN</u>	40
3.5.1 Encuesta dirigida a las unidades familiares de los estratos 1, 2,3 y 4 de la ciudad de Ocaña	40
<u>3.6 ANÁLISIS DE RESULTADOS</u>	50
<u>4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO</u>	51
<u>4.1 MISIÓN</u>	51
<u>4.2 VISIÓN</u>	51
<u>4.3 OBJETIVOS, PRINCIPIOS Y VALORES CORPORATIVOS</u>	52
4.3.1 Objetivos	52
4.3.2 Principio y valores	52
<u>4.4. ORGANIGRAMA DE VINO DE COCOTA LTDA</u>	53
<u>4.5 MANUAL DE FUNCIONES</u>	54
<u>4. 6 ESTUDIO LEGAL</u>	60
<u>4.7 ESTATUTOS DE VINO DE COCOTA LTDA</u>	67
<u>4.8 MANUAL DE HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL PARA VINO DE COCOTA LTDA</u>	77
<u>5. ESTUDIO TECNICO</u>	94
<u>5.1 DIMENSIONES DEL MERCADO</u>	94
5.1.1 Tamaño del proyecto	94
5.1.2 Proyección de la capacidad del proyecto	94
5.1.3 Demanda anual	94
<u>5.2 INSUMOS</u>	96
<u>5.3 REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO</u>	96
<u>5.4 REQUERIMIENTO DE PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</u>	96
<u>5.5 MACROLOCALIZACIÓN</u>	97
<u>5.6 MICROLOCALIZACIÓN</u>	97
<u>5.7 DISTRIBUCIÓN EN PLANTA.</u>	98
<u>6. ESTUDIO FINANCIERO</u>	99
<u>7. EVALUACION ECONÓMICA</u>	107
<u>8. ESTUDIO SOCIALY AMBIENTAL</u>	110
<u>9. CONCLUSIONES</u>	111
<u>10. RECOMENDACIONES</u>	112

<u>BILIOGRAFÍA</u>	113
<u>REFERENCIAS DOCUMENTALES ELECTRÓNICAS</u>	114
<u>ANEXOS</u>	115

## LISTA DE TABLAS

	<b>pág.</b>
Tabla 1. ¿Compra vino en la ciudad de Ocaña?	25
Tabla 2. ¿Con que frecuencia compra usted vino?	27
Tabla 3. ¿En qué presentación compra el vino?	28
Tabla 4. ¿Cuál es el presupuesto para la compra de vino?	56
Tabla 5. ¿Conoce usted la Cocota?	59
Tabla 6. ¿Compraría usted el vino de cocota producido por una empresa ocañera?	60
Tabla 7. ¿Qué tipo de publicidad considera que sea la más efectiva para dar a conocer la nueva empresa productora y comercializadora de vino de cocota?	65
Tabla 8. ¿Dónde compraría usted el vino de cocota producido en Ocaña?	69
Tabla 9. ¿Qué expectativas tiene usted frente a la creación de una empresa productora y comercializadora de vino de cocota?	72
	73

## LISTA DE GRÁFICAS

	<b>pág.</b>
Gráfica 1. Compra vino en la ciudad de Ocaña	34
Gráfica 2. Frecuencia de compra de vino	35
Gráfica 3. Presentación de compra del vino	36
Gráfica 4. Presupuesto para la compra de vino	37
Gráfica 5. Conoce usted la Cocota	38
Gráfica 6. Compraría usted el vino de cocota producido por una empresa ocañera	39
Gráfica 7. Tipo de publicidad que considera que sea la más efectiva para dar a conocer la nueva empresa productora y comercializadora de vino de cocota	40
Gráfica 8. Dónde compraría usted el vino de cocota producido en Ocaña	41
Gráfica 9. Expectativas que tiene usted frente a la creación de una empresa productora y comercializadora de vino de cocota	42



## LISTA DE CUADROS

	pág.
Cuadro 1. Proyección de cobertura de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda.	94
Cuadro 2. Demanda	95
Cuadro 3. Proyección de la demanda	96
Cuadro 4. Requerimiento de Equipo de Oficina	96
Cuadro 5. Requerimiento de maquinaria y elementos	97
Cuadro 6. Equipo de Oficina y computación	99
Cuadro 7. Maquinaria y Equipo	99
Cuadro 8. Activos de Diferidos	100
Cuadro 9. Inversión	100
Cuadro 10. Costos variables para la producción de 8.559 botellas en la presentación de 750cc de vino de cocota Ltda	100
Cuadro 11. Costos fijos de vino de cocota Ltda	101
Cuadro 12. Nómina	102
Cuadro 13. Proyección del precio de venta	102
Cuadro 14. Unidades de botellas a producir de 750cc	103
Cuadro 15. Proyección de ventas en pesos	103
Cuadro 16. Gastos y costos en pesos	103
Cuadro 17. Cálculo de depreciación	104
Cuadro 18. Estado de Resultados	104
Cuadro 19. Balance General Inicial	105
Cuadro 20. Comprobación del punto de equilibrio	106

## LISTA DE ANEXOS

	<b>pág.</b>
Anexo A. Encuesta dirigida a las unidades familiares de los estratos 1, 2,3 y 4 de la ciudad de Ocaña	116
Anexo B. Estratificación socio-económica	118
Anexo C. distribución de la planta	119
Anexo D. Presentación del producto	120
Anexo E. Flujograma para la elaboración del vino	121

## **RESUMEN**

En el presente proyecto se realizó una propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de vino de cocota en la ciudad de Ocaña, con el objeto de conocer la viabilidad para su funcionamiento que propenda el éxito de la organización y la posibilidad de generar ingresos de manera que se pueda ofrecer un excelente producto, que genere ingresos a través de una buena comercialización.

El tipo de investigación fue descriptiva, el instrumento la encuesta y la entrevista mediante la aplicación del cuestionario dirigido a las unidades familiares y a las personas que conocen sobre el cultivo de la cocota, el proceso de recolección de información, fue realizada por la autora del proyecto, quien analizó los resultados en forma cuantitativa y cualitativa. En la realización del proyecto se pudo conocer la buena aceptación de la empresa y su producto, así mismo se realizaron las conclusiones y recomendaciones que permite la determinación en forma concisa de resultados favorables para la organización.

En la realización del proyecto se pudo conocer la buena aceptación de la empresa y su producto, así mismo en el estudio técnico se determinó los requerimientos de equipo de oficina, maquinaria y elementos de trabajo, el estudio financiero y la evaluación económica permitieron conocer la buena rentabilidad y viabilidad del proyecto, en las evaluaciones social y ambiental se analizaron el impacto del estudio, cuyos resultados fueron favorables para la creación de la empresa, ya que se realizaron las conclusiones y recomendaciones que permite la determinación en forma concisa de resultados favorables para la organización.

## INTRODUCCIÓN

El vino ha sido considerado como un alimento completo en cuanto a contenido vitamínico, su valor nutritivo, es en efecto una sustancia alimentaria que aporta al organismo unos elementos perfectamente asimilables. El vino es una fuente de energía fácil de asimilar, está relacionado con la longevidad, además contiene pequeñas cantidades de hierro, por lo que se debe ingerir vino en caso de anemia.

Las propuestas para la creación de empresas son parte importante en la generación de ideas a ejecutarse para promover el desarrollo de una región, es por eso que el presente trabajo consiste en la propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de vino de cocota en la ciudad de Ocaña teniendo en cuenta los siguientes objetivos específicos: Realizar el estudio de mercado de vino de cocota para la creación y montaje de una empresa productora y comercializadora de vino en el municipio de Ocaña, diseñar la estructura organizacional y administrativa para la creación de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota, realizar estudio técnico para la construcción y equipamiento de la planta productora y comercializadora, evaluar la conveniencia económica – financiera de invertir o no en el montaje y puesta en funcionamiento de una planta productora y comercializadora de vino de cocota en el municipio de Ocaña.

Para continuar con los parámetros del estudio, también se hizo necesario tener como base un marco referencial el cual contiene, el marco histórico, marco conceptual y marco legal, el tipo de investigación aplicada fue la descriptiva por ajustarse a las características del proyecto, la población estuvo conformada por las unidades familiares residentes en la ciudad de Ocaña de los estratos 2, 3 y 4, la técnica aplicada fue la encuesta y la entrevista, utilizando como instrumento la encuesta, el trabajo de campo fue realizado por la autora del proyecto, quien realizó el análisis cuantitativo y cualitativo de cada una de las respuestas suministradas por los encuestados.

En el estudio administrativo y legal, se determinan los mecanismos de planeación como la misión, visión, políticas, principios y valores, así mismo se diseña el organigrama basado en los requisitos que debe cumplir una sociedad limitada, se elaboró el manual de funciones, estatutos y se establecieron los parámetros legales.

En el estudio técnico se plantean las proyecciones correspondientes a la demanda y cobertura así como los requerimientos de materia prima para la producción de vino, maquinaria y equipo de oficina, de igual manera en este estudio se establece la localización y una distribución en planta.

Con el estudio financiero se pudo conocer buena rentabilidad de la empresa, pues al determinar costos totales como son los fijos, costos variables y gastos, frente a los ingresos se pudo determinar la utilidad que arroja la ejecución del objeto social de la empresa y al mismo tiempo se realizan las proyección a cinco años, donde se conoció que la actividad de la organización arroja resultados positivos en el estado de ganancias y pérdidas, así como en la evaluación económica al determinar.

Finalizando la realización de los estudios con la evaluación del impacto social y ambiental, donde se muestra que la puesta en marcha de la empresa de vino, se convierte en una alternativa de inversión, generadora de ingresos, mejoramiento del nivel de vida de los integrantes de la organización y ofrecer un producto innovador, además de promover y mantener la conservación del medio ambiente, por último se establecieron las conclusiones y recomendaciones conforme a la ejecución del proyecto.

# 1. PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE VINO OCAÑERO DE COCOTA LTDA EN LA CIUDAD DE OCAÑA, QUE SE CONVIERTA EN UNA ALTERNATIVA DE INVERSIÓN EN LA REGIÓN

## 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La gastronomía ocañera es una mezcla cultural producto de influencias provenientes de las diferentes migraciones (árabes españolas alemanas gitanas e indígenas) Entre los platos típicos se encuentra la arepa ocañera, el maíz, el tamal y las conservas, las preparaciones picheros y la sopas de vegetales: frijoles, plátano, ahuyama etc. El producto típico de Ocaña son las conservas de cebollas rojas. La fruta más representativa es la "cocota" además se consume el palmito y el barbatusco curiosamente las flores.

La producción de vino a partir de la cocota es una opción más de crecimiento en la economía en el municipio de Ocaña, no solo propicia la producción de un licor, sino que también impulsa el sector agrario.

Históricamente el municipio de Ocaña se ha caracterizado por la producción de vinos artesanales de alta calidad y reconocimiento nacional e internacional, es así como surge la idea acerca de la producción de vino de cocota como una opción novedosa en el mercado.

Se pretende poner a disposición del mercado un producto con características de sabor especial, diferente a las bebidas que se consumen tradicionalmente, se busca atraer e idealizar un segmento de mercado muy amplio que consuma el producto, es decir desarrollar un producto de consumo masivo con precio accesible y que pueda ser consumido por personas de distintas clases socioeconómicas.

## 1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

¿Es viable la creación de una empresa productora y comercializadora de vino de cocota en el municipio de Ocaña?

## 1.3 OBJETIVOS

**1.3.1 Objetivo general.** Proponer la creación de una empresa productora y comercializadora de vino de cocota en el municipio de Ocaña, que se convierta en una alternativa de inversión en la región.

**1.3.2 Objetivos específicos.** Realizar el estudio de mercado de vino de cocota para la creación y montaje de una empresa productora y comercializadora de vino en el municipio de Ocaña.

Diseñar la estructura organizacional y administrativa para la creación de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota.

Realizar estudio técnico para la construcción y equipamiento de la planta productora y comercializadora.

Evaluar la conveniencia económica – financiera de invertir o no en el montaje y puesta en funcionamiento de una planta productora y comercializadora de vino de cocota en el municipio de Ocaña.

#### **1.4 JUSTIFICACION**

Producir vino de cocota en el municipio de Ocaña es una gran oportunidad de crecimiento económico para la región, ya que sin duda el rubro de las bebidas es una actividad muy lucrativa y con un mercado que crece día a día.

Los vinos de frutas son una alternativa viable para el desarrollo agro industrial de una región, ya que dan un valor agregado a la fruta, y abren un nuevo mercado aumentando los beneficios económicos.

Es así que la creación de una empresa productora de vino de cocota generaría gran expectativa para los habitantes del municipio de Ocaña, ya que sería una solución a la falta de empleo, lo cual generaría un cambio económico de muchas de las familias de la región, a su vez se daría a conocer una las frutas tradicionales de la provincia.

#### **1.5 DELIMITACIÓN**

**1.5.1 Geográfica.** El proyecto se desarrollará en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

**1.5.2 Temporal.** El tiempo estipulado para la realización del anteproyecto es de ocho semanas como se puede evidenciar en el cronograma de actividades, a partir de la aprobación.

**1.5.3 Conceptual.** En esta investigación se tendrán en cuenta los siguientes términos: La empresa, proceso administrativo, estudio de factibilidad, producción, la competitividad, sector vitícola o vitivinícola.

**1.5.4 Operativa.** Para el desarrollo de este proyecto los inconvenientes serán la poca disponibilidad de tiempo, información errónea o incompleta y rechazo por parte de las personas a encuestar para el suministro de la información necesaria.

## 2. MARCO REFERENCIAL

### 2.1 MARCO HISTÓRICO

**2.1.1. Historia de las empresas de vinos en el mundo.**<sup>1</sup> En el siglo XV los europeos trajeron la vid (La vid en estado salvaje es una liana, como cultivo es uno de los más antiguos. Nació hace 4.000 años, en la parte oriental del mar Negro) a lo largo del siglo. Se tiene noticia de que una de las primeras viñas fue la de Tenerife fue plantada por el portugués Fernando de Castro, en el año 1.497, y que John Hill, un inglés, plantó la primera viña en El Hierro en 1.526. Las islas occidentales (Lanzarote y Fuerteventura) fueron conquistadas casi un siglo antes por Juan de Bethencourt, por lo que el origen de las vides en aquellas islas probablemente sea francés.

En el siglo XVI uno de los vinos más conocidos y reconocidos es el vino de Canarias, pues son de notable calidad. El vino de Canarias adquiere calidad y prestigio, hasta el punto que desde principios de siglo comienza a ser exportado, a Madeira en 1.515, a Jerez en 1.517 y a Inglaterra en 1.519. En 1.573 el Rey Felipe II recibe un informe sobre la actividad vitícola de las Canarias. La facilidad para la exportación que las islas tenían, dada su estratégica situación en el tránsito de navíos entre tres continentes, Europa, América y África

Para el siglo XVII Comienza la decadencia del vino Canario. En 1663 Inglaterra establece la Staple Act, que acaba con el suministro de vidueños a las colonias inglesas; y en el siglo XVIII las relaciones comerciales con los ingleses dificultaban el que anteriormente había sido un floreciente mercado. En el siglo XIX la decadencia del mercado vinícola se consuma con dos enfermedades aparecidas a lo largo del siglo: el oídio, en el año 1.852 y el mildio en 1.878. A pesar de que Canarias nunca padeció otra gran plaga mundial, la filoxera, el daño producido por aquellas enfermedades, junto con las dificultades comerciales, produjeron la muerte de este sector económico hasta el último tramo del siguiente siglo. En el siglo XX el vino es producido para consumo. En 1.985 se crea la Denominación de Origen Tacoronte-Acentejo, en un intento de regular la producción de vino y aumentar su calidad. Otro aparte sobre las empresas de vino y que es importante mencionar el cual es cultivo de la vid, implantada en los alrededores de Marsella 600 años antes de Cristo, se extendió por toda la Galia después de la llegada de los romanos. Desde entonces, la variedad de los terruños la diversidad del saber hacer, las diferencias infinitas de una ladera a otra, de una propiedad a otra, han hecho de Francia tierra predilecta del vino, un placer para el gastrónomo. Beber vino es sinónimo de ambiente festivo, amigable y refinado, un acto de civilización. Es más, a la pregunta "¿Qué primera característica define a un francés?", la primera respuesta es "que le guste el buen vino", seguida de elementos más evidentes como "haber nacido en Francia" o "hablar francés La importancia de este producto también se traduce en ganancias económicas. El viñedo francés abarca

---

<sup>1</sup>SANDOVAL, ALVARO. Historia de los vinos en el mundo. Disponible en internet en: [http://www.diplomatie.gouv.fr/es/francia\\_221/label-france\\_846/numeros-label-france\\_847/label-franceno67\\_2523/vida-economica\\_2525/sectores-y-empresas\\_2537/el-vino-frances-parte-reconquistadelmundo\\_4140.html](http://www.diplomatie.gouv.fr/es/francia_221/label-france_846/numeros-label-france_847/label-franceno67_2523/vida-economica_2525/sectores-y-empresas_2537/el-vino-frances-parte-reconquistadelmundo_4140.html). Citado el 12 de noviembre de 2014. p.1



900.000 hectáreas, el 11% de los viñedos de todo el mundo. Y si el vino francés ya no ocupa el primer puesto del ranking en volumen 48 millones de hectolitros anuales, sigue conservando la supremacía en valor. Sus grandes caldos, como Borgoña y Burdeos se exportan sin esfuerzo, a precios muy competitivos. Entre los vinos de Burdeos, el año 2005 se recordará como el de una añada excepcional. El Château-ausone, primer gran caldo Saint-Émilion, se sacó al mercado temprano 1 a 750 euros la botella, alimentando una especulación desenfrenada. Dos semanas después, su caché superó los 1.000 euros.

La atracción por los grandes vinos no puede sin embargo ocultar los retos a los que se enfrenta hoy el sector vitícola francés. Mientras el consumo mundial aumenta cada año, en Francia registra un continuo descenso. "Se bebe menos pero mejor", explica el sumiller Emmanuel Delmas. El vino de mesa, que antaño acompañaba la comida, ya no vende. Ha sido reemplazado en gran parte por botellas de mejor calidad, que se abren con ocasión de una comida familiar o entre amigos. En general se trata de vinos de apelación de origen controlada (AOC), que indica que el producto responde a criterios precisos como un área de producción limitada, rendimiento limitado, encepe, grado de alcohol mínimo, técnicas de cultivo especiales, etcétera.<sup>2</sup>

**2.1.2. Historia de las empresas de vinos en Colombia.**<sup>3</sup> Dentro de la historia de empresas de vinos más conocidas en Colombia y sobre la cual se encuentra antecedentes son la de Bodegas del Rhin Ltda, una compañía colombiana dedicada a la producción y distribución de vinos y licores a nivel nacional e internacional. Cuenta con la presencia de Enólogos expertos, especializados en países vinícolas, quienes han llegado al nivel de excelencia en la producción de vinos y licores, hecho demostrado al ganar la Medalla de Oro a la Calidad en el festival vitivinícola de España, y actualmente ha logrado el Sello De Calidad Certificada ICONTEC, siendo la primera empresa en Colombia en lograrlo, consolidándose así como la mejor y mayor productora del país.

La historia se remonta al año 1933 cuando se fundó BODEGAS DEL RHIN. Ese mismo año, se estableció en Bogotá la SOCIEDAD VINICOLA (Cra 7 No. 2-63 Tel: 840) que posteriormente tomó el nombre de LABORATORIOS Y CASA KATICH Ltda.

En el año de 1.963 se constituyó en Bogotá, la Sociedad DISTRIBUIDORA NACIONAL DE VINOS Ltda.-DIVINOS, organización que distribuyó nuestros productos por más de treinta años. Durante todas estas décadas nuestros esfuerzos se han dirigido a producir vinos de excelente calidad, utilizando para ello mostos deshidratados importados de Chile para la producción de vino, la malta escocesa para el whisky y los mostos franceses para el brandy. La técnica es aportada por Enólogos de la empresa especializados en países de larga tradición vitivinícola.

---

<sup>2</sup> *Ibíd.* p. 1

<sup>3</sup> MORENO ROSSO, María Guadalupe. Historia del vino y su llegada a Colombia. Disponible en internet: [www.diesommelier.com/blog/?p=494](http://www.diesommelier.com/blog/?p=494). Citado el 12 de noviembre de 2014. p.1

Actualmente son los mayores productores de vinos nacionales, porque cuenta con una capacidad de añejamiento para cinco millones de botellas. La Casa del Rhin ha ganado su reputación a través de su larga trayectoria, más de cincuenta años como líder en el desarrollo de productos para satisfacer el más exquisito de los gustos. Hoy en día la Empresa cuenta con la presencia de Enólogos expertos, especializados en países vinícolas, quienes han llegado al nivel de excelencia en la producción de vinos y licores, hecho demostrado al ganar la Medalla de Oro a la Calidad en el festival vitivinícola de España, y actualmente hemos logrado el Sello de Calidad Certificada ICONTEC, siendo la primera empresa en Colombia en lograrlo, consolidándose así como la mejor y mayor productora del país.

Bodegas del Rhin ha ganado su reputación a nivel nacional a través de su larga trayectoria, más de cincuenta años como líder en el desarrollo de productos para satisfacer el más exquisito de los gustos. La compañía no conoce fronteras. En su búsqueda global la meta principal es el desarrollo de productos nuevos, únicos y de excelente calidad.<sup>4</sup>

**2.1.3. Historia de las empresas de vinos Ocaña.** En la ciudad de Ocaña la industria tuvo su principal auge en las fábricas de confeccionistas junto con la de otros sectores combatiendo el desempleo y mejorando el nivel de vida de los ocañeros; en cuanto al sector consumo, principalmente de bebidas la ciudad contó con sus propia fábrica de gaseosas, pero la falta de estrategias no le permitieron continuar en la mercado, no obstante el sector vitivinícola fue el que en forma gradual logró la expansión del sector generando el posicionamiento de las pequeñas empresas existentes en el mercado de la región. A finales del siglo pasado, con la globalización de la economía y las exigencias de la apertura económica todas estas industrias sucumbieron ante la competencia del monopolio conformado por los adinerados que ingresaron productos con mejor calidad y menores precios.<sup>5</sup>

Ya en el campo de los vinos en la ciudad de Ocaña no cuenta con antecedentes de empresas con finalidad vitícola, pues la presencia de estas organizaciones es nueva con el Vino Santabárbara de Agroindustria Trillos, quienes son los que vienen produciendo este producto basado en la uva y cuya materia prima cultivada por ellos misma en la zona de la Ermita y comercializado en la región.

Con relación a la producción de vino de cocota en la ciudad de Ocaña, se puede decir que este es desconocido por la mayoría de sus habitantes, ya que el vino es producido de manera artesanal por el Señor Jaime Pacheco quien reside en el barrio Santa Clara y es técnico asesor de Pastoral Social, la comercialización que realiza del producto por encarga, además las personas que han tenido la posibilidad de probar opinan que es delicioso y bastante agradable al paladar.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Ibíd. p. 1

<sup>5</sup> LOBO DUARTE, Miguel Ricardo, Propuesta para la creación de una fábrica de pañales desechables en la ciudad de Ocaña que se convierta en generadora de empleo Biblioteca Argemiro Bayona de la U.F.P.S.O. p.2

<sup>6</sup> Ibíd. p. 2

**2.1.4 Antecedentes del cultivo de Cocota.**<sup>7</sup> La Cocota o (el Jocote) es un árbol nativo de las regiones tropicales de América. Puede llegar a medir hasta 25 metros de altura. Es muy cultivado debido a su fruta que se suele comer con sal antes de que madure. Una vez madura, toma un sabor dulce muy rico. La fruta de jocote es verde y se torna roja al madurar, de forma ovalada de entre 3-5 cm de alto y de 2-4 cm de ancho. Posee una única semilla amarilla que ocupa la mayoría del volumen de la fruta.

El jocote es nativo y común, tanto silvestre como cultivado en el sur de México y el norte de Perú y Brasil. Hay algunas plantaciones recientes comerciales en México y Venezuela. Es comúnmente plantado en la mayoría de las islas de las Antillas y las Bahamas. En todas partes los frutos se venden a lo largo de las carreteras y calles, así como en los mercados locales. Los exploradores españoles llevaron esta especie a Filipinas, donde ha sido ampliamente adoptada.

El árbol se ha naturalizado en la mayor parte de Nigeria y ocasionalmente se cultivan por el fruto. Se ha plantado con poca frecuencia en el sur de Florida, principalmente como una curiosidad, pero con el incremento de la población hispana, cada vez se ve más el árbol en los jardines y patios de las casa

En Centroamérica el Jocote es igual a la Ciruela de Sur América. El Jocote de Verano es conocido con otros nombres: en México le llaman Ciruela de Cerco; en Venezuela, Ciruela de Huesito; en Perú, Ciruela Roja; en Puerto Rico, Jobillo y Jobo Francés. En otros lugares se le conoce como Yocote, Cocota, Cocoto, Red Mombin, Spanish Plum (EE.UU.).

Este fruto no es proveniente de Ocaña, pero por su gran cantidad de cultivos que se dan en esta pequeña ciudad se puede decir que este fruto es de Ocaña.

## **2.2 MARCO CONCEPTUAL**

En el mundo actual la sociedad está compuesta por empresas las cuales están constituidas por personas y recursos no humanos como (recursos físicos, materiales y financieros etc.). Las actividades son orientadas a la producción de bienes (productos) o a la prestación de servicios (actividades especializadas), en este caso se trata un bien tangible, vino de cocota; pero estas actividades deben ser planeadas, organizadas dirigidas y controladas aplicadas en cada una de las áreas, mercados, finanzas, producción y personal, en sus diferentes acciones. La vida de los seres humanos dependen totalmente de las organizaciones y éstas a su vez dependen del trabajo que éstos realicen por lo que deben. Cada persona nace, crece, aprende, vive, trabaja se divierte, relaciona y muere dentro del contexto organizacional, por lo tanto las personas deben tener conocimiento sobre lo que es una organización y como debe funcionar, por lo tanto para la realización del presente proyecto que es la creación de una empresa productora y comercializadora de vino de cocota se hace necesario conocer

---

<sup>7</sup> RESTREPO, Andrés Camilo. La Gran Cocota. Disponible en [lagrancocotaacr.blogspot.com](http://lagrancocotaacr.blogspot.com). Citado el 12 de noviembre de 2013. p.1

cada uno de los términos a manejar dentro del proyecto para una mejor comprensión del proyecto.

**2.2.1 La Empresa.** Se entiende toda actividad económica organizada para la producción, transformación, custodia de bienes o para la prestación de servicios. Las empresas están clasificadas de acuerdo con la actividad como: agropecuarias, mineras, industriales, comerciales y de servicios. De acuerdo con el tamaño en pequeña empresa, mediana y gran empresa, de acuerdo con la procedencia del capital en privadas, oficiales y de economía mixta, por último de acuerdo con el número de propietarios en empresas individual, unipersonal y sociedades. Entendiéndose ésta última clasificación: Individual empresa unitaria o propietario único, pero las actividades de la empresa se extienden a más personas; la unipersonal es la persona natural jurídica que destina parte de sus activos para la realización de actividades de carácter mercantil y por último sociedades, empresas de dos o más personas socios.<sup>8</sup>

Una microempresa es una forma de organización dedicada a la producción de bienes o prestación de servicios, destinados al mercado con una mínima regularidad y una escala de operación reducidos. Dentro de ella la separación del trabajo del trabajo y el capital no existe, el microempresario participa en el proceso de producción realizando alguna actividad, y los trabajadores desempeñan más de una tarea; existen máquinas pero las herramientas manuales predominan y la mano de obra es poco calificada. Las microempresas pueden ser según la propiedad Microempresa de propiedad individual, es aquella donde el propietario es una persona y a la vez trabajador, contrayendo responsabilidades laborales. Microempresa familiar, es propietaria y trabajadora de la empresa, siendo esto motivo para no existencia salarial, sino apropiación de la utilidad familiar.

Microempresa Asociativa, varias personas son propietarias de la empresa aportando capital y su propio trabajo, eligiendo a quienes desempeñen funciones de dirección o ser elegidos para la misma. Participan de la Utilidad.

Microempresa Ampliada, logran retener los excedentes generados por la producción, permitiendo condiciones productivas a una escala creciente; año tras año aumentan su maquinaria. Microempresa de acumulación simple, aquellas que retiene los excedentes económicos para crear o reproducir la producción, sino que se limita a remunerar el trabajo.

**2.2.2 Proceso Administrativo.** Es la interacción dinámica de las diferentes funciones administrativas convertidas en la herramienta básica que permite la corrección y ajuste continuo mediante la retroalimentación para la evolución y el cambio permanente. El proceso permite el curso de acciones concibiendo la aplicación de los principios

---

<sup>8</sup> BACCA URBINA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. Santa Fe de Bogotá. McGraw-Hill, 3° ed., 1998. p. 148.

(planeación, organización, dirección y control) y funciones para la consecución de los objetivos.<sup>9</sup>

La planeación es la función que determina anticipadamente, los objetivos a cumplirse y qué debe hacerse para el logro de éstos de la mejor manera posible. La planeación determina dónde se pretende llegar, qué debe hacerse, cuándo y en qué orden; esta función es considerada como técnica para minimizar la incertidumbre y dar más consistencia al desempeño de la empresa.

Así mismo la organización es la estructura en la cual se agrupan y clasifican las actividades con el fin de alcanzar los objetivos predeterminados en la Planeación. Asigna los recursos necesarios y coordina los esfuerzos que indica de modo cooperativo con las demás personas, facilitando el establecimiento de políticas, lo cual permite a la empresa pronosticar su futuro y sus probables ganancias.

La organización es de gran importancia porque ejerce una función integradora, que permite la articulación y coordinación de los componentes de la empresa, asigna funciones y tareas, determina niveles de jerarquía, suministra métodos de trabajo, establece relaciones entre unidades de trabajo, asigna responsabilidades, define líneas de autoridad y define la estructura de la empresa. La función de organización consta de cuatro componentes; tareas, personas, órganos y relaciones.

Tareas, trabajo realizado en una empresa que origina la especialización de una actividad o función, derivada esta última de los objetivos definidos en la planeación. Personas, cada una de éstas es designada para ocupar un cargo que es una porción específica del trabajo global. Esta designación debe tener en cuenta habilidades, actividades e interés y comportamiento etc. Órganos, las personas y el trabajo se agrupan en órganos a medida de que tengan características u objetivos semejantes. Relaciones, lazos que unen a las personas con su trabajo y con las demás personas. Como organizar es un proceso continuo en el que es necesario evaluar periódicamente y la estructura de la empresa tiende a cambiar este debe asegurarse de utilizar los siguientes instrumentos. El organigrama es la técnica de organización con la que se representa gráficamente la estructura de la empresa. En ella se puede observar los cargos, funciones, niveles jerárquicos, autoridad y relaciones existentes entre las diferentes unidades. El manual de funciones es la técnica de organización que consiste en un documento que describe detalladamente la organización de la empresa, funciones correspondientes a cada empleo y determina los requisitos específicos para su ejercicio y el manual de procedimientos es la herramienta administrativa que demuestra en forma clara y precisa actividades importantes y la manera de ejecutarlas a través de diagramas, incluya título, sección, proceso, nombre de la actividad, símbolo utilizado con respecto al nombre, capítulo y número de hoja.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> *Ibíd.* p. 148

<sup>10</sup> *Ibíd.* p. 149

Por dirección Se entiende como la capacidad para guiar y motivar a los trabajadores hacia el logro de los objetivos de la empresa; es decir como influir en las personas para que estas contribuyan al logro de las metas de la organización y el grupo. A través de la dirección los gerentes ayudan a los trabajadores a satisfacer sus propias necesidades y utilizar su potencial al mismo tiempo que contribuyen al éxito de la empresa. La capacidad de persuadir a otro, de buscar con entusiasmo objetivos definidos, es así como se define el liderazgo. La persona que dirige a otra debe tener algo especial que motive a los demás a hacer lo que ella dice. El gerente debe tener cualidades y características para dirigir a las personas de su empresa y así alcanzar objetivos que se hallan fijado.

Otro medio importante para dirigir es la motivación y comunicación; motivar se refiere al impulso de una persona para realizar su labor, porque desea hacerlo para satisfacer una necesidad, La comunicación se refiere a la transferencia de información, ideas, conocimientos, emociones mediante símbolos convencionales lo que propicia el entendimiento entre una persona y otra. La empresa no puede existir sin comunicación si ésta no se produce, los empleados difícilmente sabrán que labores se desempeñan, que hacen sus compañeros; la gerencia no recibe la información y la administración está incapacitada para entregar instrucciones. Esto imposibilita el trabajo.

Y el control es la medición y corrección del desempeño a fin de asegurarse de que se cumple con los objetivos de la empresa y los planes diseñados para alcanzarlos. Para tener control se necesitan dos cosas: crecer y actuar de manera que se ejercite la responsabilidad para dirigir la vida, por lo tanto en toda la empresa es fundamental contar con sistemas de control más aun cuando son empresas industriales como la empresa productora y comercializadora de vino de cocota. El proceso básico del control sin importar donde se encuentre ni lo que controle comprende tres pasos:

***Establecimientos de Estándares.*** Puntos de referencia con que los gerentes diseñan los controles estableciendo planes y estándares especiales, definidos estos últimos como criterios para el desempeño. Se trata de puntos seleccionados en toda la planeación, donde se mide la capacidad, indica a los gerentes la forma en que avanzan las cosas sin tener que evaluar.

***Decisión del desempeño.*** No siempre es factible, debe efectuarse con base al futuro para que se detecten desviaciones antes de que ocurran problemas y así se puedan evitar. Los estándares deben elaborarse con mucho cuidado, disponiendo de medios que determinen con exactitud lo que están haciendo los subordinados para que la evaluación del desempeño sea más sencilla.

***Corrección de desviaciones.*** Los estándares deben de reflejar los puestos de una estructura organizacional, si se mide el desempeño, de acuerdo con esto es más fácil corregir las desviaciones; éstas son el punto en el que el control puede verse como parte de todo el sistema administrativo Para la propuesta de crear una empresa productora y comercializadora de vino de cocota en la ciudad de Ocaña con el propósito de convertirse en una alternativa de inversión en la ciudad de Ocaña requiere contar con los estudios de

mercado, técnico, financiero, evaluación económico, social y ambiental, para lo cual se necesita tener claro los conceptos en mención.<sup>11</sup>

**2.2.3 Estudio de factibilidad.** Así mismo para la creación de un proyecto es importante saber que es un estudio de factibilidad que es donde se determina la posibilidad de ser realizado en forma efectiva. Los aspectos operacionales (funcionamiento), económicos, (costo/beneficio) y técnicos (posible ejecución); son partes del estudio. Los resultados de un estudio de factibilidad proveen datos para una decisión de iniciar el proyecto.

El estudio de mercados es un método de “obtener información” mediante algunos medios tales como el teléfono, el correo, las entrevistas personales, al observación directa, entre otros, y mediante un proceso de tabulación, permite analizar una situación específica bien sea en un mercado o en el lanzamiento de un producto y creación de una empresa como la productora y comercializadora de vino de cocota. También puede hacerse para analizar todo el proceso de comercialización: ventas, promoción, propaganda, distribución, precio, consumo, imagen y tipo de consumidor final. Mediante este estudio, los responsables del proyecto analizarán las necesidades presentadas por la población de la ciudad de Ocaña, que se convierte en un generador de empleo directo e indirecto y las expectativas de los clientes al contar con un producto confeccionado en la localidad, con el fin de lograr los objetivos propuestos con su creación.

El estudio técnico tiene como objeto central el definir la posibilidad de lograr que el producto deseado se obtenga en la cantidad, con la calidad y el costo requerido. Para la creación de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota se tendrá en cuenta los requerimientos y maquinaria necesaria para la puesta en marcha de la misma, la distribución en planta y la localización óptima de ésta, como también el personal necesario para su normal funcionamiento.<sup>12</sup>

El estudio administrativo y legal establece las herramientas necesarias para administrar eficientemente una empresa y el entorno legal por el cual debe regirse. En este estudio de presentarán los estatutos, el organigrama y el manual de funciones, procedimientos con los cuales se administrará la empresa, dando cumplimiento a lo establecido en la legalmente. El estudio financiero ordena y sistematiza la información de carácter contable y financiero que proporcionan los estudios anteriores. A través de este estudio la autora del proyecto conocerá la inversión inicial que debe realizarse para la puesta en marcha de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota y su proyección durante los primeros cinco años de funcionamiento, información necesaria para conocer la capacidad económica que se hace necesaria para su ejecución.

La evaluación económica es un instrumento y una técnica que permite medir la conveniencia o inconveniencia de mantener, instalar o ampliar una inversión con miras a obtener la máxima rentabilidad posible. Se buscará con esta evaluación que exista un

---

<sup>11</sup> *Ibíd.* p. 149

<sup>12</sup> *Ibíd.* p. 1459

equilibrio entre los ingresos y los egresos, obteniendo los suficientes excedentes para poder satisfacer las necesidades del grupo a través de beneficios sociales.

La evaluación social determina la incidencia que tiene el proyecto sobre el conglomerado social en el cual se llevará a cabo. Se analizará el impacto social que tendrá la empresa productora y comercializadora de vino de cocota en la población ocañera y el beneficio que traerá a la región convirtiéndose en una fuente de empleo y una alternativa de inversión. Finalmente la evaluación ambiental establece la influencia del proyecto en el entorno ambiental y conservación de los recursos. Se buscará determinar el impacto sobre el medio ambiente que causará la puesta en marcha del proyecto. La empresa productora y comercializadora de vino de cocota, deberá buscar la manera de conservar el entorno y colaborar en la conservación del medio ambiente.

**2.2.4 Producción.** Transformación de insumos o materiales en productos deseados por los consumidores para satisfacer sus necesidades, estos pueden ser transformados en bienes para el caso específico del vino se trata de transformar la hoja de cocota en vino de cocota de la producción se tienen en cuenta los siguientes aspectos: Capacidad productiva: es la cantidad de recursos, principalmente fuerza laboral y maquinaria, que están disponibles en el proceso productivo. Proceso de flujo continuo: proceso donde el flujo de producto sigue siempre una secuencia de operaciones que viene establecida por las características del producto. Dentro de ellos se tienen:

Procesos continuos: aquellos que producen sin pausa alguna y sin transición entre operación y operación, generalmente se usan en productos totalmente estandarizados. Procesos en serie: procesos en los que hay una transición entre las operaciones y están diferenciadas por requerir la aplicación de maquinaria o mano de obra distinta en cada operación. Procesos de flujo en lotes: en estos procesos cualquier cambio entre productos de la misma familia requiere una preparación previa de la maquinaria. La preparación supone un tiempo en que la línea de producción estará parada, lo que implica a su vez un coste valorable en términos de producción no hecha que hay que recuperar con la producción de lotes de muchas unidades y así distribuir ese costo entre más unidades. Procesos de flujo alternado: producen en lotes pero de cantidades mínimas, incluso unidades. Se requiere que los tiempos de preparación estén minimizados para que sea rentable.<sup>13</sup>

Procesos de flujo intermitente: procesos de producción que no tienen una secuencia fija de operaciones, el flujo de operaciones está determinado por el producto procesado y para ello no hay una máquina específica sino diferentes máquinas capaces de hacer diferentes tareas. Procesos sin flujo: procesos donde se disponen las operaciones alrededor del producto. No existe ningún flujo diseñado a priori, por ello son especialmente útiles para los productos por diseño

---

<sup>13</sup> *Ibíd.* p. 149



**2.2.5 La Competitividad.** Es la capacidad que tiene una organización para incrementar, consolidar y mantener su presencia en el mercado. Capacidad para atraer clientes y ser más eficientes en la evolución y madurez de la organización. La productividad es entendida como la medida de la eficiencia con que una organización produce los bienes o servicios, es la relación entre la producción de bienes y los insumos (humanos y no humanos), utilizados en el proceso productivo.

Capacidad competitiva. Una Empresa tiene "Capacidad Competitiva" en la medida que logra que sus clientes tradicionales continúen consumiendo o utilizando sus marcas, productos y/o servicios, en lugar de los de la competencia; como asimismo, cuando logra hacer nuevos clientes a costa de la competencia; generando con sus negocios una rentabilidad satisfactoria. En consecuencia, una Empresa estaría disminuyendo su capacidad competitiva si perdiera clientes en forma continuada, no lograra hacer nuevos clientes, y/o fuere sufriendo la reducción significativa de la rentabilidad de sus negocios.

Las Empresas que tienen capacidad competitiva ganan y mantienen la lealtad de sus clientes a través de la "diferenciación" de sus productos y/o servicios en relación con los de la competencia. Es decir, estas Empresas tienen la capacidad de brindarles a sus clientes "algo diferente" de lo que éstos perciben que pueden recibir de la competencia; y ese "algo diferente" que les significa un mayor nivel de satisfacción y beneficios-, se traduce finalmente en un posicionamiento diferenciado en la mente de dichos consumidores o usuarios.

**2.2.6 Sector vitícola o vitivinícola.**<sup>14</sup> Es el sector donde se determinan el comportamiento del mercado del vino en el mundo. La producción de vino, está mostrando tendencia creciente, habiendo llegado en el año 2000 a un total de 283 millones de hectólitros. De ellos, 200 millones se produjeron en Europa, siendo Francia, Italia y España sus principales exponentes. Sin embargo, están apareciendo con mucho dinamismo los llamados exportadores del Nuevo Mundo, entre los que destacan Australia, Estados Unidos, Sudáfrica, Nueva Zelanda, Argentina y Chile. También están surgiendo los países productores de Europa del Este, donde Rumania, Hungría y Bulgaria están agregando más competitividad a la oferta mundial. Adicionalmente, China representa una nueva incógnita en todo este panorama puesto que ha incrementado considerablemente tanto su área de plantaciones de viñedos, como su producción de vino. No obstante todavía no participa muy activamente en el comercio internacional y existe escaso conocimiento acerca del potencial de calidad que tienen sus vinos. De lo anterior resultan pronósticos de abundancia de oferta total y de disponibilidad exportable de vinos en casi todas partes. Esto redundará en una perspectiva de creciente competitividad en el mercado internacional. Ante tal panorama, las ventajas estarán de parte de quienes puedan y tengan la disposición de ofrecer la mejor calidad a los precios más convenientes, condición que Chile está en posición de satisfacer a plenitud. Por el lado de la demanda, los países europeos destacan como los mayores consumidores de vino. Francia, Italia y Portugal consumen cerca de 60 litros anuales por habitante presentando, además, alta participación dentro del consumo

---

<sup>14</sup> *Ibíd.* p. 149

total de bebidas alcohólicas (generalmente sobre 50%). Argentina registra un 61,5% de participación y su consumo por habitante es cercano a 40 litros anuales, lo que explica su aún baja participación internacional a pesar de ser el mayor productor de vino de Sudamérica.

Entre los países importadores de vino destaca Alemania, que adquiere unos 11 millones de hectólitros anuales de vino por un valor de unos US\$ 1.800 millones. Aunque este país está mostrando una tendencia creciente de comercio en los últimos años, las exportaciones de vinos chilenos a ese mercado actualmente representan sólo el 5,3% del volumen y el 4,7% del valor de las exportaciones totales de vino del país. Aun así, se aprecia como un mercado de alto potencial, en particular para vinos "orgánicos" e "integrados" dada la sensibilidad de sus consumidores en relación a aspectos de seguridad y de conservación medioambientalista. Para cualquier mercado, particularmente para los de países más desarrollados, se están señalando mejores perspectivas para los vinos "orgánicos" y para los vinos "integrados" que para los vinos tradicionales, siempre y cuando los primeros sean de calidad equivalente y a precios competitivos respecto a los segundos. La sola condición de "orgánico" o "integrado" no garantiza aceptación de mercado y menos aún diferenciales de precios.

Las nuevas plantaciones han sido mayoritariamente de variedades tintas, que actualmente representan más del 70% de la superficie total. Dentro de ellas predominaron especialmente las plantaciones de Cabernet Sauvignon, que ahora está ocupando más de 26 mil ha. Aunque todavía le sigue en importancia al País con 15.500 ha, aproximadamente, no menos significativo fue el incremento exhibido por las variedades Merlot y Carmenère, entre las tintas, y la Chardonnay, entre las blancas, las que actualmente están ocupando 10.300 ha, 2.300 ha y 6.900 ha, respectivamente. Finalmente, hay un par de aspectos que también inquietan permanentemente por su efecto sobre la demanda por vino, pero que se consideran de efecto relativo menor y que son los que se refieren a la competencia de los sustitutos (cerveza, pisco, whisky y otras bebidas alcohólicas) y el desarrollo de campañas contra el consumo de alcohol que suelen desarrollarse especialmente en algunos países desarrollados. Sin embargo, se considera que esto último está siendo compensado por la difusión de los beneficios para la salud que está representando. El consumo moderado de vino.

Vino. Es una bebida obtenida de la uva mediante fermentación alcohólica de su mosto o zumo; la fermentación se produce por la acción de levaduras que transforman los azúcares del fruto en alcohol etílico y anhídrido carbónico.<sup>15</sup>

Se dará el nombre de «vino» únicamente al líquido resultante de la fermentación alcohólica, total o parcial, del zumo de uvas, sin adición de ninguna sustancia. En muchas legislaciones se considera sólo como vino a la bebida espirituosa obtenida de *Vitis vinifera*, pese a que se obtienen bebidas semejantes de la *Vitis labrusca*, *Vitis rupestris* etc.

---

<sup>15</sup> *Ibíd.* p. 150

Clases de vinos. Vinos corrientes: elaborados según la definición anterior, sin que intervengan sustancias o prácticas empleadas para los "vinos especiales", sin tener en cuenta su graduación, siempre que sea natural. Entre ellos se distinguen, al menos:

Vinos tintos: elaborados mayoritariamente a partir de uvas tintas, como el color está en el hollejo, normalmente la fermentación se debe realizar con el mosto y el hollejo, y sólo una vez terminada la fermentación (unos 20 días) se procede al descube o sangrado. El vino tinto se puede envejecer, y en función del tiempo que pase en tonel, barrica y botella, se suele clasificar en: Joven o Cosechero: entre cero y seis meses en barrica de madera. Crianza: dos años de vejez, de los cuales al menos seis meses en madera. Reserva: tres años de vejez, de los cuales al menos uno en madera. Gran Reserva: cinco años, de los cuales al menos dos en madera.

Vinos blancos: se pueden elaborar con uvas blancas o tintas, en este segundo caso separando el mosto del hollejo inmediatamente, para que no le de color. En general la fermentación se realiza con mosto, separado de hollejos, pepitas, raspones, etcétera, y aunque no es frecuente añejarlo, existen vinos blancos con crianza.

Vinos rosados: son vinos elaborados con uvas tintas en los que se permite una cierta maceración de la uva antes del prensado del mosto, de esta forma el mosto toma algo de color. Luego se fermenta el mosto filtrado.

Vinos claretos: El nombre proviene de la perversión e imitación de "Claret", el vino pálido tinto de origen Burdeos. Comúnmente son elaborados con uvas tintas y blancas, realizando la fermentación con los hollejos. Su elaboración está justificada cuando se quiere producir vino con suficiente color rosado pero no se dispone de la cantidad necesaria de uvas tintas.

Chacolí: vino obtenido de la fermentación alcohólica del zumo de las uvas, que por causas meteorológicas no maduren normalmente.<sup>16</sup>

Vino generoso, seco o dulce: posee mayor graduación alcohólica que el corriente, añejado y elaborado con métodos particulares. Además se suele envejecer por el sistema de solera en el que las cosechas de diferentes años se van mezclando gradualmente. Este vino a veces es conocido como vino fortificado.

Vino espumoso o de aguja: contiene anhídrido carbónico producido en su seno, originado por una segunda fermentación alcohólica en un envase cerrado. Dependiendo del tipo de envase en el que se haga esta segunda fermentación variará la calidad del vino. Podemos distinguir, según este criterio, tres clases de vinos espumosos:

Cava o champán: obtenido a partir de una segunda fermentación en botella.

---

<sup>16</sup> *Ibíd.* p. 150

Transfer: obtenido a partir de vino cuya segunda fermentación se realiza en envases de gran capacidad para después terminar su maduración en la botella.

Gran Vas: obtenido a partir de una segunda fermentación en envases de gran capacidad cerrados a presión.

Vino gasificado: se le ha añadido anhídrido carbónico después de haber terminado su elaboración.

Vinos quinados o medicinales: han recibido la adición de quina u otra sustancia medicinal autorizada por la legislación.

Vermut: bebida en cuya elaboración entra a formar parte el vino, con adición de azúcar o mosto de uva concentrado y extractos o aromas obtenidos de plantas aromáticas. Otras bebidas análogas que no cumplan estos requisitos se llamarán «aperitivos».<sup>17</sup>

### **2.3 MARCO LEGAL.**<sup>18</sup>

La Constitución Política de Colombia, en el título II de los derechos, las garantías, y los deberes Capítulo I de los derechos fundamentales consagra en su artículo 14 ( Toda persona tiene derecho al reconocimiento de su personalidad jurídica) y en el Título XII del régimen económico y de la hacienda pública, Capítulo I de las disposiciones generales consagra en su artículo 333 ( La actividad y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común para su ejercicio nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la Ley. La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades. La empresa como base del desarrollo tiene función social que implica obligaciones; el estado fortalecerá las organizaciones y estimulará el desarrollo empresarial.) Como se trata de la creación de empresas y lograr un total y buen funcionamiento el estado colombiano creo la Ley 590 del 10 de julio de 2000 (MYPYMES) cuya finalidad es el fomento de la pequeña y mediana empresa, promoviendo e incentivando a la población a crear organizaciones, donde el artículo 1° donde ley tiene por objeto:

A. Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, desarrollo regional, la integración de los sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos.

---

<sup>17</sup> Ibíd. 152

<sup>18</sup> LEY 399 DE AGOSTO 19 DE 1997 LOBO, Duarte Miguel Ricardo, Propuesta para la creación de una fábrica de pañales desechables en la ciudad de Ocaña que se convierta en generadora de empleo Biblioteca Argemiro Bayona de la U.F.P.S.O

B. Estimular la formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas, MYPYMES.

C. Inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno institucionalmente para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas.

D. Promover una más favorable dotación de factores para la micro, pequeñas y medianas empresas, facilitando el acceso de mercado de bienes y servicios, tanto para la adquisición de materias primas, insumos, bienes de capital y equipos como para la realización de sus productos y servicios a nivel nacional e internacional, la formación de capital humano, la asistencia para el desarrollo tecnológico y el acceso de los mercados financieros institucionales.

E. Promover la permanente formulación ejecución y evolución de políticas favorables al desarrollo y a la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas.

F. Señalar criterios que orienten la acción del Estado y fortalezcan la coordinación entre sus organismos, así como entre estos y el sector privado, en la promoción del desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas.

G. Ayudar en el desarrollo de las organizaciones empresariales, en la generación de esquemas de asociatividad empresarial y en alianza estratégica entre las entidades públicas y privadas de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas.

H. Apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas productoras asentadas en áreas de economía campesina, estimulando la creación y fortalecimiento de las MYPYMES rurales.

I. Asegurar la eficacia de primer derecho de la libre y leal competencia para las MYPYMES.

J. Crear las veces de un sistema de incentivos a la capitalización de las micro, pequeñas y medianas empresas.

En el artículo 2 se por micro, pequeñas y medianas empresas, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rurales, urbanos, que respondan a los siguientes parámetros:

#### 1. MEDIANA EMPRESA.

A. Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores.

B. Activos por valor entre cinco mil uno (5001) y quince mil (15000) salarios mínimos legales vigentes.

## 2. PEQUEÑA EMPRESA.

- A. Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores.
- B. Activos totales por valor entre cinco mil uno (5001) y quince mil (15000) salarios mínimos legales vigentes.

## 2. PEQUEÑA EMPRESA.

- A. Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores.
- B. Activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil uno (5001) salarios mínimos legales vigentes.

## 3. MICROEMPRESA

- A. Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores.
- B. Activos totales por valor inferior a los quinientos uno (501) salarios mínimos legales vigentes.

PARÁGRAFO. Para la clasificación de aquellas micro, pequeñas y medianas empresas que presenten combinaciones de parámetros de planta de personal.

Artículo 10 las disposiciones del presente decreto se aplicaran:

- a) A todas las fabricas depósitos y expendios de alimentos que funcionen en el territorio nacional.
- b) A los alimentos y materias primas para alimentos que se fabriquen, envasen, vendan o importen para ser destinadas al consumo humano.
- c) A las actividades de manipulación, transporte y distribución de los alimentos y materias primas para los alimentos.
- d) Al control e inspección que ejerzan las autoridades sanitarias sobre las fabricas depósitos y expendios de alimentos.

De igual manera la Ley 399 de agosto 19 de 1997, en la cual se especifican los trámites y tarifas necesarios para la aprobación, control y vigilancia por parte del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA), así:

Solicitud registro sanitario de alimentos y bebidas alcohólicas y/o renovación registro sanitario de alimentos y bebidas alcohólicas.

Solicitud registro sanitario de productos de aseo, higiene y limpieza e insumos para la salud y/o renovación de productos de aseo, higiene y limpieza e insumos para la salud.

Solicitud de certificados de calidad de alimentos y bebidas alcohólicas.

Otros Procedimientos:

Solicitud modificación de registro sanitario.

Solicitud de certificaciones y autorizaciones.

Solicitud de vistos buenos de importación y exportación.

Solicitud de autorizaciones de publicidad.

Solicitud copia auténtica valor cada hoja.

Solicitud visita para certificar buenas prácticas de manufactura (BPM) de establecimientos.

Solicitud expedición de certificado de buenas prácticas de manufactura (BPM) de establecimientos.

Solicitud de visita para de certificación de buenas prácticas de manufactura (BPM) laboratorios en el exterior.

Solicitud de visita para certificar capacidad de producción técnica de establecimientos.

Solicitud expedición de certificados de capacidad de producción técnica de establecimientos.

Solicitud de visita para renovación de certificados de buenas prácticas de manufactura (BPM) de establecimientos.

Solicitud de visita de ampliación de líneas de laboratorios certificados.

Solicitud de ampliación de líneas de laboratorios certificados.

Solicitud de visita para verificación de requerimientos en capacidad de producción de establecimientos.

Solicitud de visita para levantamiento de medida sanitaria en establecimientos.

Solicitud de visita para certificar normas técnicas de fabricación (NTF) de establecimientos.

Solicitud de expedición certificado de Normas Técnicas de Fabricación (NTF).

Solicitud expedición certificado de normas técnicas de fabricación.

Solicitud de certificación de implementación y funcionamiento del sistema de análisis de peligros y puntos de control crítico HACCP.

Solicitud de visitas de verificación de buenas prácticas de manufactura (BPM) en industrias o fábricas de alimentos.

Adicionalmente, existen una serie de trámites y servicios que se pueden solicitar ante el Instituto que no generan cobro de tarifa entre los que cabe destacar:

Solicitud de desistimiento de trámite.

Interponer recurso de reposición.

Solicitar revocatoria parcial (corrección resolución)

Solicitud ver expediente.

Solicitar información base de datos registros sanitarios.

Solicitar copia simple.

Solicitar desglose de documentos.

Solicitar evaluación farmacéutica.

Solicitar evaluación farmacológica.

Respuesta auto técnico y/o legal.

Solicitar anexar documentos a expediente.

Interponer quejas y reclamos ante el INVIMA

**2.3.1 Código de Comercio.** Artículo 10. Son comerciantes las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles.

La calidad de comerciante se adquiere aunque la actividad mercantil se ejerza por medio de apoderado, intermediario o interpuesta persona.

Artículo 12. Toda persona que según las leyes comunes tenga capacidad para contratar y obligarse, es hábil para ejercer el comercio; las que con arreglo a esas mismas leyes sean incapaces, son inhábiles para ejecutar actos comerciales.

Artículo 13. Presunción de estar ejerciendo el comercio. Para todos los efectos legales se presume que una persona ejerce el comercio en los siguientes casos:



- 1) Cuando se halle inscrita en el registro mercantil;
- 2) Cuando tenga establecimiento de comercio abierto, y
- 3) Cuando se anuncie al público como comerciante por cualquier medio.

Artículo 14. Personas inhábiles para ejercer el comercio. Son inhábiles para ejercer el comercio, directamente o por interpuesta persona:

- 1) Los comerciantes declarados en quiebra, mientras no obtengan su rehabilitación;
- 2) Los funcionarios de entidades oficiales y semioficiales respecto de actividades mercantiles que tengan relación con sus funciones, y
- 3) Las demás personas a quienes por ley o sentencia judicial se prohíba el ejercicio de actividades mercantiles.

Si el comercio o determinada actividad mercantil se ejerciere por persona inhábil, ésta será sancionada con multas sucesivas hasta de cincuenta mil pesos que impondrá el juez civil del circuito del domicilio del infractor, de oficio o a solicitud de cualquiera persona, sin perjuicio de las penas establecidas por normas especiales.

Artículo 15. Inhabilidades sobrevinientes por posesión en un cargo - comunicación a la cámara de comercio. El comerciante que tome posesión de un cargo que inhabilite para el ejercicio del comercio, lo comunicará a la respectiva cámara mediante copia de acta o diligencia de posesión, o certificado del funcionario ante quien se cumplió la diligencia, dentro de los diez días siguientes a la fecha de la misma.

El posesionado acreditará el cumplimiento de esta obligación, dentro de los veinte días siguientes a la posesión, ante el funcionario que le hizo el nombramiento, mediante certificado de la cámara de comercio, so pena de perder el cargo o empleo respectivo.

Artículo 16. Delitos que implican prohibición del ejercicio del comercio como pena accesoria. Siempre que se dicte sentencia condenatoria por delitos contra la propiedad, la fe pública, la economía nacional, la industria y el comercio, o por contrabando, competencia desleal, usurpación de derecho sobre propiedad industrial y giro de cheques sin provisión de fondos o contra cuenta cancelada, se impondrá como pena accesoria la prohibición para ejercer el comercio de dos a diez años.

Artículo 17. Pérdida de la calidad de comerciante por inhabilidades sobrevinientes. Se perderá la calidad de comerciante por la incapacidad o inhabilidad sobrevinientes para el ejercicio del comercio.

Artículo 18. De cómo subsanar las nulidades por incapacidad para ejercer el comercio. Las nulidades provenientes de falta de capacidad para ejercer el comercio, serán declaradas y

podrán subsanarse como se prevé en las leyes comunes, sin perjuicio de las disposiciones especiales de este Código.

**2.3.2 El Estatuto Tributario - 2015.** La Ley 1739 del 2014 es una reforma tributaria planteada con un carácter netamente recaudatorio e interino, en espera de la anhelada reforma estructural. Sin embargo, la misma ha traído cambios sumamente relevantes en impuestos, así como la tradicional serie de amnistías para los contribuyentes. Las principales novedades de esta reforma son las siguientes:

Se extiende el impuesto al patrimonio bajo el nombre de impuesto a la riqueza sobre patrimonios líquidos iguales o superiores a 1.000 millones de pesos a 1° de enero del 2015.

Bajo la forma del nuevo impuesto de “normalización tributaria” como uno complementario al impuesto a la riqueza, el cual deberán pagar quienes tengan activos excluidos o pasivos inexistentes, se crea una amnistía patrimonial.

Se crea una nueva declaración de activos poseídos en el exterior.

Se establece una sobretasa al CREE por los años 2015, 2016, 2017 y 2018, llevando la tributación de la sociedades a una tarifa de hasta el 43%.

Se estipulan nuevos cambios en el CREE que hacen que su depuración sea mucho más parecida a la del impuesto sobre la renta.

Se introducen nuevos criterios para definir la residencia fiscal de las personas naturales y se elevan a rango de ley varias modificaciones al sistema de tributación de las personas naturales que habían sido introducidas mediante decreto. Se aumenta la tarifa de tributación de las personas jurídicas extranjeras sin residencia o establecimiento permanente en el país.

**2.3.3 Cámara de Comercio.** Artículo 19. Es obligación de todo comerciante:

1. Matricularse en el registro mercantil.
2. Inscribir en el registro mercantil todos los datos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exija esta formalidad.
3. Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales.
4. Conservar, con arreglo a la ley, la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades.
5. Abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal.

Artículo 25. Se entenderá por empresa, toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes para la prestación de servicios. Dicha actividad se realizará a través de uno o más establecimientos de comercio.

Artículo 26. El registro mercantil será público. Cualquier persona podrá examinar los libros y archivos en que fuere llevado, tomar anotaciones de asientos o actos y obtener copia de los mismos.

Artículo 32. La petición de matrícula indicará:

1. El nombre del comerciante, documento de identidad, nacionalidad, actividad o negocios a que se dedique, domicilio, dirección, lugar o lugares donde desarrolle sus negocios de manera permanente, su patrimonio líquido, detalles de los bienes raíces que posea, monto de las inversiones en la actividad mercantil, nombre de la persona autorizada para administrar los negocios y sus facultades, entidades de crédito con las cuales hubiere celebrado operaciones y referencias de dos comerciantes inscritos.

2. Tratándose de un establecimiento de comercio, su denominación, dirección y actividad principal a que se dedique; nombre y dirección del propietario y del factor, si hubiere y si el local que ocupa es propio o ajeno. Se presumirá como propietario del establecimiento quien así aparezca en el registro.

Artículo 33. La matrícula se renovará anualmente, dentro de los tres primeros meses de cada año.

Artículo 48. Todo comerciante conformará su contabilidad, libros, registros contables, inventarios y estados financieros en general a las disposiciones de este código y demás normas sobre la materia.<sup>4</sup>

**2.3.4 Impuesto de Industria y Comercio.** Artículo 22. El Impuesto de Industria y Comercio es un gravamen de carácter general obligatorio, cuyo hecho generador lo constituye la realización de industrias como comerciales y de servicios.

### 3. DISEÑO METODOLÓGICO

#### 3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo del presente trabajo se realizó a través de la investigación descriptiva, buscando delimitar hechos característicos del problema en estudio donde se indaga, describe y se observó una situación concreta, ya que gracias a esta se analizaron las ventajas y beneficios que traería para la población Ocañera y para los posibles inversionistas la puesta en marcha de una empresa productora y comercializadora de vino ocañero de cocota.

#### 3.2 POBLACIÓN

La población que se tuvo en cuenta para la investigación estuvo conformada por veintiséis mil trescientos setenta y siete (26.377) familias que hacen parte de los estratos 1(9.899), 2(9.866), 3(5.426) y 4(1186) datos suministrados por CENS a corte agosto de 2014.

#### 3.3 MUESTRA

**3.3.1 Determinación de la muestra.** Para la determinación de la muestra se hizo necesario la aplicación de la formula estadística que permitió una mayor precisión relacionada con el análisis de la información relacionada la población.

$$n = \frac{N (Zc)^2 p.q}{(N-1)(E)^2 + (Zc)^2 p.q}$$

Donde:

n	= tamaño de la muestra	
N	= tamaño de la población	= 26377
Zc	= Nivel de confiabilidad 95%	= 1.96
E	= Nivel de error, utilizado el 5%	= 0.05
q	= Proporción de rechazo	= 0.5
p	= Proporción de aceptación	= 0.5

$$n = \frac{26377(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(26377-1)(0.05)^2 + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{2332.4708}{66.9004}$$

$$n = 379$$

### 3.3.2 Prueba de viabilidad de la muestra

$$S = \sqrt{\frac{p \times q}{n}}$$

$$S = \sqrt{\frac{(0.5) \times (0.5)}{379}}$$

$$S = \sqrt{\frac{0.25}{379}}$$

$$S = \sqrt{0.00065963}$$

$$S = 0.025683$$

$$Em = 2S$$

$$Em = 2 (0.025683)$$

$$Em = 0.05$$

Error de muestra < error probabilística = 0.05 = 5%

### 3.3.3 Selección de la muestra

$$K = \frac{N}{N}$$

$$K = \frac{26377}{379} = 69.5 = 70$$

### 3.3.4 Muestra Estratificada

ESTRATO	SUBPOBLACION	SUBMUESTRA
1	9.899	142
2	9.866	142
3	5.426	78
4	1186	17
<b>TOTAL</b>	<b>26.377</b>	<b>379</b>

Fuente: Autor del proyecto.

### Coeficiente estratificado

$$C.E = \frac{n}{N} = \frac{379}{26.733} = 0.014368578$$

De lo cual se puede concluir que en el estrato 1 se encuentran 142 residencias, en el estrato 2 se encuentran 142 residencias, para el estrato 3 se encuentran 78 residencias, y para el estrato 4 se encuentran 17 residencias respectivamente para un total de 379 encuestas.

## 3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para la recolección de la información se utilizó la encuesta la cual fue aplicada a la población objetivo que son las unidades familiares de los estratos 1,2,3 y 4 de Ocaña y que estaría en disposición de comprar el vino ocañero de cocota producido en la ciudad y las personas que actualmente tiene conocimiento sobre el cultivo de la cocota, considerando estos elementos como parte de la fuente primaria como fuentes secundarias se consultó bibliografía sobre el tema de empresas productoras y comercializadoras de vino y estudios de factibilidad. Así mismo, se complementó con algunas personas conocedoras del tema en producción y comercialización de vinos.

## 3.5 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Los datos del mercado externo fueron tomados mediante la encuesta, la cual fue valorada cuantitativamente mediante el conteo de respuestas frente a cada variable y la ponderación de cada grupo de respuestas y cualitativamente a través de la interpretación de cada respuesta en forma individual.

### 3.5.1 Encuesta dirigida a las unidades familiares de los estratos 1, 2,3 y 4 de la ciudad de Ocaña

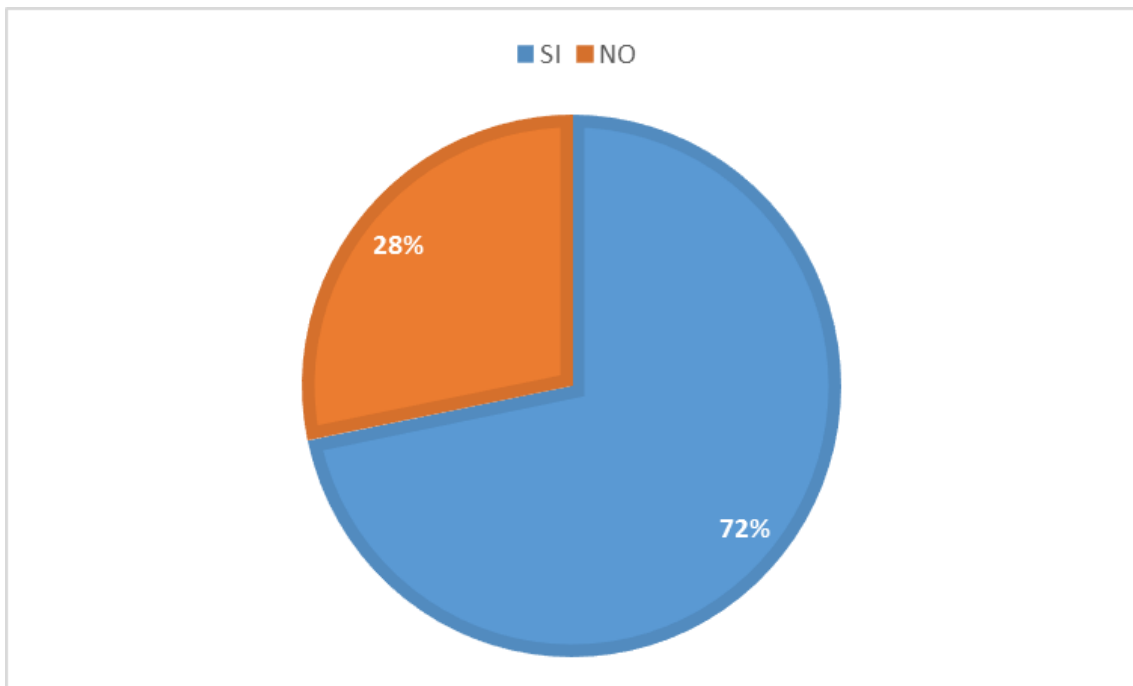
**Objetivo:** Recolectar información necesaria para conocer los aspectos relacionados con la aceptación de la creación de una empresa productora y comercializadora de vino de cocota en el municipio de Ocaña, que se convierta en una alternativa de inversión en la región.

Tabla 1. ¿Compra vino en la ciudad de Ocaña?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
SI	272	72%
NO	107	28%
<b>TOTAL</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autor del proyecto.

Gráfica 1. Compra vino en la ciudad de Ocaña



Fuente: Autor del proyecto.

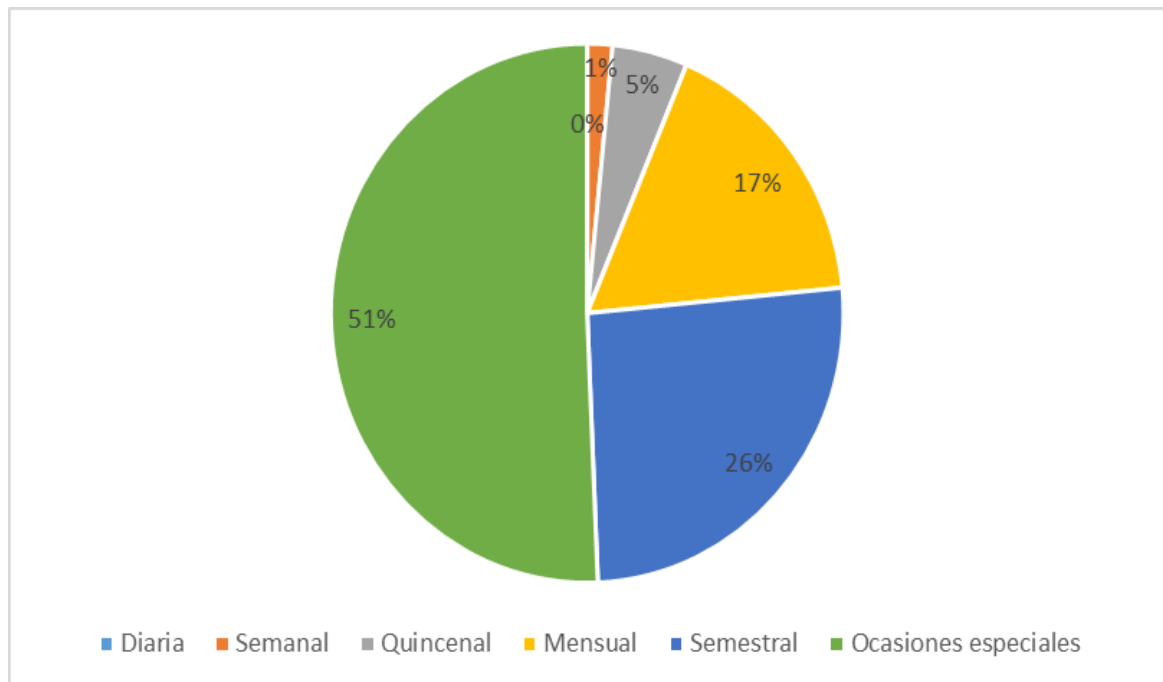
El resultado muestra que las bebidas alcohólicas son de gran aceptación dentro de la comunidad, ya que un 72% de los encuestados respondieron que sí compran vino en la ciudad de Ocaña y un 28% respondió que no lo hace pues no se encuentran dentro de sus costumbres, de esta manera se puede conocer que una empresa de vino cuenta con gran aceptación dentro de la población.

Tabla 2. ¿Con que frecuencia compra usted vino?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Diaria	0	0%
Semanal	6	1%
Quincenal	18	5%
Mensual	65	17%
Semestral	98	26%
Ocasiones especiales	192	51%
<b>TOTAL</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autor del proyecto.

Gráfica 2. Frecuencia de compra de vino



Fuente: Autor del proyecto.

El resultado muestra que la frecuencia de compra de vino, se encuentra en primer lugar las ocasiones especiales con un 51% de los encuestados como los cumpleaños y las fiestas de navidad, así mismo también se encuentran en forma semestral con un 26%, un 17% mensual, un porcentaje menor de 5% compra quincenal y finalmente un 1% de los encuestados semanal; la compra generalmente se hace de botella para celebrar ciertas



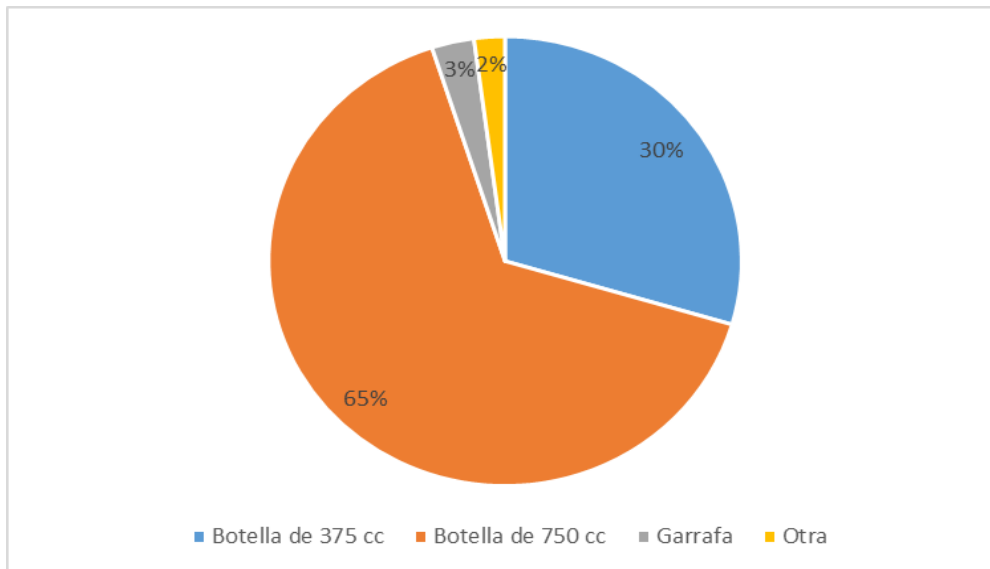
fechas, ocasiones o simplemente degustarlo, de esta manera se puede determinar qué cantidad promedio de vino se compra en el mercado ocañero.

Tabla 3. ¿En qué presentación compra el vino?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Botella de 375 cc	112	30%
Botella de 750 cc	248	65%
Garrafa	11	3%
Otra	8	2%
<b>TOTAL</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autor del proyecto.

Gráfica 3. Presentación de compra del vino



Fuente: Autor del proyecto.

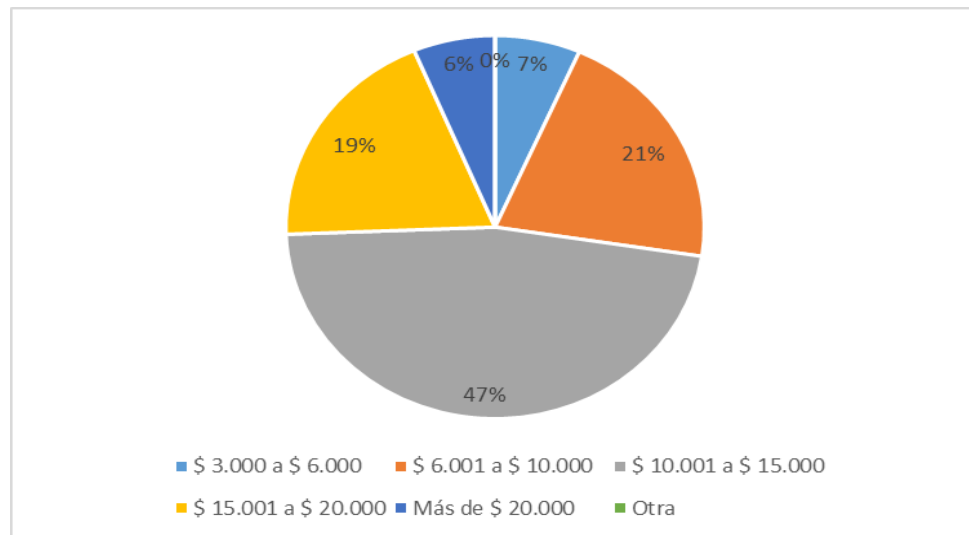
Según los datos obtenidos de las encuestas, se dice que la presentación que más compran los encuestados el vino es de 750 cc, con un 65%, así mismo también se encuentran en menor porcentaje los tamaños de 375 cc, con un 30%, garrafa con un 3%, de esta manera se puede conocer cuál es la presentación o medida del vino de cocota a comercializar por la nueva empresa.

Tabla 4. ¿Cuál es el presupuesto para la compra de vino?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
\$ 3.000 a \$ 6.000	25	7%
\$ 6.001 a \$ 10.000	79	21%
\$ 10.001 a \$ 15.000	178	47%
\$ 15.001 a \$ 20.000	73	19%
Más de \$ 20.000	24	6%
Otra	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autor del proyecto.

Gráfica 4. Presupuesto para la compra de vino



Fuente: Autor del proyecto.

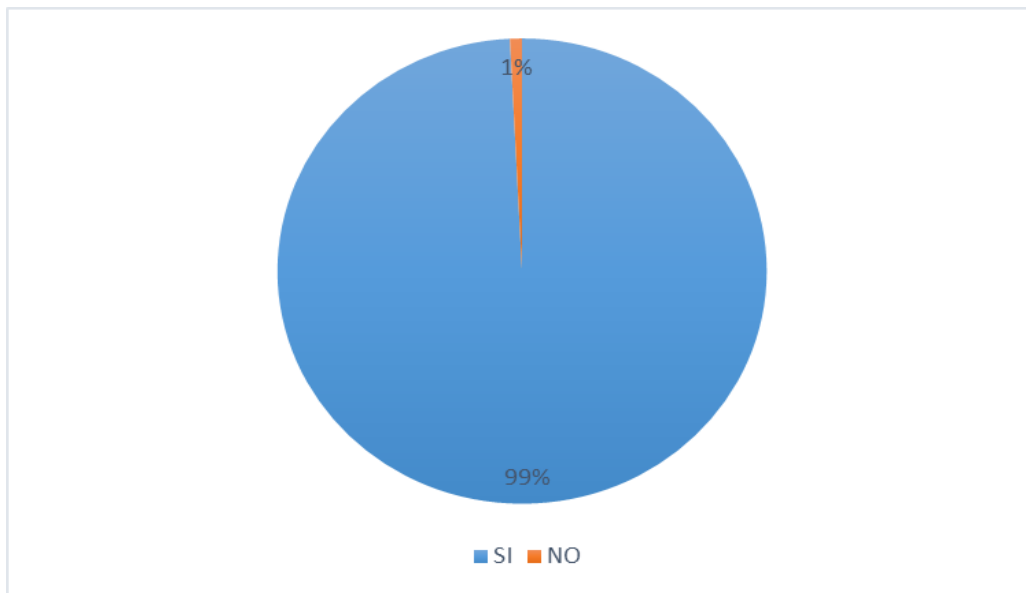
Dentro del presupuesto que tienen los encuestados para comprar vino se encuentran diferentes valores dependiendo de sus gustos y capacidad económica entre los cuales se encuentran el 47% de \$10.001 a \$15.000 de \$6.001 a \$10.000, el 21% de \$15.001 a \$20.000, el 19% de \$3.000 a \$6.000 y más de \$20.000 un 7% y 6%, mostrando de esta forma que existen diversas alternativas en cuanto al precio para la compra de vino todo depende que el cliente lo escoja entre los demás.

Tabla 5. ¿Conoce usted la cocota?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
SI	375	99%
NO	3	1%
<b>TOTAL</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autor del proyecto.

Gráfica 5. Conoce usted la cocota



Fuente: Autor del proyecto.

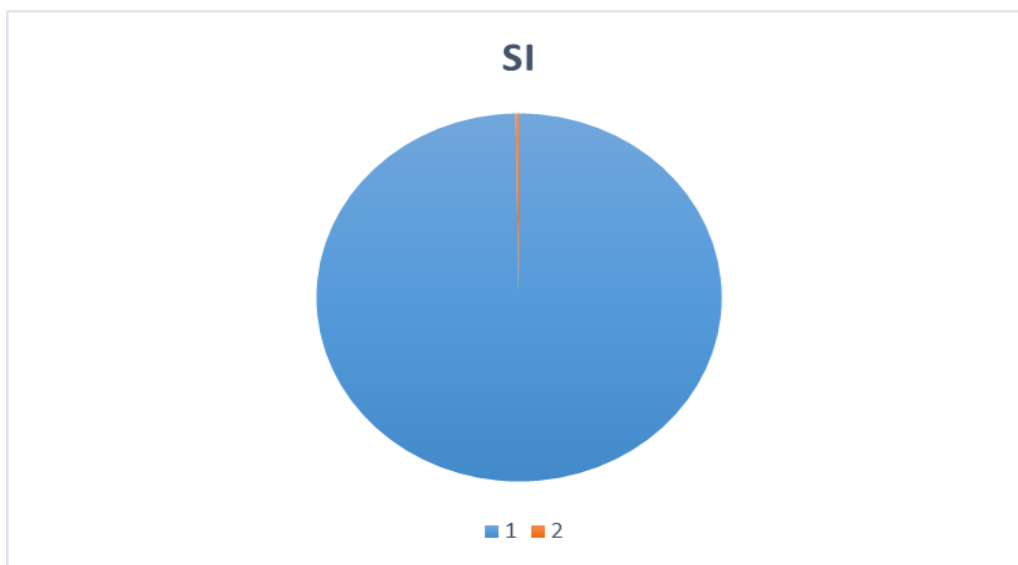
La ciudad de Ocaña es productora de cocota, lo que explica el resultado de un 99% de los encuestados que manifiestan conocer la fruta, aspecto que podría tomarse como positivo al crear un vino de una fruta propia de la región.

Tabla 6. ¿Compraría usted el vino de cocota producido por una empresa ocañera?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
SI	379	100%
NO	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autor del proyecto.

Gráfica 6. Compraría usted el vino de cocota producido por una empresa ocañera



Fuente: Autor del proyecto.

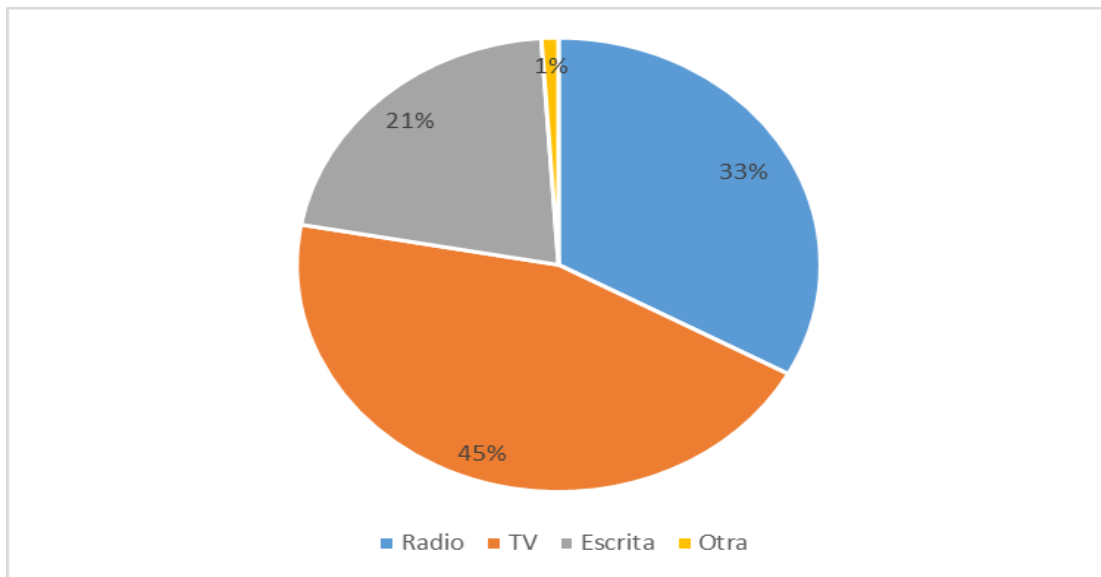
La aceptación de compra del nuevo vino de cocota elaborado por una empresa ocañera es del 100% que corresponde también a las personas que comprarían vino, lo que deja ver la gran posibilidad de aceptación que tiene la empresa productora y comercializadora de vino de cocota en la ciudad.

Tabla 7. ¿Qué tipo de publicidad considera que sea la más efectiva para dar a conocer la nueva empresa productora y comercializadora de vino de cocota?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
TV	170	45%
Radio	125	33%
Escrita	80	21%
Otra	4	1%
<b>TOTAL</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autor del proyecto.

Gráfica 7. Tipo de publicidad que considera que sea la más efectiva para dar a conocer la nueva empresa productora y comercializadora de vino de cocota



Fuente: Autor del proyecto.

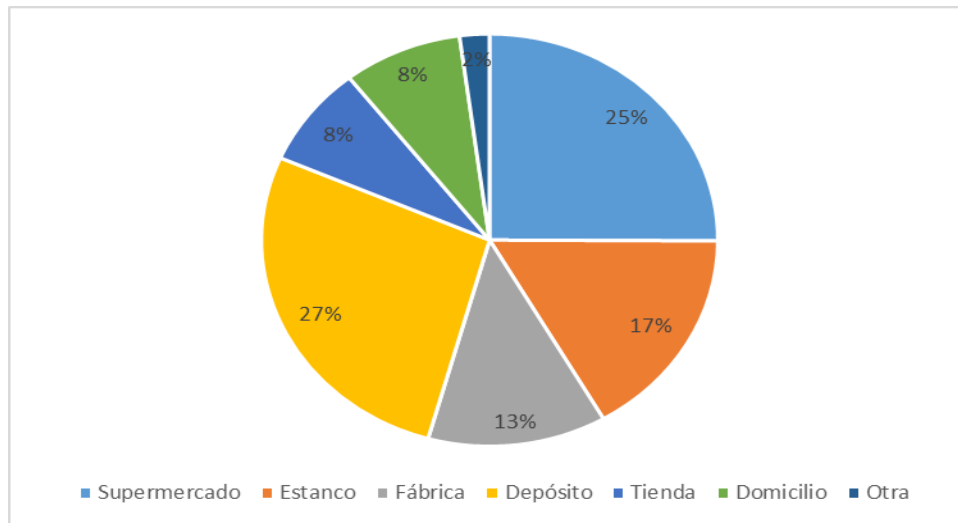
La publicidad hace parte importante para que el producto sea reconocido en el mercado, los resultados muestran que el medio de publicidad escogido por los encuestados es la TV, con un 45%, la radio con un 33% y escrita con un 21% para el nuevo vino de cocota a producir y comercializar en la ciudad de Ocaña, por lo que se convierten en las alternativas para la promoción del producto.

Tabla 8. ¿Dónde compraría usted el vino de cocota producido en Ocaña?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Supermercado	95	25%
Estanco	63	17%
Fábrica	48	13%
Depósito	103	27%
Tienda	30	8%
Domicilio	32	8%
Otra	8	2%
<b>TOTAL</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autor del proyecto.

Gráfica 8. Dónde compraría usted el vino de cocota producido en Ocaña



Fuente: Autor del proyecto.

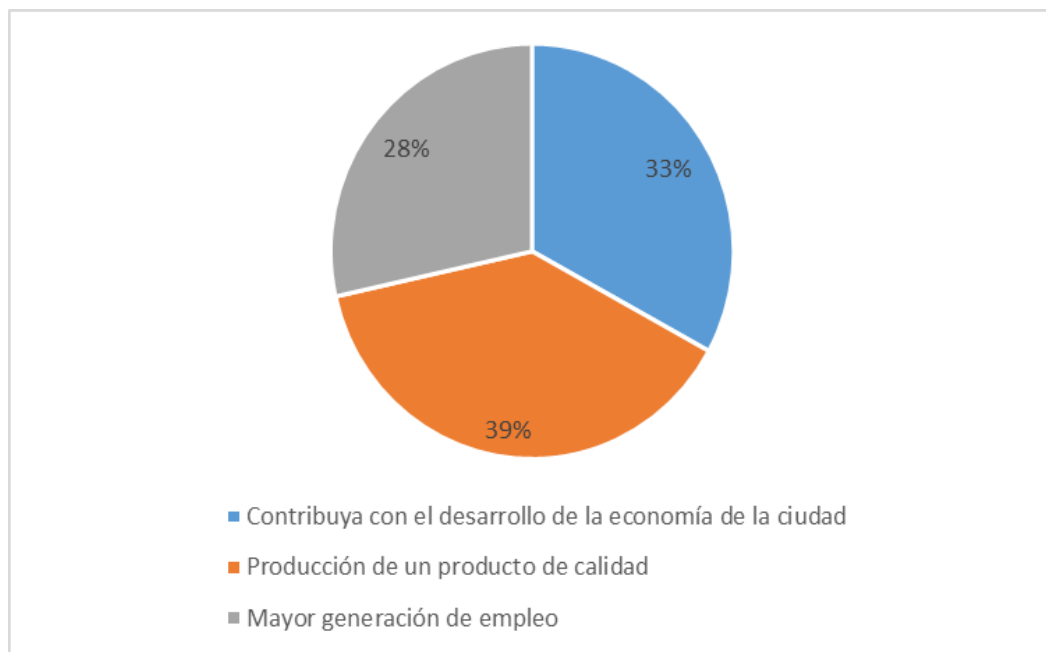
Los lugares donde los encuestados desean comprar el vino se encuentran en mayor porcentaje en los depósitos (27%), supermercados (25%), Estanco (17%) pero también se encuentran las fábricas, tiendas y a domicilio todo depende de los hábitos de compra que tienen la comunidad y de las facilidades para la consecución del producto, por lo tanto el vino de cocota debería ser comercializados principalmente en supermercados y depósitos buscando optimizar la comercialización y mayor receptibilidad por parte del mercado objetivo.

Tabla 9. ¿Qué expectativas tiene usted frente a la creación de una empresa productora y comercializadora de vino de cocota?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Contribuya con el desarrollo de la economía de la ciudad	125	33%
Producción de un producto de calidad	146	39%
Mayor generación de empleo	108	28%
<b>TOTAL</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autor del proyecto.

Gráfica 9. Expectativas que tiene usted frente a la creación de una empresa productora y comercializadora de vino de cocota.



Fuente: Autor del proyecto.

Dentro de las expectativas que tiene la comunidad encuestada sobre la creación de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota se encuentra principalmente la de producir un producto de calidad (39%), contribuir con el desarrollo de la economía (33%), generar empleo en la ciudad dando la oportunidad a un grupo de personas que trabajen y tengan ingresos (28%), mostrando de esta forma lo que la comunidad espera del proyecto al hacerse realidad y para lo cual es convenientes tenerlo presente.

### **3.6 ANÁLISIS DE RESULTADOS**

El consumo de vino cuenta con gran aceptación dentro de la población ocañera pues tiene un alto grado de aceptación de compra. La frecuencia de compra de vino se encuentra principalmente aquellos que lo hacen en ocasiones especiales que corresponde a dos veces al año, así como también el semestral que es la misma frecuencia, anual y en menor porcentaje mensual y quincenal. La presentación que más se compra corresponde a 750c.c. aunque hay personas que compran garrafas y el tamaño de 375 CC.

El presupuesto para la compra de vino esta dado en todos los niveles pues depende de la capacidad económica y de los gustos de los consumidores aunque las respuestas con mayor porcentaje fueron de los intervalos de \$6.001 a \$20.000 y además las respuestas de más de \$20.000 también se encuentran entre los puntajes más representativos.

La publicidad más indicada a utilizar en primer lugar es la televisión, seguida de la radio, medios escritos, pasacalles y volantes, el lugar donde se quiere adquirir el producto que es el vino de cocota en depósitos y supermercados.

Por otra parte la creación de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota contribuirá con el desarrollo de la economía producir un producto de calidad, al desarrollo social y económico de la ciudad según los encuestados y por último, las expectativas que se encuentran son: generar empleo en la ciudad dando la oportunidad a un grupo de personas que trabajen y tengan mayores ingresos, lo cual mejoraría la economía de la región.

Después de que se haga una planeación y organización se le puede dar un manejo empresarial y además trabajar en convenio con otras para la producción del vino de cocota.



## **4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

La propuesta administrativa se plantea con el objeto de tener un modelo organizacional que sirva de referencia para la creación de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota en la ciudad de Ocaña para que pueda cumplir con sus objetivos. Por lo tanto, se diseña una estructura organizacional 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.

El personal requerido para laborar en la empresa productora y comercializadora de vino de cocota debe cumplir con los requisitos de responsabilidad, con cualidades, aptitudes y capacidades para desarrollar su cargo dentro de la misma, el número será de 4 personas de nómina (Gerente, secretaria, jefe del área de producción y vendedor) y 3 contratados a destajo (operarios) el vigilante y la aseo se les cancelará por ser servicio prestado.

Nombre de la empresa: Vino de cocota Ltda.

Tipo de Empresa. Empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda de la ciudad de Ocaña será una Empresa de responsabilidad limitada, de manera que pueda contar con socios que realicen aporte para la puesta en marcha de la empresa

### **4.1 MISIÓN**

La empresa productora y comercializadora de vino de cocota de la ciudad de Ocaña, tiene como misión la elaboración de vino de cocota de excelente calidad satisfaciendo las necesidades y expectativas de los clientes, mediante el aprovechamiento de los recursos naturales de nuestra región, como lo es la cocota, logrando ofrecer beneficios a nivel interno y externo, alcanzando los niveles óptimos de productividad y rentabilidad que permitan su permanencia en el mercado.

### **4.2 VISIÓN**

La empresa productora y comercializadora de vino de cocota de la ciudad de Ocaña, en los próximos cinco años (2015- 2020) ampliará la cobertura siendo innovadores y profesionales, actuando planificadamente, con mecanismos claros que regulen y se ajusten a las necesidades del mercado para lo cual contaremos con una estructura organizacional, íntegra, ágil y moderna, trabajando con identidad, con una alta dirección y coordinadamente, contando con una infraestructura tecnológica y sistemas de información que nos permita cumplir con nuestros objetivos de rentabilidad.

## **4.3 OBJETIVOS, PRINCIPIOS Y VALORES CORPORATIVOS**

**4.3.1 Objetivos.** Rentabilidad. Obtener niveles que aseguren la permanencia, crecimiento, generación de utilidades y competitividad, para ello velará por la productividad en términos de eficiencia y eficacia en la aplicación de los recursos mediante estrategias claramente definidas.

Desarrollo del talento humano. Desarrollar y mejorar el nivel profesional y educativo de los miembros de la organización siendo un objetivo permanente que permitan alcanzar los niveles de productividad deseados. Lograr altos niveles de desarrollo del talento humano alcanzando una ventaja diferencial muy importantes en los mercados de hoy, para lo cual se invertirá en educación y desarrollo del talento humano como una condición indispensable para lograr una posición competitiva.

Conocimiento y crecimiento del mercado. Conocer el mercado, la competencia, y los productos, es una tarea fundamental para la organización y de esa manera poder proyectar su crecimiento.

Calidad. La calidad como cultura de vida productiva será un compromiso y obligación permanente de todos los miembros de la organización. Calidad en los productos, en los procesos, en el talento humano y en el servicio al cliente serán características fundamentales del quehacer diario de la empresa.

Productividad. Uno de los retos que debe afrontar la empresa es busca su permanente, crecimiento y desarrollo logrando niveles de productividad, que hagan en la organización actividades eficientes, eficaces y rentables.

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.

**4.3.2 Principios y valores.** Los principios y valores de La empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda en la ciudad de Ocaña, serán el soporte cultural organizacional que inspiren y dan el marco a la misión y visión y los objetivos.

Respeto por el cliente. La organización respeta las creencias y derecho de los ciudadanos, de sus clientes y colaboradores en todos los niveles de la vida profesional y familiar, sus creencias y principios, como también su vida profesional.

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

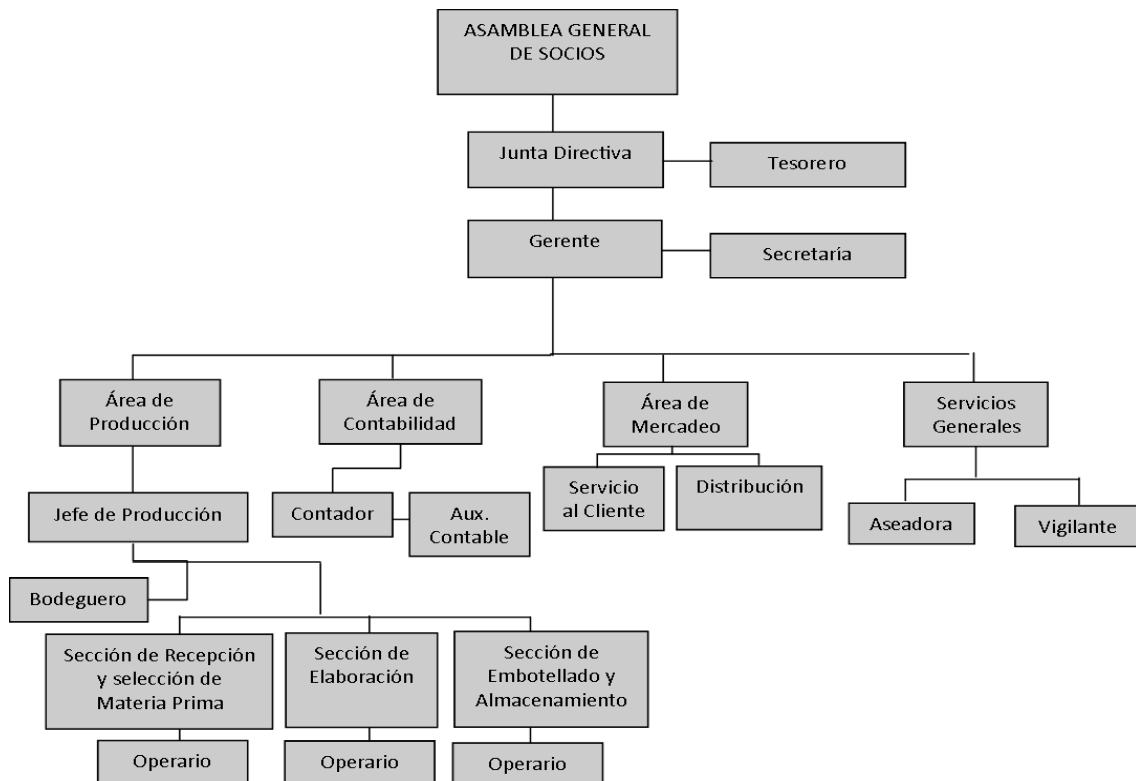
Compromiso por ofrecer calidad total. Lograr la calidad en la administración, productos, tecnología, servicios, suministros y demás aspectos relacionados con el normal funcionamiento de la empresa, factor clave que hace exitoso el desarrollo de la organización, la calidad tendrá que convertirse en un valor, en una manera de vivir corporativa, en una prioridad institucional.

#### 4.4 ORGANIGRAMA DE VINO OCAÑERO DE COCOTA LTDA

La estructura organizacional de la empresa productora y comercializadora “Vino de cocota Ltda” está determinada por la división y especialización del trabajo; según la función de cada empleado se agrupa los puestos de trabajo, de acuerdo con las funciones que realiza la empresa, permitiendo aprovechar al máximo la función y por lo tanto, obtener una mayor eficiencia del personal.

El organigrama de “Vino de cocota Ltda” está representado en forma vertical (Véase figura 1).

Figura 1. Organigrama de la Empresa



Fuente: Autora del proyecto

## 4.5 MANUAL DE FUNCIONES

### **ASAMBLEA GENERAL DE SOCIOS**

#### **Funciones:**

Aprobar los Estatutos y Reglamentos Internos y sus modificaciones.

Establecer las políticas internas del Organismo.

Establecer planes de actividades acordes con la política del Sector industrial del país y la región.

Aprobar un presupuesto de ingresos y gastos para la ejecución del programa de actividades de funcionamiento del organismo.

Aprobar los actos y contratos según la cuantía establecida en los Estatutos.

Elegir a las personas que tendrán a su cargo los órganos de administración, control y disciplina.

Las demás establecidas por las normas legales estatutarias y reglamentarias.

<b>Nombre del cargo</b>	<b>PRESIDENTE</b>
<b>Jefe Inmediato</b>	JUNTA DIRECTIVA
<b>Funciones</b>	Convocar y presidir, a nombre de la Junta Directiva las sesiones de la Asamblea General de Socios.  Convocar y presidir la Junta Directiva.  Autorizar y suscribir los actos y contratos que comprometen a la empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda y a las que señalen el presente estatuto, la Junta Directiva y la Asamblea General.  Firmar conjuntamente con el Tesorero, los fondos de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda.  Resolver sobre los asuntos urgentes de carácter ordinario, e informar de sus decisiones en la más inmediata reunión de la Junta Directiva. Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta Directiva, los acuerdos de la Asamblea y demás normas vigentes.

	<p>Representar a la empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda por sí o por la delegación en los actos públicos y privados.</p> <p>Firmar conjuntamente con el secretario las Actas de la Asamblea y la Junta Directiva los documentos oficiales de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda.</p> <p>Todas las demás que señale la Junta Directiva.</p>
<b>Nombre del cargo</b>	<b>VICEPRESIDENTE</b>
<b>Jefe Inmediato</b>	JUNTA DIRECTIVA
<b>Funciones</b>	<p>Reemplazará al Presidente en sus ausencias temporales</p> <p>Todas las demás que señale la Junta Directiva</p>
<b>Nombre del cargo</b>	<b>TESORERO</b>
<b>Jefe Inmediato</b>	JUNTA DIRECTIVA
<b>Funciones</b>	<p>Asistir a las sesiones de la Asamblea General y de la Junta Directiva.</p> <p>Recaudar los fondos y guardar los bienes de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda.</p> <p>Firmar conjuntamente con el Presidente, con previa revisión del fiscal los fondos de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda.</p> <p>Ejecutar los gastos que conforme a las normas legales, estatutarias y reglamentarias, ordene el Presidente, la Junta Directiva y la Asamblea General.</p> <p>Revisar los libros de inventarios y de contabilidad, conforme a las disposiciones legales.</p> <p>Presentar los libros y comprobantes respectivos y rendir los informes correspondientes a la solicitud del Presidente, de la Junta Directiva, Asamblea General.</p> <p>Hacer seguimiento al presupuesto de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda.</p>

<b>Nombre del cargo</b>	<b>SECRETARIA</b>
<b>Jefe Inmediato</b>	GERENTE
<b>Requisitos</b>	Título de bachiller, curso en técnicas secretariales, haber realizado cursos de informática, capacitación del SENA con experiencia mínima de un año, en cargos similares.
<b>Funciones</b>	<p>Atender los asuntos del personal, cuidando la elaboración de pedidos y contratos.</p> <p>Manejo de la oficina en la empresa en lo relacionado con la atención de los clientes, archivos, correspondencia, atención del teléfono.</p> <p>Recibir el dinero por la cancelación de pedidos entregados</p> <p>Elabora flujo de caja mensual.</p> <p>Elaborar comprobantes de ingreso, egresos y realizar recibos de caja, con original y copia.</p> <p>Realizar el registro contables de los movimientos de la empresa</p> <p>Colaborar con el Gerente en la elaboración y envío oportuno de balances, estados de resultado, informes y demás documentos requeridos de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda.</p> <p>Organizar las actividades de mensajería Las demás que le asigne el jefe inmediato y que tenga relación con su cargo.</p>
<b>Nombre del cargo</b>	<b>GERENTE</b>
<b>Jefe Inmediato</b>	JUNTA DIRECTIVA
<b>Funciones</b>	<p>Suscribir los actos y contratos que deben celebrar a nombre de empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda, siguiendo las disposiciones legales establecidas.</p> <p>Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda.</p> <p>Elaborar el plan estratégico y proyectos que deben adelantarse para el funcionamiento de empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda.</p>

	<p>Supervisar todas las funciones realizadas por los integrantes de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota</p> <p>Supervisar las funciones operativas y administrativas de la empresa</p> <p>Elaborar el proyecto de mejoramiento continuo.</p> <p>Revisar los ingresos y egresos de la empresa y presentar los informes a los socios de la misma.</p> <p>Representar a la empresa en eventos y ferias industriales y agroindustriales que se realicen en la región y en el país.</p> <p>Inspecciona el cumplimiento de las normas legales de la empresa</p> <p>Las demás que le sean asignadas y concuerden con la naturaleza del cargo o sean propias del mismo.</p>
<b>Nombre del cargo</b>	<b>CONTADOR</b>
<b>Jefe Inmediato</b>	GERENTE
<b>Requisitos</b>	Contador con título profesional y tarjeta profesional, con experiencia en el manejo contable de empresas industriales.
<b>Funciones</b>	El contador se encargará de la realización de los estados financieros de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota y por qué el mismo alcance el margen de rentabilidad para mantenerse en el mercado, la información será suministrada por la secretaria previa revisión del gerente, quien también revisará los estados financieros que el contador realice.
<b>Nombre del cargo</b>	<b>AUXILIAR CONTABLE</b>
<b>Jefe Inmediato</b>	GERENTE - CONTADOR
<b>Requisitos</b>	<p>Hoja de vida.</p> <p>Ser bachiller comercial.</p> <p>Poseer certificado de auxiliar contable o tecnólogo en administración comercial y financiera.</p> <p>Experiencia laboral en el manejo contable no inferior a un año.</p>
<b>Funciones</b>	<p>Recepción, revisión y contabilización de documentos.</p> <p>Elaboración, liquidación de planillas de nómina y seguridad social.</p> <p>Liquidar el IVA y la retención en la fuente.</p> <p>Diligenciar cheques.</p> <p>Elaborar y revisar las notas débito y crédito, originadas durante el día.</p> <p>Elaborar comprobantes de diario, ingresos y egresos.</p>
<b>Nombre del cargo</b>	<b>SUPERVISOR DE PRODUCCIÓN</b>

<b>cargo</b>	
<b>Jefe Inmediato</b>	GERENTE
<b>Requisitos</b>	Ingeniero industrial con experiencia en la elaboración de vinos mínimo de un año.
<b>Funciones</b>	<p>Determinar las cantidades en litros a producir por periodos.</p> <p>Realizar inspecciones en cada una de las fases de producción del vino.</p> <p>Establecer controles de calidad en la elaboración del vino de cocota Ltda.</p> <p>Realizar y revisar los procesos de inspección en cuanto a fermentación del vino.</p> <p>Presentar los informes de producción al Gerente.</p> <p>Realizar inspecciones en el inventario en cuantos toneles y cajas de botellas de vino.</p> <p>Velar por el buen funcionamiento del área de producción.</p> <p>Realizar ajustes y correcciones del caso en la producción del vino.</p> <p>Las demás que le sean asignadas y concuerden con la naturaleza del cargo o sean propias del mismo.</p>
<b>Nombre del cargo</b>	<b>OPERARIO 1 SECCIÓN DE RECEPCIÓN Y SELECCIÓN</b>
<b>Jefe Inmediato</b>	JEFE DE PRODUCCIÓN
<b>Requisitos</b>	Básica secundaria, conocimientos y experiencia en la manipulación de alimentos y de vino.
<b>Funciones</b>	<p>Revisar y seleccionar la materia prima (cocota) Revisar y entregar la materia prima (cocota, levaduras, azúcar)</p> <p>Revisar y desinfectar el envase de vidrio y colocar la respectiva etiqueta</p> <p>Desinfectar y enjuagar la materia prima</p> <p>Adecuar la materia prima y pasarla a los tanques de cocción</p> <p>Vigilar el proceso realizado en los tanques de cocción</p> <p>Pasar del el líquido del tanque de cocción a los tanque buffer</p>



	<p>Supervisar que el paso del líquido a los tanques buffer sea el adecuado</p> <p>Las demás que le sean asignadas y concuerden con la naturaleza del cargo o sean propias del mismo.</p>
<b>Nombre del cargo</b>	<b>OPERARIO 2 SECCIÓN DE ELABORACIÓN</b>
<b>Jefe Inmediato</b>	JEFE DE PRODUCCIÓN
<b>Requisitos</b>	Básica secundaria, conocimientos y experiencia en la manipulación de alimentos y de vino.
<b>Funciones</b>	<p>Revisar que los tanques buffer y de fermentación, los filtros, la esterilizadora, llenadoras, escorchadora, etiquetadora, estén en buen estado y limpias.</p> <p>Vigilar que el procedimiento y tiempo para la fermentación mediante el suministro de levaduras, ácidos y azúcar</p> <p>Vigilar porque los tanques queden completamente tapados y/o herméticos</p> <p>Inspeccionar que el proceso de fermentación está conforme a lo estipulado</p> <p>Realizar el proceso de maceración inicial</p> <p>Las demás que le sean asignadas y concuerden con la naturaleza del cargo o sean propias del mismo.</p>
<b>Nombre del cargo</b>	<b>OPERARIO 3 SECCIÓN EMBOTELLADO Y ALMACENAJE</b>
<b>Jefe Inmediato</b>	JEFE DE PRODUCCIÓN
<b>Requisitos</b>	Básica secundaria, conocimientos y experiencia en la manipulación de alimentos y de vino.
<b>Funciones</b>	<p>Realizar el embotellado del vino en los respectivos envases de vidrios</p> <p>Realizar y almacenar las botellas de vino</p> <p>Presentar el informe de producción</p>

	Las demás que le sean asignadas y concuerden con la naturaleza del cargo o sean propias del mismo
<b>Nombre del cargo</b>	<b>ASESOR COMERCIAL</b>
<b>Jefe Inmediato</b>	GERENTE
<b>Requisitos</b>	Técnico en mercadeo y ventas, capacitación del SENA con experiencia mínima de un año, en cargos similares.
<b>Funciones</b>	<p>Promocionar el vino de cocota producidos en la en la empresa.</p> <p>Realizar la comercialización del vino de cocota Ltda.</p> <p>Realizar el reporte de pedidos del vino</p> <p>Atender las inquietudes y necesidades de los clientes</p> <p>Realizar el cobro correspondiente a los pedidos entregados</p> <p>Elaborar el informe mensual de ventas y hacer la clasificación de las mismas.</p> <p>Trasmitir las expectativas y requerimientos de los clientes relacionados con el vino de cocota.</p> <p>Las demás que le asigne el jefe inmediato y que tenga relación con su cargo.</p>
<b>Nombre del cargo</b>	<b>VIGILANTE</b>
<b>Jefe Inmediato</b>	GERENTE
<b>Requisitos</b>	Básica primaria y buena presentación.
<b>Funciones</b>	<p>Realizar las labores de vigilancia de la empresa y del producto elaborado</p> <p>Presentar informes en caso de presentarse algún inconveniente</p> <p>Las demás que le sean asignadas y concuerden con as naturaleza del cargo o sean propias del mismo.</p>
<b>Nombre del cargo</b>	<b>ASEADORA</b>
<b>Jefe Inmediato</b>	GERENTE
<b>Requisitos</b>	Básica primaria y buena presentación.
<b>Funciones</b>	<p>Mantener un completo orden el establecimiento.</p> <p>Realizar el aseo diario tanto de oficinas como de producción a nivel general de la empresa.</p>

	Estar atenta luego de los ejercicios de cargue y descargue de mercancías para realizar las funciones de limpieza necesarias. Atender las solicitudes de los propietarios o administración ante los deseos del servicio de cafetería.
--	---

Fuente: Autor del proyecto.

#### **4. 6 ESTUDIO LEGAL**

Tipo de sociedad: De Responsabilidad Limitada.

**Razón social.** Denominación seguida de las expresiones “& Compañía”, “Hermanos”, “e hijos” u otras análogas, adicionando la palabra “Limitada” o su abreviatura “Ltda.” Vino de cocota Ltda.

**Capital.** Debe pagarse totalmente cuando se constituya la sociedad o cuando se establezca un aumento del mismo. El Capital se divide en cuotas de igual valor, cada una de las cuales da derecho a un voto.

**Socios.** El número mínimo para constituir esta clase de sociedades es de dos (2) personas y el máximo, de veinticinco (25) personas.

#### **Constitución de la sociedad**

Toda sociedad se constituye por escritura pública, cualquiera que sea su objeto social y debe contener los siguientes requisitos:

Nombres, apellidos, identificación y domicilio de los socios.

Clase de sociedad que se constituye. Por ejemplo: sociedad limitada,

Denominación o razón social de la persona jurídica que se constituye.

Domicilio principal: la ciudad o municipio escogido para desarrollar la actividad de la sociedad. Ciudad de Ocaña

Si en el acto de constitución se establecen sucursales se debe indicar el municipio donde estarán ubicadas.

Objeto social: una enunciación clara y completa de las actividades principales que realizará la sociedad.

Vigencia o término de duración: debe ser precisa, por ejemplo. Hasta el día 30 de junio del 2015.

Capital social: se debe expresar el capital que se aporta y la forma en que está distribuido. En las sociedades anónimas y en comandita por acciones, el monto del capital autorizado, la parte del capital que se suscribe y se paga en el acto de constitución. En las sociedades limitadas, colectivas, o en comandita simple, se debe indicar el valor que cada uno aporta y el número de cuotas o partes de interés correspondiente.

La forma de administración: establecer en forma clara y precisa la forma de administración de los negocios sociales, con indicación de las atribuciones y facultades de los representantes legales y administradores.

Causales de disolución: enunciar las causales de la disolución anticipada de la sociedad.

Época y forma de convocar la junta de socios a sesiones ordinarias y extraordinarias (es decir, la antelación, medio para realizar la convocatoria y la persona u órgano que puede convocar a los asociados).

Facultades y obligaciones de los revisores fiscales si el cargo está previsto en la ley o en los estatutos.

Cláusula compromisoria: se sugiere la siguiente redacción "Toda controversia o diferencia relativa a este contrato y a su ejecución, liquidación o interpretación, se resolverá por un tribunal de arbitramento, que se sujetará al reglamento del Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Bogotá, de acuerdo con las siguientes reglas:

El tribunal está integrado por (número impar de árbitros), designados por la Cámara de Comercio del respectivo sector.

El tribunal decidirá en: derecho o en equidad.

### **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 de su domicilio principal, 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.

### **Matricula**

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

### **Registro de la escritura y la matrícula de la sociedad**

Presentar el original o la copia autenticada pertinente de la escritura pública otorgada en la notaría correspondiente, junto con el formulario de matrícula de sociedades diligenciado

con la información solicitada de manera exacta y real. **Evite tachones y enmendaduras.** (Le sugerimos leer detenidamente las instrucciones del formulario antes de diligenciarlo).

Cancelar el valor de los derechos de inscripción por la escritura pública y por la matrícula mercantil de la sociedad, los cuales liquidará el cajero, con base en el capital de la sociedad. Diligenciar el formulario adicional de registro para fines tributarios, con el propósito de tramitar el Número de Identificación Tributaria NIT, quedar inscrito en el Registro Único Tributario RUT que lleva la DIAN y en el Registro de información Tributaria RIT que lleva la Secretaría de Hacienda del Distrito si fuere el caso.

Con el certificado expedido por la Cámara se acredita la existencia de la sociedad y los nombres de los administradores. La matrícula es una fuente de información comercial a la cual pueden acudir quienes deseen conocer datos de la sociedad, como actividad económica, referencias, solvencia económica y patrimonio.

Evita que otras sociedades o establecimientos de comercio con el mismo nombre puedan matricularse en esta Cámara.

Facilita el proceso de inscripción en el registro de proponentes.

Facilita contactos comerciales directos con proveedores y clientes.

Facilita la obtención de créditos en el sector financiero.

Evita multas que puede imponer la Superintendencia de Industria y Comercio.

Facilita la celebración de negocios con los sectores público y privado.

### **Renovación**

Entre los meses de enero a marzo de cada año debe renovarse la matrícula, para obtener los beneficios que de ella se derivan y evitar sanciones legales.

Para la renovación de la matrícula se debe diligenciar el formulario correspondiente, presentarlo en cualquiera de nuestras sedes y cancelar los derechos respectivos. Recuerde que la información financiera debe corresponder al balance con corte a 31 de diciembre del año inmediatamente anterior.

### **Modificación de la información de la matrícula**

Cualquier modificación que afecte el contenido del formulario de matrícula o renovación, debe solicitarse por escrito en las ventanillas de atención al público de cualquiera de las sedes.

**Para inscribirse en la Cámara de Comercio se requiere:**

Inscripción de matrículas

Certificado de existencia.

Formulario de fabricación

Registro único tributario

**En Industria y Comercio se requiere:**

Pagar el certificado de uso del suelo en Planeación Municipal.

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 Super Intendencia de Industria y Comercio

**Requisito para obtener el Registro del INVIMA**

Solicitud registro sanitario de alimentos y bebidas alcohólicas y/o renovación registro sanitario de alimentos y bebidas alcohólicas.

Solicitud registro sanitario de productos de aseo, higiene y limpieza e insumos para la salud y/o renovación de productos de aseo, higiene y limpieza e insumos para la salud.

Solicitud de certificados de calidad de alimentos y bebidas alcohólicas.

Otros Procedimientos:

Solicitud modificación de registro sanitario.

Solicitud de certificaciones y autorizaciones.

Solicitud de vistos buenos de importación y exportación.

Solicitud de autorizaciones de publicidad.

Solicitud copia auténtica valor cada hoja.

Solicitud visita para certificar buenas prácticas de manufactura (BPM) de establecimientos.

Solicitud expedición de certificado de buenas prácticas de manufactura (BPM) de establecimientos.

Solicitud de visita para de certificación de buenas prácticas de manufactura (BPM) laboratorios en el exterior.

Solicitud de visita para certificar capacidad de producción técnica de establecimientos.

Solicitud expedición de certificados de capacidad de producción técnica de establecimientos.

Solicitud de visita para renovación de certificados de buenas prácticas de manufactura (BPM) de establecimientos.

Solicitud de visita de ampliación de laboratorios certificados.

Solicitud de visita para verificación de requerimientos en capacidad de producción de establecimientos.

Solicitud de visita para levantamiento de medida sanitaria en establecimientos.

Solicitud de visita para certificar normas técnicas de fabricación (NTF) de establecimientos.

Solicitud de expedición certificado de Normas Técnicas de Fabricación (NTF).

Solicitud expedición certificado de normas técnicas de fabricación.

Solicitud de certificación de implementación y funcionamiento del sistema de análisis de peligros y puntos de control crítico HACCP.

Solicitud de visitas de verificación de buenas prácticas de manufactura (BPM) en industrias o fábricas de alimentos.

Adicionalmente, existen una serie de trámites y servicios que se pueden solicitar ante el Instituto que no generan cobro de tarifa entre los que cabe destacar:

Solicitud de desistimiento de trámite.

Interponer recurso de reposición.

Solicitar revocatoria parcial (corrección resolución)

Solicitud ver expediente.

Solicitar información base de datos registros sanitarios.

Solicitar copia simple.

Solicitar desglose de documentos.

Solicitar evaluación farmacéutica.

Solicitar evaluación farmacológica.

Respuesta auto técnico y/o legal.

Solicitar anexar documentos a expediente.

Interponer quejas y reclamos ante el INVIMA

**Requisitos para el registro de la marca en la Superintendencia de Industria y Comercio**

Se debe adquirir la carpeta en cartulina (Forma P-10) la cual servirá de carátula para la solicitud.

Las solicitudes presentadas a la Superintendencia de Industria y Comercio deben contener:  
La identificación del solicitante y del inventor

Título o nombre de la invención que debe ser Descriptivo, Breve y Preciso, evitando la designación excesivamente general o abstracta, sin hacer referencia a la marca o el nombre comercial que se le quiera dar al producto o proceso.

Un resumen con el objeto y finalidad de la invención.

La descripción clara y completa de la invención en forma tal que una persona versada en la materia pueda ejecutarla; si es necesario, debe ayudarse de dibujos realizados técnicamente.

Una o más reivindicaciones que precisen la materia para la cual se necesita la protección mediante la patente.

Para la interpretación de la invención: Los dibujos, los planos o las figuras que sean necesarias, en hojas tamaño oficio, realizados en tinta negra indeleble por una sola cara del papel, en lo posible sin marcos ni letreros (sólo los que sirvan para designar la figura

Cuando hay una solicitud extranjera previa: la copia de la primera solicitud de patente, en el caso de que se solicite prioridad, señalándola expresamente: si no se reclama la prioridad, no es exigible la copia.

La tarjeta para el archivo temático y una tarjeta para el archivo de propietarios, debidamente diligenciada, de acuerdo con el formato de la Superintendencia de Industria y Comercio.



Para efectos de publicación : un resumen que contenga la identificación del inventor, el título de la invención, lo más relevante de la descripción o reivindicación, el arte final del dibujo o figura más característica, o fórmula química más característica en tamaño de 12 x 12 cm por duplicado si fuere el caso y los datos bibliográficos pertinentes.

Los poderes que fueren necesarios.

Comprobante de pago para Patente de Invención o para Patente de Modelo de Utilidad.

El texto (por duplicado de la descripción) y las reivindicaciones debe ser presentado en hojas blancas tamaño oficio, escritas en tinta negra e indeleble, por una sola cara del papel. El original quedará en la oficina y la copia será para el solicitante

De igual manera por las características de la empresa es necesario cumplir con los requisitos de la sección de saneamiento ambiental, de la E.S.E. 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-instalación hidráulica para lo cual debe contar con una puntuación de 25.

Desechos líquidos: Conexión alcantarillado, artefactos-uso conservación suficiente, aguas servidas, eliminación sanitaria, puntuación de 25

Desechos sólidos: Basura-recipientes adecuados, buena eliminación, aseo general, equipo apropiado, puntuación 10

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

Higiene y control de alimentos: Uniformes apropiados limpios, documentos, cursillos, carnet, manipulación higiénica, almacenamiento, apropiado, distribución, puntuación 15

Clasificación:

Higiénico de 80 a 100 puntos

Higienizable de 55 a los 80 puntos

No higienizable de 0 a 55 puntos

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.

#### **4.7 ESTATUTOS DE VINO DE COCOTA Ltda.**

Vino de cocota Ltda, será una empresa de carácter industrial y se regirá por los siguientes estatutos.

##### **CAPITULO I DEL NOMBRE, DOMICILIO Y DURACION**

Artículo 1. Con el nombre empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda.

Artículo 2. Vino de cocota Ltda. Tendrá su sede y domicilio en la ciudad de Ocaña.

Artículo 3. La duración de vino de cocota Ltda será de 10 años pero podrá prorrogarse por determinación de la Junta de socios.

##### **CAPITULO II DEL OBJETO**

Artículo 4. El objeto de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota. La elaboración y comercialización de vino Cocota, distinguiéndose siempre por la calidad, precio y atención de manera que se alcancen los niveles de productividad y rentabilidad para la organización, convirtiéndose en generador de progreso y desarrollo socio económico para la ciudad de Ocaña y la región, mediante la generación de ingresos y de empleos directos e indirectos.

##### **CAPITULO III DE LOS INTEGRANTES**

Artículo 5. Los socios se clasifican en Fundadores y Accionistas

FUNDADORES: Son socios fundadores quienes figuran en el Acta de Constitución de la Empresa.

ACCIONISTAS: Son socios accionistas, los propietarios de la acción que se ajusten a lo estipulado en estos estatutos.

##### **CAPITULO IV DE LAS OBLIGACIONES Y DERECHOS DE LOS SOCIOS**

Artículo 6. Son obligaciones generales de los socios:

Cumplir los estatutos de decisiones de la Asamblea General de Socios.

Desempeñar responsable y diligentemente los cargos por elección y/o que la empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda le asigne.

Identificarse como socio cuando sea requerido por la Gerencia de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda.

Informar sobre cualquier irregularidad en el funcionamiento de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda.

Asistir a las secciones de la Junta General de Socios y a las reuniones programadas.  
Actualizar la Hoja de Vida cuando sea necesario.

Cuidar los muebles, bienes, enseres y servicios de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda y responder por los daños causados.

Representar y responder dignamente en los eventos y actividades para lo cual se ha designado.

Responder por los compromisos que adquiera la empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda.

Artículo 7. Son derechos de los socios: Elegir y ser elegidos para cargos directivos de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda.

Participar con voz y voto en la Junta General de socios y en las reuniones de la cual forme parte.

Convocar a junta cuando lo considere necesario.

Finalizar la gestión administrativa y económica de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda.

Ser elegido o designado a representar de los eventos industriales y comerciales de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda.

## **CAPITULO V ORGANOS DE ADMINISTRACION**

Artículo 8. Vino de cocota Ltda tendrá los siguientes órganos para su dirección, administración y fiscalización.

Artículo 9. FUNCIONES DE LA JUNTA DIRECTIVA:

1. Formular la política general de la empresa, el plan de desarrollo administrativo y los planes y programas que, conforme a la Ley Orgánica de Planeación y a la Ley Orgánica de Presupuesto, deben proponerse para su incorporación a los planes sectoriales y a través de éstos al Plan Nacional de Desarrollo.

2. Formular, a propuesta del representante legal, la política de mejoramiento continuo de la empresa, así como los programas orientados a garantizar el desarrollo administrativo.
3. Proponer al Gobierno Departamental las modificaciones a la estructura orgánica que considere pertinentes y adoptar los estatutos internos de la entidad y cualquier reforma que a ellos se introduzca.
4. Someter a la aprobación del Gobierno Departamental la planta de personal de la empresa.
5. Aprobar el proyecto de presupuesto anual de la Empresa y las modificaciones que a él se realicen.
6. Autorizar, de acuerdo con las normas vigentes, la adquisición, gravamen, limitación o enajenación de activos fijos, bienes raíces, bienes muebles y demás títulos de propiedad de la empresa.
7. Autorizar al Gerente, de conformidad con las normas legales vigentes sobre la materia, la contratación de empréstitos internos y externos y créditos con destino a la empresa en desarrollo de su objeto social.
8. Autorizar al Gerente la constitución de encargos fiduciarios y/o patrimonios autónomos, cuando sea el caso.
9. Controlar el funcionamiento general de la empresa y verificar su conformación con la política adoptada.
10. Autorizar al Gerente para celebrar actos o contratos, cuando la cuantía de los mismos supere los 500 salarios mínimos legales mensuales vigentes.
11. Las demás que señale la Ley

## LA ASAMBLEA GENERAL DE SOCIOS

Artículo 10. La Asamblea General de socios la constituye la totalidad de los socios que se encuentren en el ejercicio de sus derechos. Sus decisiones se tomarán por acuerdos que serán obligatorios para todos los socios.

Artículo 11. Las reuniones de la Asamblea General de socios serán ordinarias y extraordinarias. Las reuniones ordinarias se realizan en la fecha determinada en los estatutos; las extraordinarias en cualquier tiempo, para tratar asuntos específicos.

Artículo 12. Las ordinarias serán convocadas los tres primeros meses del año. Las extraordinarias, lo serán por el órgano administrativo, por el fiscal o a petición de cuando no menos de la tercera parte de los socios.

Artículo 13. La convocatoria de la reunión ordinaria se comunicará a todos los socios por escrito con no menos de 15 días hábiles de antelación a la fecha fijada para la reunión.

Artículo 14. La Asamblea General de socios podrá sesionar cuando estén presentes por los menos la mitad más uno de los socios, en uso de sus derechos y sus decisiones se ordenarán por la mitad más uno de los votos de los socios presentes.

Artículo 15. Son funciones de la Asamblea General de Socios:

Aprobar los Estatutos y Reglamentos Internos y sus modificaciones.

Establecer las políticas internas del Organismo.

Establecer planes de actividades acordes con la política del sector industrial de la Región

Aprobar un presupuesto de ingresos y gastos para la ejecución del programa de actividades de funcionamiento del organismo.

Aprobar los actos y contratos según la cuantía establecida en los Estatutos.

Elegir a las personas que tendrán a su cargo los órganos de administración, control y disciplina.

Las demás establecidas por las normas legales estatutarias y reglamentarias.

Artículo 16. Funciones del Gerente

1° suscribir los actos y contratos que deben celebrar a nombre de la de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda, siguiendo las disposiciones legales establecidas.

2° planear, organizar, dirigir y controlar las actividades de la de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda.

3° Elaborar el plan estratégico y proyectos que deben adelantarse para el funcionamiento de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda.

4° Supervisar todas las funciones realizadas por los integrantes de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda.

5° Supervisar las funciones académicas y administrativas de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda.

6° Elaborar el proyecto de mejoramiento continuo.

7° Revisar los ingresos y egresos de la empresa y presentar los informes a los socios de la misma.

8° Las demás que le sean asignadas y concuerden con la naturaleza del cargo o sean propias del mismo

NOTA: En la medida que vino de cocota Ltda crezca administrativa y financieramente, es decir el número de socio aumente sea necesarios contar con organismos que supervisen, controlen y dirijan la empresa por tanto se tendrá en cuenta para un futuro las disposiciones dentro de los estatutos las funciones de la junta directiva y en el momento de crecimiento de la empresa se presentará la reforma de estatutos ajustados a las nuevas modificaciones de la empresa.

#### DE LA JUNTA DIRECTIVA

Artículo 17. Anualmente, la Junta General de Socios en reunión ordinaria elegirá a las personas que han de integrar la Junta Directiva, ejercer a cargo del fiscal y los demás cuya provisión corresponde a la Asamblea.

Artículo 18. Los miembros de la Junta Directiva serán cinco (5) elegidos por la Junta General de Socios en votación secreta y papeleta escrita, aplicando el cociente electoral quienes elegirán sus designatarios uno de los cuales tendrá la calidad de presidente y representante legal.

Artículo 19. Cuando un miembro de la Junta Directiva renuncie, o sin justa causa deje de asistir a tres reuniones consecutivas o cinco no consecutivas, será reemplazado por el siguiente de la lista en que salió elegido.

Artículo 20. La Junta Directiva se reunirá en los primeros diez días de cada mes y las decisiones se tomarán mediante resolución y de sus deliberaciones se dejará constancia en Actas. Constituye quórum para deliberar y decidir la presencia de cuatro de sus miembros.

Artículo 21. Dentro de la Junta Directiva se hará necesario para un buen normal funcionamiento el nombramiento de un de la junta directiva

#### DEL PRESIDENTE

Artículo 22. El presidente de la Junta Directiva será el que oriente las decisiones de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda y tendrá las siguientes funciones:

Convocar y presidir, a nombre de la Junta Directiva las sesiones de la Asamblea General de Socios.

Convocar y presidir la Junta Directiva.

Autorizar y suscribir los actos y contratos que comprometen a la empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda y a las que señalen el presente estatuto, la Junta Directiva y la Asamblea General.

Firmar conjuntamente con el Tesorero, los fondos de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda.

Resolver sobre los asuntos urgentes de carácter ordinario, e informar de sus decisiones en la más inmediata reunión de la Junta Directiva.

Cumplir y hace cumplir las resoluciones de la Junta Directiva, los acuerdos de la Asamblea y demás normas vigentes.

Representar a la empresa por sí o por la delegación en los actos públicos y privados.

Firmar conjuntamente con el secretario las Actas de la Asamblea y la Junta Directiva los documentos oficiales de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda.

Todas las demás que señale la Junta Directiva.

#### DEL VICEPRESIDENTE

Artículo 23. El Vicepresidente ejercerá las funciones generales del miembro de la Junta Directiva. Reemplazará al Presidente en sus ausencias temporales, con los mismos derechos y atribuciones.

#### DEL TESORERO

Artículo 24. El Tesorero tendrá las siguientes funciones:

Asistir a las sesiones de la Asamblea General y de la Junta Directiva.

Recaudar los fondos y guardar los bienes de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda.

Firmar conjuntamente con el Presidente. Previo visado del fiscal los fondos de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda.

Ejecutar los gastos que conforme a las normas legales, estatutarias y reglamentarias, ordene el Presidente, la Junta Directiva y la Asamblea General.

Llevar actualizados los libros de inventarios y de contabilidad, conforme a las disposiciones legales.

Presentar los libros y comprobantes respectivos y rendir los informes correspondientes a la solicitud del Presidente, de la Junta Directiva, Fiscal, Asamblea General.

Prestar, con cargo al presupuesto de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda las finanzas y seguros exigidos por el ejercicio de su cargo.

#### DEL SECRETARIO

Artículo 25. El Secretario tendrá las siguientes funciones:

Llevar las actas de la Asamblea General, de la Junta Directiva y de las Comisiones

Firmar conjuntamente con el Presidente, las Actas de las Asambleas Generales, Junta Directiva, acuerdos, resoluciones, constancias, certificaciones, en general todo documento oficial de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda.

Llevar y guardar permanentemente actualizados los archivos y registro del libro de los socios.

Organizar y coordinar el trabajo de todas las sesiones de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda de las comisiones que funcionen en el mismo.

Informar y responder ante la Junta Directiva sobre su propia gestión y la de los empleados si lo hubiere.

Todas las demás que se asignen.

Artículo 26. Anualmente, la Asamblea General de Socios en reunión ordinaria elegirá a las personas que han de integrar la Junta Directiva, ejercer a cargo del fiscal y los demás cuya provisión corresponde a la Asamblea.

#### DEL GERENTE

Son funciones del Gerente General de La Empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda, las siguientes:

1. Dirigir, coordinar, vigilar, controlar y evaluar la ejecución y cumplimiento de los objetivos, funciones, políticas, planes y programas inherentes al objeto de la Empresa.
2. Ordenar los gastos, dictar los actos administrativos, realizar las operaciones y celebrar los contratos y convenios necesarios para el cumplimiento de los objetivos y funciones de la entidad, hasta los quinientos (500) salarios mínimos legales mensuales vigentes.
3. Presentar a la Junta Directiva el anteproyecto de presupuesto y los planes de inversión de la Empresa con arreglo a las disposiciones legales que regulan la materia y ejecutar las decisiones de dicho organismo.
4. Proponer a la Junta Directiva y tramitar las modificaciones a la estructura y planta de personal de la Empresa.
5. Cumplir y hacer cumplir las disposiciones de la Junta Directiva.
6. Dictar las disposiciones que rigen los procedimientos y trámites administrativos internos.



7. Nombrar, remover y contratar al personal de la entidad conforme a las normas legales, reglamentarias y estatutarias vigentes.
8. Designar mandatarios que representen a la Empresa en los asuntos judiciales y extrajudiciales para la mejor defensa de los intereses de la entidad.
9. Coordinar con la Secretaria de Hacienda del Departamento y con los establecimientos públicos, Empresas Industriales y Comerciales del Estado del orden departamental, las acciones relacionadas con los asuntos institucionales, y especialmente las acciones encaminados al apoyo en la fiscalización de las rentas destinadas para la salud.
10. Presentar a los organismos de control correspondientes los informes de gestión establecidos.
11. Rendir informes a la Junta Directiva, sobre las actividades desarrolladas, la situación

## **CAPITULO VI DEL PATRIMONIO**

El patrimonio de La comercializadora y productora vino de cocota Ltda, lo constituye:

Los recursos provenientes de la explotación del monopolio rentístico de juegos de suerte y azar, en los términos de la Ley 643 de 2001.

Los bienes y rentas que obtenga, así como los gravámenes, impuestos o aprovechamientos que por ley u ordenanza le correspondan.

Las donaciones o legados que le hagan personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras, de derecho público o privado y, en general, todos los bienes, derechos o acciones que reciba a cualquier título.

Las partidas, aportes o auxilios que le asignen las entidades de cualquier orden o grado, o entidades privadas nacionales o internacionales.

Los ingresos provenientes de la prestación de servicios o de los contratos que a cualquier título celebre, así como el producido de sus propios bienes y de las actividades que realice en el cumplimiento de su objeto.

Los ingresos provenientes de la explotación directa o indirecta de sus actividades por concepto de juegos de suerte y azar autorizados por la Ley 643 de 2001.

Artículo 27. El patrimonio de los socios se constituye en todos los bienes, muebles e inmuebles, y por toda donación que le otorguen personas naturales o jurídicas.

Artículo 28. El porcentaje de participación de cada socio dentro de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda, depende del capital de la misma determinando conforme al valor aportado por cada socio.

Nota: El socio que tenga dentro de sus aportes más del 50% capital será el socio mayoritario quien tendrá la prioridad decisión dentro de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda.

## **CAPITULO VII DE LA DISOLUCION Y LIQUIDACION**

Artículo 29. La empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda se disolverá:  
Por decisión de la Asamblea General de Socios.

Por imposibilidad de cumplir su objeto social.

Por las disposiciones dadas en el Código de Comercio

Por vencimiento del término previsto para su duración en el contrato, si no fuere prorrogado válidamente antes de su expiración;

Por la imposibilidad de desarrollar la empresa social, por la terminación de la misma o por la extinción de la cosa o cosas cuya explotación constituye su objeto;

Por reducción del número de asociados a menos del requerido en la ley para su formación o funcionamiento, o por aumento que exceda del límite máximo fijado en la misma ley;

Por la declaración de quiebra de la sociedad;

Por las causales que expresa y claramente se estipulen en el contrato;

Por decisión de los asociados, adoptada conforme a las leyes y al contrato social;

Por decisión de autoridad competente en los casos expresamente previstos en las leyes, y

Por las demás causales establecidas en las leyes, en relación con todas o algunas de las formas de sociedad que regula este Código.

## **CAPÍTULO VIII DISPOSICIONES VARIAS**

Artículo 30. Como consecuencia de la transformación de la naturaleza jurídica, concédase facultades, para que en un lapso de 6 meses contados a partir de la publicación de la presente ordenanza, proceda a realizar todos los movimientos presupuestales requeridos a fin de poder atender todos los gastos que esta transformación implique.

Artículo 31. Vigencia. La presente Ordenanza rige a partir de la fecha de su publicación y deroga las disposiciones que le sean contrarias.

#### **4.8 MANUAL DE HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL PARA VINO DE COCOTA LTDA**

### **TITULO PRIMERO DISPOSICIONES GENERALES Y OBLIGACIONES DE LOS PATRONOS Y TRABAJADORES**

#### **CAPITULO PRIMERO DISPOSICIONES GENERALES**

Artículo 1°. El presente Reglamento tiene por objeto establecer las medidas necesarias de prevención de los accidentes y enfermedades de trabajo, tendientes a lograr que la prestación del trabajo se desarrolle en condiciones de seguridad, higiene y medio ambiente adecuado para los trabajadores, conforme a lo dispuesto en la Ley del trabajo y los tratados internacionales.

Artículo 2°. Para los efectos de éste ordenamiento, se entenderá por:

I. Actividades peligrosas: El conjunto de tareas derivadas de los procesos de trabajo que generan condiciones inseguras y sobre exposición a los agentes físicos, químicos o biológicos, capaces de provocar daños a la salud de los trabajadores o el centro de trabajo.

II. Equipos para el transporte de materiales: Son los vehículos utilizados para el transporte de materiales de cualquier tipo en forma continua o intermitente entre dos o más estaciones de trabajo destinados al proceso de producción en los centros de trabajo.

III. Ergonomía: Es la adecuación del lugar de trabajo, equipo, maquinaria y herramientas al trabajador, de acuerdo a sus características físicas y psíquicas a fin de prevenir accidentes y enfermedades de trabajo y optimizar la actividad de éste con el menor esfuerzo, así como evitar la fatiga y el error humano.

IV. Espacio confinado. Es un lugar lo suficientemente amplio, con ventilación natural deficiente configurada de tal manera que una persona puede en su interior desempeñar una tarea asignada, que tiene medios limitados o restringidos.

V. Lugar de trabajo. Es el sitio donde el trabajador desarrolla sus actividades laborales específicas para las cuales fue contratado, el cual interactúa con el proceso productivo y el medio ambiente laboral;

VI. Medio ambiente de trabajo: Es el conjunto de elementos naturales o inducidos por el hombre, que interactúan en el centro del trabajo.

VII. Microorganismos patógenos: Organismos viviente microscópico, productor o causante de enfermedades;

VIII. Normas: Las normas nacionales colombianas relacionadas con la materia de seguridad, higiene y medio ambiente de trabajo, expedidas por la empresa del Trabajo y Previsión Social.

IX. Programa de seguridad e higiene: Documento en las que se escriben las actividades, métodos, técnicas y condiciones de seguridad e higiene que deberán observarse en el centro de trabajo para la prevención de accidentes y enfermedades de trabajo se contará con manuales de procedimientos específicos.

X. Seguridad e higiene en el trabajo: Son los procedimientos, técnicas y elementos que se aplican en los centros de trabajos, para el reconocimiento, evaluación y control de los agentes nocivos que intervienen. En los procesos y actividades de trabajo, con el objeto de establecer medidas para la prevención de accidentes o enfermedades de trabajo, a fin de conservar la vida, salud e integridad física de los trabajadores, así como evitar cualquier posible deterioro al propio centro de trabajo.

XI. Servicios preventivos de medicina del trabajo: Son aquellos que se integran bajo la supervisión de un profesional médico calificado en medicina del trabajo o equivalente, que se establecen para coadyuvar en la prevención de accidentes y enfermedades de trabajo y fomentar la salud física y mental de los trabajadores en relación con sus actividades laborales.

XII. Servicios preventivos de seguridad e higiene: Son aquellos que integrados por un profesional de la seguridad e higiene, se establecen para coadyuvar en la prevención de accidentes y enfermedades de trabajo mediante el reconocimiento, evaluación y control de los factores de riesgo, a fin de evitar el daño a la salud de los trabajadores.

Artículo 3°. La aplicación de éste Reglamento corresponde a la Empresa, la que será auxiliada por las autoridades locales en materia de trabajo.

La interpretación administrativa del presente reglamento compete a la empresa.

Artículo 4°. La Empresa expedirá las Normas en materia de seguridad e higiene en el trabajo, con base en la Ley sobre la normalización y el presente Reglamento

Artículo 5°. Las disposiciones de éste Reglamento deberán ser cumplidas en el centro de trabajo por el patrono o sus representantes y los trabajadores, de acuerdo a la naturaleza de la actividad económica, los procesos de trabajo y el grado de riesgo de la empresa o establecimiento y constituyan un peligro para la vida, salud o integridad física de las personas o bien, para las propias instalaciones.

Los integrantes de las comisiones de seguridad e higiene de los centros de trabajo, los encargados y supervisores de la seguridad y los médicos de las empresas, promoverán la observación del presente Reglamento, dentro de las actividades que tengan asignadas, de conformidad con la normatividad que les sea aplicable.

Artículo 6°. La Empresa, en los análisis que para la elaboración de las Normas se requiere fórmulas de conformidad con lo dispuesto en la Ley y normalización, deberá justificar que las obligaciones o restricciones que se impongan a los patronos y trabajadores eviten:

I. La creación de riesgo o peligro a la vida, integridad física o salud de los trabajadores en los centros de trabajo.

II. Un cambio adverso y sustancial sobre el medio ambiente del centro de trabajo, que afecte o pueda afectar la seguridad o higiene del mismo, o de las personas que ahí laboran.

Igualmente, se deberán considerar los efectos relacionados a largo y corto plazo; los efectos acumulados; la probabilidad, duración, irreversibilidad, ámbito geográfico y magnitud del riesgo; el número de personas afectadas o susceptibles de ser afectadas; el impacto sobre el empleo y la actividad productiva de que se trate, incluyendo una evaluación de los efectos que no pueden ser cuantificados en términos monetarios y la utilidad social de la medida correspondiente.

Los estudios que al efecto se realicen, podrán ser consultados por el público en general de conformidad con las disposiciones legales aplicables. Con base en dichos estudios se deberán señalar en las Normas los objetivos y finalidades específicos a cumplir, así como las obligaciones y restricciones concretas que se impondrán a los patronos y trabajadores.

Artículo 7°. En las normas que expida la Empresa, deberán tomarse en cuenta los objetivos y finalidades específicos a cumplir, el tipo y escala de los centros de trabajo y la actividad o actividades laborales objeto de la regulación de las mismas.

Para la determinación del tipo y escala del centro de trabajo; se darán los siguientes criterios:

Rama industrial, comercial o de servicios.

Grado de riesgo.

Ubicación geográfica

Número de trabajadores

Artículo 8°. Cuando las Normas expedidas por la Empresa establezcan el uso de equipos, procesos o tecnologías específicas, el patrono o sus representantes podrán solicitar por escrito a ésta, autorización para utilizar equipos, tecnologías, procedimientos o mecanismos

alternativos, mediante los cuales se dé cumplimiento a los objetivos y finalidades correspondientes, acompañando las justificaciones respectivas.

Previa opinión de un comité de higiene, la Empresa deberá emitir la resolución respectiva dentro del plazo que cada Norma establezca o, en su defecto, dentro de los 45 días siguientes a la recepción de la solicitud. En el caso de que la Empresa no emita la resolución dentro del plazo correspondiente, se considerará que esta es afirmativa y, a petición del solicitante deberá expedir constancia de autorización dentro de los dos días hábiles siguientes a la presentación de la solicitud respectiva.

La Empresa hará del conocimiento del Comité de Seguridad e Higiene en el Trabajo, las autorizaciones que al efecto se otorguen en los términos de éste artículo a fin de darles publicidad, para que otros interesados puedan plantear su situación particular y, de ser procedente, obtener la autorización correspondiente de conformidad con lo dispuesto en los párrafos anteriores, respetando, en caso, los derechos adquiridos conforme a la Ley de Propiedad Industrial.

Artículo 9°. La Empresa llevará cabo estudios e investigaciones en los centros de trabajo, con el objeto de establecer las bases para la elaboración y actualización de las Normas, de acuerdo a la materia o tema que se pretenda formar, así como para sustentar el costo-beneficio y factibilidad de las mismas, mediante la práctica de exámenes médicos a los trabajadores y la utilización de los equipos y métodos científicos necesarios, para lo cual le deberán prestar auxilio los patronos y los trabajadores.

La Empresa podrá solicitar el auxilio de las autoridades locales competentes para la realización de los estudios e investigaciones a que se refiere éste estudio.

Artículo 10°. La empresa expedirá las autorizaciones en materia de seguridad e higiene a que se refiere el presente Reglamento y revocará las mismas cuando no se cumpla con las disposiciones correspondientes, previamente audiencia del interesado para que manifieste, lo que a su derecho convenga, y conforme a lo establecido en la Ley de procedimiento Administrativo.

Artículo 11°. El cumplimiento de las Normas en los centros de trabajo se podrá comprobar a través de los dictámenes que sean expedidos por las unidades de verificación, laboratorios de prueba y organismos de certificación acreditados en los términos de la Ley sobre Normalización. Lo anterior, sin perjuicio de las atribuciones de la Empresa para realizar visitas de inspección conforme a la Ley y a las disposiciones reglamentarias.

Las Normas que expida la Empresa establecerá la vigencia que tendrán los dictámenes que emitan las unidades de verificación, laboratorios de prueba y organismos de certificación acreditados, para comprobar el cumplimiento de las obligaciones derivadas de la Norma. De no establecerse dicho plazo, los mencionados dictámenes tendrán una vigencia de un año.

Artículo 12°. La Empresa llevará a cabo programas de asesoría y orientación para el debido cumplimiento de la normatividad laboral en materia de seguridad e higiene en el trabajo, en lo que se establecerán los mecanismos de apoyo para facilitar dicho cumplimiento, así como simplificar la acreditación del mismo, tomando en cuenta la actividad, escala económica proceso de trabajo, grado de riesgo y ubicación geográfica de los centros de trabajo, a través de compromisos voluntarios con aquellas empresas o establecimientos que así lo soliciten, para lo cual se auxiliará del Comité de Seguridad e Higiene en el trabajo.

Artículo 13°. Los patronos están obligados a adoptar, de acuerdo a la naturaleza de las actividades laborales y procesos industriales que se realicen en los centros de trabajo, las medidas de seguridad e higiene pertinentes con lo dispuesto en el Reglamento y las Normas aplicables, a fin de prevenir por una parte, accidentes en el uso de maquinaria, equipos, instrumentos y materiales, y por la otra, enfermedades por la exposición a los agentes químicos, físicos, biológicos, ergonómicos y psicosociales, así como para contar con las instalaciones adecuadas para el desarrollo del trabajo. En los centros de trabajo los niveles máximos permisibles de contaminantes, no deberán exceder los límites establecidos por las normas correspondientes.

En los centros de trabajo en donde se realicen actividades industriales, comerciales o de servicios altamente riesgosas, los patronos elaborarán los programas para la prevención de accidentes en la realización de tales actividades que puedan causar graves desequilibrios ecológicos.

Artículo 14°. Será responsabilidad del patrón que se practiquen los exámenes médicos de ingreso, periódicos y especiales a los trabajadores expuestos a los agentes químicos, físicos, biológicos y psicosociales, que por sus características, niveles de concentración y tiempo de exposición puedan alterar su salud, adoptando en su caso, las medidas pertinentes para mantener su integridad física y mental, de acuerdo a las Normas correspondientes.

Artículo 15°. El patrono deberá informar a los trabajadores respecto a los riesgos relacionados con la actividad laboral específica que desarrollen, y en particular acerca de los riesgos que impliquen el uso o exposición a los contaminantes del medio ambiente laboral, así como capacitarlos respecto a las medidas y programas que deberán observar para su prevención y control, de conformidad con las disposiciones de este Reglamento y las Normas correspondientes.

## **CAPITULO SEGUNDO OBLIGACIONES DE LOS PATRONOS**

Artículo 16°. Son obligaciones de los patronos:

I. Cumplir con las disposiciones de este Reglamento, de las Normas que expidan las autoridades competentes.

II. Contar, en su caso, con las autorizaciones en materia de seguridad e higiene, a que se refiere este Reglamento.

III. Efectuar estudios en materia de seguridad e higiene en el trabajo, para identificar las posibles causas de accidentes y enfermedades de trabajo y adoptar las medidas adecuadas para prevenirlos, conforme a lo dispuesto en las Normas aplicables, así como presentarlos a la Empresa cuando este lo solicite.

IV. Determinar y conservar dentro de los niveles permisibles las condiciones ambientales de centro de trabajo, empleando los procedimientos que para cada agente contaminante se establezcan en las Normas correspondientes, y presentar a la Empresa los estudios respectivos cuando ésta así lo requiera.

V. Colocar en lugares visibles de los centros de trabajo avisos o señales de seguridad e higiene para la prevención de riesgos, en función de la naturaleza de las actividades que se desarrollen, conforme a las normas correspondientes.

VI. Elaborar el programa de seguridad e higiene y los programas manuales específicos a que se refiere el presente Reglamento, en los términos previstos en las Normas aplicables.

VII. Capacitar y adiestrar los trabajadores sobre la prevención de riesgos y atención de emergencias, de acuerdo con las actividades que se desarrollen en el centro de trabajo.

VIII. Permitir la inspección y vigilancia que la Empresa o las autoridades laborales que actúen en su auxilio practiquen en los centros de trabajo, para cerciorarse del cumplimiento de la normatividad en materia de seguridad e higiene; darles facilidades y proporcionarles la información y documentación que les sea requerida legalmente.

IX. Presentar a la Empresa cuando ésta así lo requiera, los dictámenes emitidos por las unidades de verificación.

X. Proporcionar los servicios preventivos de medicina del trabajo que se requieran, de acuerdo a la naturaleza de las actividades realizadas en el centro de trabajo

XI. Instalar y mantener en condiciones de funcionamiento, dispositivos permanentes para los casos de emergencia y actividades peligrosas, que salvaguarden la vida y salud de los trabajadores, así como para proteger el centro de trabajo.

XII. Dar aviso a la Empresa de los accidentes de trabajo que ocurran.

XIII. Participar en la integración y funcionamiento de las comisiones de seguridad e Higiene en los centros de trabajo; así como dar facilidades para su óptimo funcionamiento.



XIV. Promover en el reglamento interno de trabajo disposiciones en materia de seguridad e higiene en el trabajo, para la prevención de riesgos y protección de los trabajadores y del centro de trabajo.

XV. Las demás previstas en otras disposiciones jurídicas aplicables.

### **CAPITULO TERCERO** **OBLIGACIONES DE LOS TRABAJADORES**

Artículo 17°. Son obligaciones de los trabajadores:

I. Observar las medidas preventivas de seguridad e higiene que establece este Reglamento, las normas expedidas por las autoridades competentes y del reglamento interno de trabajo de las empresas, así como las que indiquen los patronos para prevención de riesgos de trabajo.

II. Designar a sus representantes y participar en la integración y funcionamiento de la comisión de seguridad e higiene del centro de trabajo en que presten sus servicios de acuerdo a lo dispuesto por la Ley, este reglamento y las Normas correspondiente.

III. Dar aviso inmediato al patrono y a la comisión de seguridad e higiene de la empresa o establecimiento en que preste sus servicios, sobre las condiciones o actos inseguros que observen y de los accidentes de trabajo que ocurran en el interior de centro de trabajo, colaborando en la investigación de los mismos.

IV. Participar en los cursos de capacitación y adiestramiento que en materia de prevención de riesgos y atención de emergencias, sea impartido por el patrono o por las personas que éste designe.

V. Conducirse en el centro de trabajo con los cuidados necesarios para evitar al máximo cualquier riesgo de trabajo.

VI. Someterse a los exámenes médicos que determine el patrono de conformidad con las Normas correspondientes, a fin de prevenir riesgos de trabajo.

VII. Utilizar el equipo de protección personal proporcionando por el patrón y cumplir con las demás medidas de control establecidas por éste para prevenir riesgos de trabajo, y.

VIII. Las demás previstas en otras disposiciones jurídicas.

## **TITULO SEGUNDO CONDICIONES DE SEGURIDAD**

### **CAPITULO PRIMERO EDIFICIOS LOCALES**

Artículo 18°. Los edificios o locales donde se ubiquen centros de trabajo, ya sean temporales o permanentes, deberán estar diseñados y construidos observando las disposiciones de los reglamentos locales y de las Normas aplicables.

Artículo 19°. Los elementos arquitectónicos de los edificios y locales, requeridos para los servicios, acondicionamiento ambiental, comunicación, instalaciones a desnivel, circulación salida de uso normal y de emergencia y zonas de reuniones, deberán estar diseñados y construidos conforme a las Normas aplicables.

Artículo 20°. Las áreas de recepción de materiales, almacenamiento, de procesos y operación, mantenimiento, tránsito de personas y vehículos, salidas y áreas de emergencias y demás áreas de los centros de trabajo, deberán estar delimitadas de acuerdo a las Normas relativas. Las áreas destinadas para el almacenamiento temporal de residuos peligrosos, deberán cumplir con lo dispuesto en las Normas aplicables.

Artículo 21°. En el diseño, construcción y mantenimiento de las instalaciones de los centros de trabajo, deberán observar condiciones de seguridad e higiene para los trabajadores en alturas o subterráneos, para los cuales se deberá tomar en cuenta su estabilidad, la resistencia de materiales, el tipo de actividad a desarrollarse. Protecciones de dispositivos de seguridad, de acuerdo, a las Normas correspondientes.

Artículo 22°. Las áreas de tránsito de personas deberán contar con las condiciones de seguridad, a fin de permitir la libre circulación en el centro de trabajo, de acuerdo a las actividades que en el mismo se desarrollen y al tipo de riesgo, con apego a lo establecido en la Norma correspondiente. Los patronos de los centros de trabajo en donde laboren personas discapacitadas, deberán hacer las adecuaciones necesarias para facilitar la salida de los mismos en caso de emergencia, sin perjuicio de lo dispuesto en otro ordenamiento jurídico.

Artículo 23°. Las áreas de tránsito con circulación peatonal y vehicular deberán ser independientes, delimitadas, señalizadas y cumplir con las características que establezcan las Normas correspondientes.

Artículo 24°. Los centros de trabajo deberán contar con rejas pluviales e industriales independientes, de acuerdo con la naturaleza de su actividad comercializadora.

**CAPITULO SEGUNDO**  
**PREVENCIÓN, PROTECCIÓN Y COMBATE DE INCENDIOS**

Artículo 25°. En los centros de trabajo deberá contar con medidas de prevención y protección, así como con sistemas y equipos para el combate de incendios, en función al tipo y grado de riesgo que entrañe la naturaleza de la actividad, de acuerdo con las Normas respectivas.

**CAPITULO TERCERO**  
**DEL EQUIPO, MAQUINARIA, RECIPIENTES SUJETOS A PRESIÓN**  
**Y GENERADORES DE VAPOR O CALDERAS**

**SECCIÓN I.**  
**DEL FUNCIONAMIENTO DE LOS RECIPIENTES SUJETOS A PRESIÓN Y**  
**GENERADORES DE VAPOR O CALDERAS**

Artículo 26°. Para el funcionamiento en los centros de trabajo de los recipientes sujetos a presión y generadores de vapor o calderas a que se refiere la Norma respectiva, el patrono deberá avisar o solicitar, autorización a la Empresa, conforme a lo siguiente.

I. Dar aviso por escrito a la Empresa antes de la fecha de inicio de funcionamiento de los equipos, adjuntando dictamen expedido por la unidad de verificación debidamente acreditada, que certifiquen que los mismos cuentan con las condiciones de seguridad y los dispositivos establecidos en la Norma correspondiente.

II. Solicitar a la Empresa por escrito, autorización para el funcionamiento de los equipos, a fin de que previa inspección practicada por la misma, si se satisfacen los requisitos previstos en este Reglamento y en la Norma respectiva, se otorgue la autorización correspondiente.

En ambos casos la Empresa asignará un número de control para cada equipo.

Artículo 27. Cuando se pretenda modificar la instalación o las condiciones de operación de los recipientes sujetos a presión, y generadores de vapor o calderas, el patrono deberá dar aviso previo por escrito a la Empresa o solicitar la autorización de ésta, en los términos de lo dispuesto por el artículo 26 de este Reglamento.

Cuando dejen de operar definitivamente los equipos a que se hace referencia en esta sección, el patrono deberá notificar por escrito a la empresa.

Artículo 28°. Si como resultado de las inspecciones que con posterioridad se practiquen a los equipos referidos en esta sección, se detectara que los mismos ya no reúnen las condiciones de seguridad que establezca la Norma aplicable, la Empresa ordenará se subsanen las deficiencias identificadas y, en su caso, se estará a lo dispuesto por el artículo.

## **SECCIÓN II OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPOS**

Artículo 29°. La maquinaria y equipo deberá contar con las condiciones de seguridad e higiene de acuerdo a las Normas correspondientes.

Artículo 30°. Todas las partes móviles de la maquinaria y equipos y su protección, así como los recipientes sujetos a presión y generadores de vapor, deberán revisarse y someterse a mantenimiento preventivo y, en su caso, al correctivo, de acuerdo a las especificaciones de cada maquinaria y equipo.

Para la operación y mantenimiento de todas las partes móviles a que se refiere el párrafo anterior, el patrono deberá contar con el programa de seguridad e higiene, mismo que dará a conocer al personal operativo de dicha maquinaria y equipo.

Artículo 31°. El patrono deberá conservar durante la vida útil de los recipientes sujetos a presión y generadores de vapor o calderas, los antecedentes de alteraciones, reparaciones, modificaciones y condiciones de operaciones y mantenimiento de los mismos y exhibirlos a la Empresa cuando ésta sí lo solicite.

Artículo 32°. El patrono deberá contar con el personal, materiales y procedimientos necesarios para la atención de emergencias en maquinarias y equipo.

Artículo 33°. El patrono deberá contar con el personal capacitado para el manejo de montacargas, grúas, calderas y demás maquinaria y equipo cuya operación pueda ocasionar daños a terceras personas o al centro de trabajo.

### **CAPITULO DE LAS HERRAMIENTAS**

Artículo 34°. El patrono tendrá las siguientes obligaciones en relación con las herramientas que se utilicen en el centro del trabajo.

I. Seleccionarla de acuerdo a las características técnicas y para la actividad y tipo de trabajo a desarrollar por el trabajador.

II. Verificarlas periódicamente en su funcionamiento, a fin de proporcionarles el mantenimiento adecuado y, en su caso, sustituir aquellas que hayan perdido sus características técnicas.

III. Proporcionar al trabajador, de acuerdo a la naturaleza del trabajo, cinturones, porta-herramientas, para el transporte y almacenamiento de las herramientas.

Artículo 35. El patrono deberá proporcionar a los trabajadores instrucciones por escrito para la utilización y control de las herramientas, las que contendrán como mínimo,

indicaciones para su uso, conservación, mantenimiento, lugar de almacenamiento y transporte seguro.

## **TITULO TERCERO CONDICIONES DE HIGIENE**

### **CAPITULO PRIMERO RUIDOS Y VIBRACIONES**

Artículo 36°. En los centros de trabajo en donde por los procesos y operaciones se generen ruidos y alteraciones, que por sus características, niveles y tiempo de exposición, sean capaces de alterar la salud de los trabajadores, el patrono deberá elaborar el programa de salud e higiene, conforme a las Normas aplicables.

Artículo 37°. El patrono es el responsable de instrumentar en los centros de trabajo los controles necesarios en las fuentes de emisión, para no exceder los niveles máximos permisibles del nivel sonoro continuo y equivalente y de vibraciones, de acuerdo a las Normas respectivas.

Artículo 38. Será responsabilidad del patrono que se practiquen los exámenes médicos específicos a los trabajadores expuestos a ruido o vibraciones y adoptar las medidas pertinentes para proteger su salud, en los términos y condiciones que señale la Norma correspondiente.

### **CAPITULO CUARTO AGENTES CONTAMINANTES BIOLÓGICOS**

Artículo 39. En los centros de trabajo en donde existan agentes biológicos capaces de alterar la salud de los trabajadores, el patrono deberá identificar, evaluar y controlar la exposición a los mismos, por medio de los métodos establecidos en la Norma correspondientes.

Artículo 40. Será responsabilidad del patrono elaborar y difundir entre los trabajadores el programa de seguridad e higiene para el uso, manejo, transporte, almacenamiento y desechos de materiales contaminados por microorganismos patógenos, que en especial deberá contener las medidas preventivas de desinfección, esterilización y limpieza del equipo e instrumental utilizado.

Artículo 41°. El patrono deberá señalizar las áreas de riesgo, contenedores y material contaminado por microorganismos patógenos.

Artículo 42°. El patrono deberá dotar a los trabajadores de equipos de protección personal específicos para el manejo de microorganismos patógenos, llevando un control especial sobre el uso del mismo, para evitar que se contaminen otras áreas. Será responsabilidad del

patrón que se practiquen los exámenes médicos específicos a los trabajadores expuestos a los contaminantes biológicos.

Artículo 43°. El patrono llevará un registro del personal autorizado para la ejecución de actividades que impliquen un riesgo especial por el manejo de agentes biológicos.

## **CAPITULO QUINTO PRESIONES AMBIENTALES NORMALES**

Artículo 44°. En los centros de trabajo donde se realicen actividades en la que los trabajadores estén expuestos a presiones ambientales anormales que puedan alterar su salud, el patrono será el responsable de que se elabore el programa de seguridad e higiene que señalan las Normas correspondientes.

Artículo 45°. Será responsabilidad del patrono vigilar que se realicen los exámenes médicos específicos a los trabajadores expuestos a presiones ambientales anormales, en términos y condiciones que señalen las Normas respectivas.

## **CAPITULO SEXTO CONDICIONES TÉRMICAS DEL MEDIO AMBIENTE DE TRABAJO**

Artículo 46°. El patrono será responsable de que se elabore el programa de seguridad e higiene en los centros de trabajo en donde por los procesos y operaciones se generen condiciones térmicas capaces de alterar la salud de los trabajadores, en los términos y condiciones que establece la Norma respectiva.

Artículo 47°. Será responsabilidad del patrono que se practique los exámenes médicos específicos a los trabajadores expuestos a condiciones térmicas capaces de alterar su salud, en los términos y condiciones que señalen la Norma correspondiente.

## **CAPITULO SÉPTIMO ILUMINACIÓN**

Artículo 48°. Las áreas, planos y lugares de trabajo, deberán contar con las condiciones y niveles de iluminación adecuadas al tipo de actividad que se realice, de acuerdo a la Norma correspondiente.

Artículo 49°. El patrono deberá realizar y registrar el reconocimiento, evaluación y control de las condiciones y niveles de iluminación de las áreas, planos y lugares de trabajo, tomando en cuenta el tipo de intensidad de la fuente lumínica de acuerdo a la Norma correspondiente.

## **CAPITULO OCTAVO VENTILACIÓN**

Artículo 50°. Los centros de trabajo deberán contar con ventilación natural o artificial y la calidad adecuada, de acuerdo a las Normas correspondientes. En los lugares en donde por los procesos y operaciones que se realicen, existan condiciones o contaminación ambiental capaces de alterar la salud de los trabajadores, será responsabilidad del patrono efectuar el reconocimiento, evaluación y control de éstos, tomando en cuenta la ventilación natural o artificial adecuada, y la calidad y volumen del aire, de conformidad a la Norma correspondiente.

Artículo 51°. En los centros de trabajo en donde por las características de los procesos y operaciones que se realicen, se establezcan sistemas de ventilación y de mantenimiento preventivo y correctivo de los mismos, de conformidad con la Norma aplicable.

## **CAPITULO NOVENO EQUIPO DE PROTECCIÓN PERSONAL**

Artículo 52°. En los centros de trabajo donde existan agentes en el medio ambiente laboral, que puedan alterar la salud y poner en riesgo la vida de los trabajadores y que por razones de carácter técnico no sea posible aplicar las medidas de prevención y control, el patrono deberá dotar a éstos con el equipo de protección adecuado, conforme a la Norma correspondiente.-

Para la selección del equipo de protección personal que deben utilizar los trabajadores, el patrono deberá realizar el análisis de los riesgos a los que se exponen.

## **CAPITULO DECIMO ERGONOMIA**

Artículo 53°. La empresa promoverá que en las instalaciones, maquinaria, equipo o herramienta sean las adecuadas y el patrono tome en cuenta los aspectos, a fin de prevenir accidentes y enfermedades de trabajo.

## **CAPITULO DECIMO PRIMERO DE LOS SERVICIOS DEL PERSONAL**

Artículo 54°. De acuerdo con la naturaleza de las actividades de cada centro de trabajo, el patrono está obligado a establecer para el uso de los trabajadores, sistemas higiénicos de agua potable, lavados, regaderas, vestidores y casilleros, así como escusados dotados de agua corriente, separados los de los hombres y mujeres y marcados con avisos o señales que los identifiquen. El número de aquellos se determinará tomando en consideración la cantidad de trabajadores por cada turno de trabajo, de acuerdo a la Norma correspondiente.

Artículo 55°. En los centros de trabajo el patrono destinará lugares higiénicos para el consumo de Pañal de desechable y para la ubicación de tomas de agua potable, con dotación de vasos desechables.

Artículo 56°. Los depósitos de agua potable deberán estar contruidos e instalados de manera que conserven su potabilidad. Dichos depósitos serán independientes de la reserva de agua destinada para combatir incendios.

## **CAPITULO DUODÉCIMO DEL ORDEN Y LA LIMPIEZA**

Artículo 57°. El patrono deberá establecer un programa para el orden y la limpieza de los locales de los centros de trabajo, la maquinaria las instalaciones, de acuerdo a las necesidades de las actividades que se desempeñe y a lo que se disponga la Norma correspondiente. La limpieza se hará por lo menos al término de cada turno de trabajo.

Artículo 58°. Los servicios sanitarios destinados a los trabajadores, deberán conservarse permanentemente en condiciones de usos higiénicos.

Artículo 59°. Las basuras y los desperdicios que se generen en los centros de trabajo deberán identificarse, clasificarse, manejarse y, en su caso, controlarse, de manera que no se afecten la salud de los trabajadores y al centro de trabajo.

Artículo 60°. Los instrumentos y sustancias químicas que se utilicen para el aseo de los centros de trabajo, deberán ser los adecuados para el tipo de limpieza que se requiera. El patrono está en la obligación a capacitar y adiestrar a la persona que efectúe dichas labores, así como hacer de su conocimiento los posibles riesgos a su salud.

## **TITULO CUARTO ORGANIZACIÓN DE LA SEGURIDAD E HIGIENE EN EL TRABAJO**

### **CAPITULO PRIMERO DISPOSICIONES GENERALES**

Artículo 61°. La organización de la seguridad y de la higiene en el trabajo, corresponde tanto a las autoridades, como a los patronos y trabajadores, en los términos que establece la Ley, el presente Reglamento, las Normas correspondientes y demás disposiciones aplicables.

Artículo 62°. La Empresa promoverá la realización de estadísticas, estudios e investigaciones técnicas para la prevención de riesgos de trabajo y la difusión de los resultados. Las organizaciones obreras y empresariales coadyuvarán en las realizaciones de estas actividades.



### **SECCIÓN III**

#### **COMISIONES DE SEGURIDAD E HIGIENE EN LOS CENTROS DE TRABAJO**

Artículo 63°. La Empresa, con el auxilio de las autoridades del trabajo de las entidades, así como la participación de los patrones, de los trabajadores o sus representantes, promoverá la integración y funcionamiento de las comisiones de seguridad en los centros de trabajo.

Artículo 64°. Las comisiones de seguridad e higiene deberán constituirse en un plazo no mayor de 30 días a partir de la fecha de iniciación de las actividades en la empresa o establecimiento, y será responsabilidad del patrono registrarlas ante la Empresa, en los casos que determine la Norma respectiva.

Artículo 65°. Las actividades que deben realizar los integrantes de las comisiones de seguridad e higiene, son las siguientes.

I. Investigar las causas de los accidentes y enfermedades de trabajo, de acuerdo a los elementos que les proporcione el patrono y otros que estimen necesarios.

II. Vigilar el cumplimiento de las disposiciones de este Reglamento, de las Normas aplicables y de las relacionadas con aspectos de seguridad, higiene y medio ambiente de trabajo, que se encuentren establecidas en los reglamentos anteriores de trabajo, y hacer constar en las actas de recorrido respectivas las violaciones que en su caso existan.

III. Proponer al patrono medidas preventivas de seguridad e higiene en el trabajo, basadas en la normatividad y en experiencias operativas en la materia y

IV. Las demás que establezca la Norma correspondiente.

### **CAPITULO TERCERO**

#### **AVISOS Y ESTADÍSTICAS DE ACCIDENTES Y ENFERMEDADES DE TRABAJO**

Artículo 66°. El patrono está obligado a elaborar y comunicar a los trabajadores y a la comisión de seguridad e higiene del centro de trabajo, las estadísticas de los riesgos de trabajo acaecidos en el transcurso de cada año, así como informar acerca de las causas que lo motivaron. Dichas estadísticas deberá presentarlas a la Empresa cuando ésta así lo requiera.

Artículo 67°. La Empresa llevará una estadística Nacional de accidentes y enfermedades de trabajo. Siguiendo en su elaboración los lineamientos que en esa materia establezca la autoridad competente, a fin de determinar las causas de los mismos y proponer la adopción de programas de medidas preventivas procedentes.

## **CAPITULO CUARTO PROGRAMAS DE SEGURIDAD E HIGIENE EN EL TRABAJO**

Artículo 68. En los centros de trabajo con 20 o más trabajadores, el patrono deberá elaborar un diagnóstico de las condiciones de seguridad e higiene que prevalezcan en ellos, así como establecer por escrito y llevar a cabo un programa de seguridad e higiene en el trabajo que considere el cumplimiento de la normatividad en la materia, de acuerdo a las características propias de las actividades y procesos industriales.

Artículo 69°. Será responsabilidad del patrono que se elabore, evalúe y, en su caso, actualice periódicamente, por lo menos una vez al año, el programa o la relación de medidas de seguridad e higiene del centro de trabajo y presentarlo a la Empresa cuando éstas así lo requieran.

Artículo 70°. En caso de que se modifiquen los procesos productivos, procedimientos de trabajo, instalaciones, distribución de planta y con ellos los puestos de trabajo, o se empleen nuevos materiales, el programa o la relación de medidas de seguridad e higiene en el centro de trabajo, deberán modificarse y adecuarse a las nuevas condiciones y riesgos existentes.

Artículo 71°. Será responsabilidad del patrono difundir y ejecutar el programa o la relación de medidas de seguridad e higiene a que se refiere este capítulo, debiendo capacitar y adiestrar a los trabajadores en su aplicación.

## **CAPITULO QUINTO CAPACITACION**

Artículo 72°. Los trabajadores serán debidamente capacitados por el patrono para el uso adecuado y seguro de las herramientas de trabajo, así como para el cuidado, mantenimiento y almacenamiento de éstas.

Artículo 73°. El patrono estará obligado a capacitar y adiestrar a los trabajadores sobre el uso, conservación, mantenimiento, almacenamiento y reposición del equipo de protección personal.

Artículo 74°. El patrono tendrá la obligación de hacer del conocimiento de los trabajadores el programa de seguridad e higiene del centro de trabajo, así como de capacitarlos en la ejecución del mismo.

## **CAPITULO SEXTO**

### **SERVICIOS PREVENTIVOS DE SEGURIDAD E HIGIENE EN EL TRABAJO**

Artículo 75°. La empresa, los patronos y los trabajadores promoverán el desarrollo de servicios preventivos de seguridad e higiene en los centros de trabajo, atendiendo a la naturaleza y características de las actividades que se realicen y al número de trabajadores expuestos. Dichos servicios estarán bajo supervisión de profesionales calificados en esta disciplina.

Artículo 76°. Los servicios preventivos de seguridad e higiene en el trabajo a que se refiere el artículo anterior, desarrollarán las siguientes actividades:

- I. Investigación de las condiciones de seguridad e higiene en el centro de trabajo;
- II. Investigación de las causas productoras de incidentes, accidentes y enfermedades de trabajo.
- III. Promoción del mejoramiento de las condiciones ambientales en los centros de trabajo.
- IV. Desarrollo del programa de seguridad e higiene en el trabajo, y
- V. Determinación de los agentes a que están expuestos los trabajadores, mediante el reconocimiento y evaluación del medio ambiente de trabajo, efectuando en su caso el control de los mismos.

Artículo 77°. Los servicios preventivos de seguridad e higiene en el trabajo, podrán ser externos o prestados dentro de la propia Empresa. Dichos servicios coadyuvarán a la capacitación de los trabajadores en materia de prevención de riesgos. El patrono deberá capacitar a los responsables de los servicios preventivos de seguridad e higiene en el trabajo, cuando estos se presten en forma interna.

## 5. ESTUDIO TECNICO

En el estudio técnico se analizan aspectos importantes tales como: tamaño del proyecto, proyecciones, localización, maquinaria y equipos necesarios, para la elaboración y comercialización de vino de cocota Ltda, de modo que se alcance el buen funcionamiento de la misma.

### 5.1 DIMENSIONES DEL MERCADO

La empresa productora y comercializadora de vino de cocota en la ciudad de Ocaña, según la investigación de mercados tendrá un mercado potencial cuya aceptación en la compra es de 72 % correspondiente a 10.108 unidades familiares que compran vino en sus casas y estarían en disposición de comprar el vino de cocota producido por una empresa local.

**5.1.1 Tamaño del proyecto.** Por las características del estudio se condiciona el mercado inicial para la empresa, en un 30% del total de las unidades familiares que compran vino en la ciudad de Ocaña, dispuestos a comprar el vino de cocota producido por la empresa, correspondiente al 72% que fue el grado de aceptación, siendo de esta manera un número de 10.108 unidades familiares a comprar el vino que para efectos del estudio se toma como un ciento por ciento.

**5.1.2 Proyección de la capacidad del proyecto.** Para la proyección del estudio se tomó como punto de partida el 30% del grado de aceptación cuyo resultado es de 3.032 unidades familiares que compran vino, establecida de la siguiente manera:

Cuadro 1. Proyección de cobertura de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda.

Ítem	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cobertura	30%	40%	50%	60%	70%
Unidades familiares a comprar el vino	3.032	4.043	5.054	6.065	7.076

Fuente: Autora del proyecto

El incremento de la cobertura se da en un 10% sobre el mercado inicial que son 10.108 unidades familiares, aumentando un 10% del mismo en forma anual.

**5.1.3 Demanda anual.** Para la proyección de la demanda se tomó como base el 30% (3.032) de la aceptación (72%- 10.108); para el primer año se hace una proyección total de ventas equivalente a 3.032 para los años siguientes se mantiene la constante del incremento del 10%

Cuadro 2. Demanda

Ítem	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cobertura	30%	40%	50%	60%	70%
Unidades familiares a comprar el vino	3.032	4.043	5.054	6.065	7.076
Cantidad de botellas a producir anualmente	8.559	11.409	14.248	17.097	14.947

Fuente: Autora del proyecto

Procedimiento para determinar la cantidad de botellas producir y comercializar por la empresa de vino de cocota Ltda.

Paso 1. Se toman los valores de la tabla donde se encuentra la frecuencia para la compra del vino

Paso2. Se toma los valores de la frecuencia, tomando la sumatoria de los que respondieron y ese valor corresponde como el ciento por ciento que es igual a 379, y se realiza una regla de tres para hallar los nuevo porcentajes aplicar.

Frecuencia de compra de vino de la tabla 2

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Diaria	0	0%
Semanal	6	1%
Quincenal	18	5%
Mensual	65	17%
Semestral	98	26%
Ocasiones especiales	192	51%
<b>TOTAL</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

Paso 3. Se aplica el porcentaje a cada uno de las proyecciones anuales comenzando con el 30%, 40%, 50%, 60% y 70%

Paso 4. Se obtienen la cantidad a producir de vino por la empresa vino de cocota Ltda.

Cuadro 3. Proyección de la demanda

<b>Frecuencia</b>	<b>Cobertura</b>				
	30%	40%	50%	60%	70%
Diaria 0%	30	40	50	60	70
Semanal 1%	30	40	50	60	70
Quincenal 5%	152	202	253	303	354
Mensual 17%	516	687	859	1.031	1.203
Semestral 26%	788	1.052	1.314	1.577	1.840
Ocasiones especiales 51%	1.546	2.062	2.577	3.093	3.609
<b>Total</b>	<b>3.032</b>	<b>4.043</b>	<b>5.054</b>	<b>6.065</b>	<b>7.076</b>

Fuente: Autora del proyecto

## 5.2 INSUMOS

Los insumos para la producción de vino será de la siguiente manera: la cocota previo acuerdo con los proveedores, se les planifica la producción y se les comprará; la levadura y ácidos, las botellas y empaque.

## 5.3 REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO

La empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda, en la ciudad de Ocaña necesita de un gerente, una secretaria, un jefe de producción, un vendedor, personal vinculado de nómina y tres operarios, los servicios de aseo serán contratados por tiempo de trabajo que se realizaran en horas de la mañana ( 1 a 3 horas), el vigilante se le cancelará una remuneración acorde al pago que se realizan a las personas que desempeñan esta labor en la ciudad y se necesita la asesoría de un contador; para los temas relacionados con la producción de vino se solicitara la asistencia técnica del SENA

## 5.4 REQUERIMIENTO DE PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO

La maquinaria y el equipo necesario para el buen y normal funcionamiento de las actividades completas de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda es la siguiente:

Cuadro 4. Requerimiento de Equipo de Oficina

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
Escritorios	4
Sillas ergonómicas	4
Sillas plásticas	5
Computador	4

Mesa para computador	4
Bancos en madera	3
Teléfono	1
Fax	1
Archivador	2

Fuente: Autora del proyecto

Cuadro 5. Requerimiento de maquinaria y elementos

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
Tanque de Cocción a Gas T240G de 1.000 litros con filtros	2
Tanques buffer	5
Tanque de fermentación con filtros de 1.000 L	15
Lavadora esterilizadora	1
Transportadora de botella	1
Llenadora	1
Encorchadora	1
Etiquetadora	1

Fuente: Autora del proyecto

Los requerimientos para el funcionamiento administrativo de la empresa está dado en: papel bon oficio y carta, lápices, lapiceros, borradores, sacapuntas, grapadora, carpetas, ganchos, factureros, calculadora, papel para fax y sumadora, sellos, saca ganchos, almohadillas, frasco de tintas, comprobantes de ingresos y egresos, recibos de caja menor, libros de contabilidad por lo que se presupuestara un valor de \$300.000=

## **5.5 MACROLOCALIZACIÓN.**

El proyecto plantea su ubicación en la ciudad de Ocaña

## **5.6 MICROLOCALIZACIÓN.**

Para el funcionamiento de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda, es necesario establecer la infraestructura adecuada, por lo tanto el lugar donde es posible la producción y comercialización de vino, siguiendo la legislación y el Plan Básico de Ordenamiento Territorial de la ciudad de Ocaña, la ubicación de la empresa debe estar situada en la zonas de actividad especializada, pero por manejar maquinaria el punto exacto de ubicación es el sector 7 La Circunvalar punto 7.2.62 del PBOT y además porque también se ajusta para la producción del vino.

### **5.7 DISTRIBUCIÓN EN PLANTA.**

La distribución en planta de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda, es la siguiente: se realizará de tal forma que facilite las condiciones de trabajo de los operarios y demás personas proporcionándoles seguridad y bienestar.



## 6. ESTUDIO FINANCIERO

Con el objeto de plantear la rentabilidad del proyecto se hacen las proyecciones financieras para determinar la utilidad que este puede producir

Cuadro 6. Equipo de Oficina y computación

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Vr. Unit</b>	<b>Vr. Tot</b>
Escritorios	4	200.000	800.000
Sillas ergonómicas	4	100.000	400.000
Sillas plásticas	5	20.000	100.000
Computador	4	1.550.000	6.200.000
Mesa para computador	2	160.000	160.000
Bancos en madera	3	40.000	120.000
Teléfono	1	25.000	25.000
Fax	1	250.000	250.000
Archivador	2	300.000	600.000
<b>Total</b>			<b>8.655.000</b>

Fuente: Autora del proyecto

Cuadro 7. Maquinaria y Equipo

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Vr. Unit</b>	<b>Vr. Tot</b>
Tanque de Cocción a Gas T240G de 1.000 litros con filtros	2	4.620.000	9.240.000
Tanques buffer	5	1.400.000	7.000.000
Tanque de fermentación con filtros de 1.000 L	15	1.400.000	21.000.000
Lavadora esterilizadora	1	2.750.000	2.750.000
Transportadora de botella	1	4.970.000	4.970.000
Llenadora	1	3.050.000	3.050.000
Encorchadora	1	1.420.000	1.420.000
Etiquetadora	1	1.420.000	1.420.000
<b>Total</b>			<b>50.850.000</b>

Fuente. SENA, CORMICRO, CAMARA DE COMERCIO

Activos de operación. Para la elaboración del vino de cocota se necesitara elementos como: recipientes, soportes y utensilios se presupuestan un valor de \$500.000=.

Cuadro 8. Gastos de constitución

<b>Ítem</b>	<b>Valor Anual</b>
Registro de Estatutos en Notaria	140.000
Pago en Cámara de Comercio	400.000
Certificados y autenticación de firmas	11.000
Pago en Alcaldía, Bomberos	108.000
Elaboración de Estatutos	100.000
Registro del Invima	2.200.000
Adecuación del Local, oficina y gastos para la iniciación de la empresa	2.000.000
<b>Total</b>	<b>4.959.000</b>

Cuadro 9. Inversión

Maquinaria y Equipo	50.850.000
Equipo de Oficina	8.655.000
Gastos de Constitución	2.959.000
Activos de Operación y para manejo administrativo	800.000
Adecuación de instalaciones	2.000.000
<b>Total</b>	<b>65.264.000</b>

Fuente: Autora del proyecto

Cuadro 10. Costos variables para la producción de 8.559 botellas en la presentación de 750cc de vino de cocota.

#### **MATERIALES DIRECTOS**

<b>Ítem</b>	<b>Valor</b>
Cocota	5.778.000
Azúcar	2.086.500
Levadura	2.100
<b>Total</b>	<b>7.866.600</b>

#### **MATERIALES INDIRECTOS**

Valor de botella de 750 cc	937
Empaque	1.400
Etiqueta	100
Valor del embalaje por botella	19
<b>Total Costo Variable</b>	<b>2.456</b>

Fuente: Autora del proyecto

La presentación que se van a producir en la empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda es de 750 cc por ser el de mayor porcentaje en la investigación de mercados.

Las 8.559 botellas de 750 cc equivalen a 6.420 litros de vino

Cocota para producir 6.420 litros de vino se necesita 6.420.000 gr de Cocota

Es decir por cada litro de agua se utiliza 1.000 gramos

El gramo de cocota será vendido sin tener que cancelar transporte y otros por un valor de \$ 0.9= por que equivale a \$5.778.000

Las levaduras y el ácido cítrico correspondiente por cada litro 0.00125 gramos cuyo valor corresponde a \$13= por gramos lo que equivale a \$1.050= de levaduras y \$1.050 de ácido cítrico

El azúcar corresponde por cada litro de agua se utiliza 250 gr es decir que para los 6.420 litros de vino se requiere 1.605.000 que tienen un precio de \$2.086.500

Cada botella de 750 cc con su respectiva tapa tiene un valor de \$1.400 incluyendo costos de transporte

La etiqueta tiene un valor de \$100

Embalaje correspondiente a 357 cajas para empaque de 24 botellas, valor de caja \$450= valor por botella \$19

Cuadro 11. Costos fijos de vino de cocota.

<b>Ítem</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor anual</b>
Arriendo	800.000	9.600.000
Agua	90.000	1.080.000
Electricidad	80.000	960.000
Teléfono	50.000	600.000
Útiles de aseo	100.000	1.200.000
Publicidad televisiva	100.000	1.200.000
Pago vigilante	600.000	7.200.000
Pagos legales		400.000
<b>Total</b>	<b>1.430.000</b>	<b>22.240.000</b>

Fuente: Autora del proyecto

**HAY TRES NÓMINAS: LA DE PRODUCCIÓN, LA ADMINISTRACION Y LA DE VENTAS (GASTOS ADMINISTRACION, PRODUCCIÓN, GASTOS VENTAS)**

Cuadro 12. Nómina

Nómina área administrativa

<b>Cargo</b>	<b>Sueldo</b>	<b>Sub.Transp</b>	<b>Vr. Mensual</b>	<b>Vr. Anual</b>
Gerente	1.800.000	0	1.800.000	21.600.000
Secretaria	644.350	74.000	718.350	8.620.200
<b>Total</b>			<b>2.518.350</b>	<b>30.220.200</b>

Nómina área de producción

<b>Cargo</b>	<b>Sueldo</b>	<b>Sub.Transp</b>	<b>Vr. Mensual</b>	<b>Vr. Anual</b>
Jefe de Producción	1.288.700	74.000	1.362.700	16.352.400
<b>Total</b>			1.362.700	16.352.400

Nómina de área de ventas

<b>Cargo</b>	<b>Sueldo</b>	<b>Sub.Transp</b>	<b>Vr. Mensual</b>	<b>Vr. Anual</b>
Asesor Comercial	644.350	74.000	718.350	8.620.200
<b>Total</b>			<b>718.350</b>	<b>8.620.200</b>

**TOTAL NÓMINA... \$ 55.192.800**

Los operarios trabajarán solamente dos meses en el año determinados de la siguiente manera:

Quando se realiza la producción para lo cual se les cancelará \$550.000 a cada uno

Quando se realice el proceso de embotellado

Valor a cancelar a los operarios anualmente \$3.300.000=

Costo total de la botella vino = CV + CF  
 CT = 2.456 + 7.980 = 10.436  
 Precio de venta = CT + 30% utilidad  
 = 10.436 + 3.131  
**PV = \$13.550=**

Cuadro 13. Proyección del precio de venta

<b>Tiempo</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Precio de	13.550	14.650	15.900	17.200	18.600

venta					
-------	--	--	--	--	--

Fuente: Autora el proyecto

Cuadro 14. Unidades de botellas a producir de 750cc

Tiempo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad de botellas	8.599	11.409	14.248	17.097	19.947

Fuente: Autora el proyecto

Cuadro 15. Proyección de ventas en pesos

Tiempo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio de venta	115.974.450	167.141.850	226.543.200	294.068.400	371.014.200

Fuente: Autora el proyecto

Cuadro 16. Gastos y costos en pesos

Costos y gastos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de nómina	55.192.800	59.608.224	64.376.882	69.527.032	75.089.194
<b>Total gastos de nómina</b>	<b>55.192.800</b>	<b>59.608.224</b>	<b>64.376.882</b>	<b>69.527.032</b>	<b>75.089.194</b>
<b>Gastos generales</b>					
Arriendo	9.600.000	10.368.000	11.197.440	12.093.235	13.060.694
Agua	1.080.000	1.166.400	1.259.712	1.360.489	1.469.328
Electricidad	960.000	1.036.800	1.119.744	1.209.323	1.306.069
Teléfono	600.000	648.000	699.840	755.827	816.293
Útiles de aseo	1.200.000	1.296.000	1.399.680	1.511.654	1.635.587
Publicidad anual	1.200.000	1.296.000	1.399.680	1.511.654	1.635.587
<b>Total gastos generales</b>	<b>14.640.000</b>	<b>15.811.200</b>	<b>17.076.096</b>	<b>18.442.182</b>	<b>19.923.558</b>
<b>Gastos legales</b>	400.000	432.000	466.560	503.885	544.192
<b>Total gastos legales</b>	<b>400.000</b>	<b>432.000</b>	<b>466.560</b>	<b>503.885</b>	<b>544.192</b>
<b>Otros gastos</b>					
Gastos servicio de vigilante	600.000	648.000	699.840	755.827	816.293
<b>Total otros gastos</b>	<b>600.000</b>	<b>648.000</b>	<b>699.840</b>	<b>755.827</b>	<b>816.293</b>
<b>Costos de producción</b>					
Materia prima	8.016.600	8.657.928	9.350.562	10.098.607	10.098.607
Empaque, etiqueta y embalaje	13.001.121	14.041.211	15.164.508	16.377.668	17.687.882
Mano de obra	3.300.000	6.564.000	3.849.120	4.157.050	4.489.614
<b>Total costos de producción</b>	<b>24.317.721</b>	<b>26.263.139</b>	<b>28.364.190</b>	<b>30.633.325</b>	<b>33.083.991</b>
<b>TOTAL GASTOS Y</b>	<b>95.150.521</b>	<b>102.762.563</b>	<b>110.983.568</b>	<b>119.862.251</b>	<b>129.457.228</b>

<b>COSTOS</b>					
---------------	--	--	--	--	--

Fuente: Autora el proyecto

Cuadro 17. Cálculo de depreciación

<b>Descripción</b>	<b>Vr. Inversión</b>	<b>Vida Útil</b>	<b>Depreciación Anual</b>	<b>Depreciación Mensual</b>
Maquinaria y Equipo	50.850.000	10 Años	5.085.000	423.750
Equipo de comunicación Computación	3.375.000	5 Años	675.000	56.250
Equipo de Oficina	2.180.000	5 Años	436.000	36.333

Fuente: Autora el proyecto

Cuadro 18. Estado de Resultados

<b>EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE VINO DE COCOTA LTDA</b>					
<b>NIT: 890-107.774-1</b>					
<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
<b>31 DE ENERO DE 2015</b>					
<b>Ingresos</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ingresos por venta	115.974.450	167.141.850	226.543.200	294.068.400	371.014.200
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>115.974.450</b>	<b>167.141.850</b>	<b>226.543.200</b>	<b>294.068.400</b>	<b>371.014.200</b>
Menos costos de productos vendidos	24.317.721	26.263.139	28.364.190	30.633.325	33.083.991
<b>Total costos de producción</b>	<b>24.317.721</b>	<b>26.263.139</b>	<b>28.364.190</b>	<b>30.633.325</b>	<b>33.083.991</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>91.656.729</b>	<b>140.878.711</b>	<b>198.179.010</b>	<b>263.435.075</b>	<b>337.930.209</b>
Menos gastos de nómina	55.192.800	59.608.224	64.376.882	69.527.032	75.089.194
Menos gastos generales	14.640.000	15.811.200	17.076.096	18.442.182	19.923.558
menos gastos legales	400.000	432.000	466.560	503.885	544.192
Menos otros gastos	600.000	648.000	699.840	755.827	816.293
<b>Total gastos</b>	<b>70.832.800</b>	<b>76.499.424</b>	<b>82.619.378</b>	<b>89.228.926</b>	<b>96.373.237</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>20.823.929</b>	<b>64.379.287</b>	<b>115.559.632</b>	<b>174.206.149</b>	<b>241.556.972</b>
Menos depreciación CIF	6.196.000	6.196.000	6.196.000	6.196.000	6.196.000
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO</b>	<b>14.627.929</b>	<b>58.183.287</b>	<b>109.363.632</b>	<b>168.010.149</b>	<b>235.360.972</b>
Menos impuesto a la renta 35%	5.119.775	20.364.150	38.277.271	58.803.552	82.376.340

Menos reserva legal 10%	1.462.793	5.818.329	10.936.363	16.801.015	23.536.097
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>8.045.361</b>	<b>32.000.808</b>	<b>60.149.998</b>	<b>92.405.582</b>	<b>129.448.535</b>

Fuente: Autora del proyecto

Cuadro 19. Balance General

<b>EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE VINO DE COCOTA LTDA NIT: 890-107.774-1 BALANCE GENERAL 31 DE ENERO DE 2015</b>		
<b>ACTIVO</b>		
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		
CAJA	5.759.000	
BANCOS		
DEUDORES		
INVENTARIOS		
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>5.759.000</b>
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>		
Maquinaria y Equipo	2.180.000	
Equipo de comunicación Computación	3.375.000	
Equipo de Oficina	50.850.000	
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>		<b>56.405.000</b>
<b>TOTAL ACTIVO -----</b>	<b>-----</b>	<b>62.164.000</b>
-----		
<b>PASIVO</b>		<b>0</b>
<b>PATRIMONIO</b>		
CAPITAL SOCIAL		<b>62.164.000</b>
APORTES SOCIALES	62.164.000	
RESULTADOS DEL EJERCICIO		
Utilidad del Ejercicio		
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>		
<b>TOTAL PASIVO+ PATRIMONIO -----</b>	<b>-----</b>	<b>62.164.000</b>
-----		

Fuente: Autora del proyecto

## PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio esta dado en el momento en que los ingresos son iguales a los egresos, a partir de este momento la empresa comenzará a obtener utilidades, por lo tanto el punto de equilibrio se convierte en la base para el funcionamiento de la organización.

PUNTO DE EQUILIBRIO = INGRESOS = EGRESOS

$$\begin{aligned}
 \text{INGRESO POR VENTAS} &= \text{CV} + \text{CF} \\
 13.550X &= 2.456X + 68.306.472 \\
 13.550X - 2.456X &= 68.306.472 \\
 11.094X &= 68.306.472 \\
 X &= \frac{68.306.472}{11.094} \\
 X &= 6.157 \text{ unidades}
 \end{aligned}$$

Cuadro 20. Comprobación del punto de equilibrio

### PUNTO DE EQUILIBRIO

Cantidad	6.156	6.157	6.158
Ingresos	83.413.800	83.427.380	83.440.900
Egresos	83.425.608	83.428.064	83.430.520

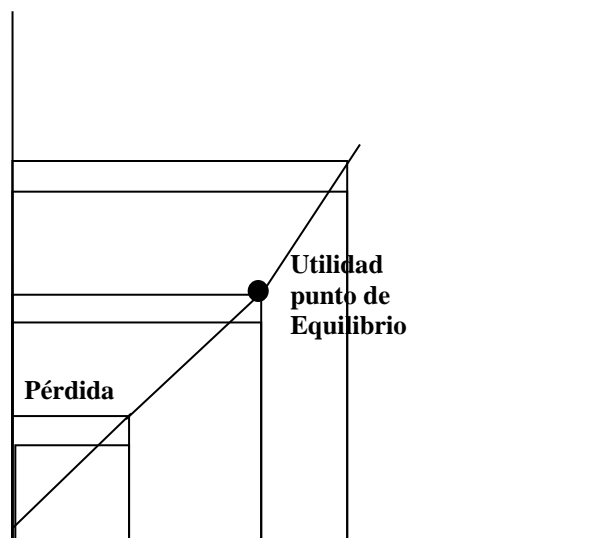
Fuente: Autora del proyecto

INGRESOS  
EGRESOS

83.440.900  
83.430.520

83.427.380  
83.428.064

83.440.900  
83.430.520





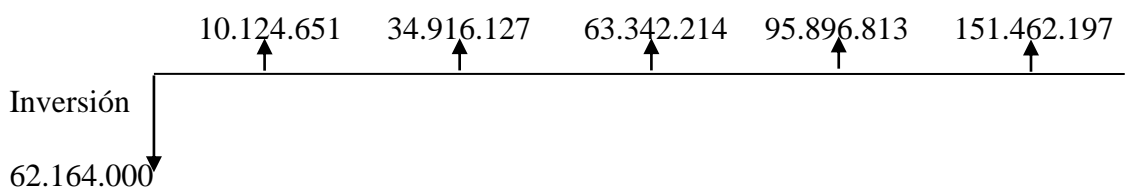
6.156      6.157      6.158      Cantidad de  
Productos

La empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda tiene un punto de equilibrio de 6.157 unidades de botellas de 750 cc lo que indica que a partir de esta cantidad la empresa comienza a tener utilidades

## 7. EVALUACION ECONOMICA

El estudio económico del proyecto permite analizar su viabilidad, del proyecto mediante los siguientes factores: Valor Presente Neto, Valor actual neto, Tasa Interna de Retorno, y la Razón Costo Beneficio.

Para el cálculo del VPN se toma una tasa de rentabilidad del 8%, siendo esta el valor de la tasa de captación efectiva anual del Banco Agrario de la ciudad de Ocaña, ya que el proyecto se planea realizar con recurso propios y esta es la tasa de interés base para hallar el Valor Presente Neto



$$62.164.000 = \frac{10.124.651}{(1+0.08)^1} + \frac{34.916.127}{(1+0.08)^2} + \frac{63.342.214}{(1+0.08)^3} + \frac{95.896.813}{(1+0.08)^4} + \frac{151.462.197}{(1+0.08)^5}$$

$$62.164.000 = 9.374.677 + 29.934.951 + 50.283.091 + 70.487.020 + 103.082.263 = 263.162.002$$

**VPN = 263.162.002**

El resultado permite argumentar que el proyecto a pesos de hoy genera un ingreso adicional de \$263.162.002=

**Tasa Interna de Retorno:** Es la que se define como la tasa de interés que iguala a los ingresos netos con la inversión.

$$i = 4\%$$

$$62.164.000 = \frac{10.124.651}{(1+0.004)^1} + \frac{34.916.127}{(1+0.004)^2} + \frac{63.342.214}{(1+0.004)^3} + \frac{95.896.813}{(1+0.004)^4} + \frac{151.462.197}{(1+0.004)^5}$$

$$9.735.241 + 32.281.922 + 56.310.997 + 81.972.998 + 124.490.885$$

**Si i =4%                    304.792.043**

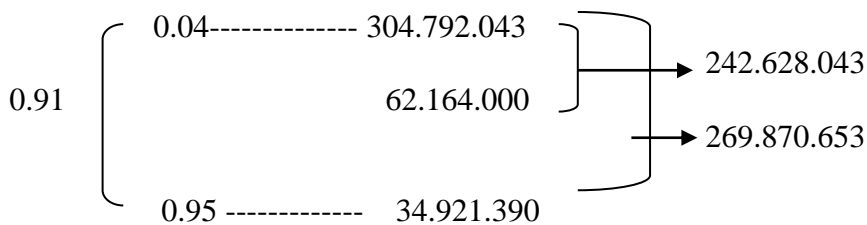
i = 95%

$$62.164.000 = \frac{10.124.651}{(1+0.95)^1} + \frac{34.916.127}{(1+0.95)^2} + \frac{63.342.214}{(1+0.95)^3} + \frac{95.896.813}{(1+0.95)^4} + \frac{151.462.197}{(1+0.95)^5}$$

$$5.192.128 + 9.182.413 + 8.542.586 + 6.632.323 + 5.371.940$$

**Si i =95%                      34.921.390**

### INTERPOLACIÓN



$$\frac{X}{0.91} = \frac{242.628.043}{269.870.653}$$

$$\frac{0.091}{269.870.653} \times X = \frac{242.628.073}{269.870.653} = 0.81$$

**X = 81%**

**TIR = 81% + 4% TIR =85%**

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 inferior de la base que es del 4% y una tasa superior del 95%; por tanto la nueva empresa de vino de cocota Ltda, recuperará la inversión en un 85% de la inversión inicial, mostrándose atractiva para invertir en el proyecto generando ingresos y poder recuperar la inversión inicial y superar la tasa de captación aplicada en el Banco Agrario, además del desarrollo social y económico para la región.

Valor Actual Neto: VPN – INVERSIÓN = 263.162.002- 62.164.000

VAN= 200.998.002 Arrojando un resultado positivo lo que indica la viabilidad y o bondades del proyecto para la creación de la empresa comercializadora y productora de vino de cocota en la ciudad de Ocaña

	<b>FLUJOS POSIVITOS</b>	<b>263.162.002</b>	
<b>RAZÓN COSTO BENEFICIO</b>			<b>= 4.23</b>
	<b>FLUJOS NEGATIVOS</b>	<b>62.164.000</b>	

La razón costo beneficio indica que por cada peso invertido en la empresa de vino de cocota Ltda se recibirá 4.23 pesos.

El análisis con respecto a la Razón Costo Beneficio se considera que es bastante rentable al considerar que la inversión a realizar recupera el peso invertido y adicionalmente 3.23 pesos, demostrando con esta razón que es bastante atractivo para hacer realidad el proyecto.

## **8. ESTUDIO SOCIAL Y AMBIENTAL**

La empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda, en la ciudad de Ocaña, ofrece grandes aportes al desarrollo social y económico a nivel local y regional, mediante la generación de empleo y producción del valor agregado, junto con el movimiento de dinero.

Los beneficios del proyecto, que serán de forma directa e indirecta, se llevan a cabo con resultados que se traducirán en las satisfacciones a mediano y largo plazo para: quienes decidan invertir y hacer parte de la organización en la producción de vino de cocota Ltda, así mismo para la comunidad en general tener un producto de excelente calidad a su disposición y teniendo en cuenta los requerimientos de la demanda, cumpliendo con las expectativas y requerimientos del mercado. Por otra parte se encuentran los empleados que contarán con un empleo que les genere ingreso para la satisfacción de sus necesidades y a los cultivadores en la región de cocota pues contarán con un cultivo con compra.

Es importante destacar que en Ocaña, al igual que en el resto del país posee una gran tasa de desempleo en promedio del 12% según el DANE, lo que representa una disminución de ingresos lo que no permite la satisfacción de las necesidades mínimas vitales de la población, es por ello que es de gran importancia contar con una empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda en la ciudad que contribuya a mejorar las condiciones de vida la población.

En el plano ambiental es preciso tener presente que los fenómenos ambientales propios del medio se ven directamente afectados por la evolución tecnológica de las empresas en un medio competitivo y cambiante como el actual, por lo que la no implementación en estas empresas de políticas adecuadas para el manejo de residuos que se producen en el diario transcurrir de sus labores acrecientan la contaminación del medio ambiente.

Estos residuos perjudican directa e indirectamente la salud de los seres vivos, aspectos mencionados por los grandes investigadores y protectores del medio ambiente para lo cual la empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda de la ciudad de Ocaña se preocupará y aspira a ser una empresa a la vanguardia de la protección y conservación del medio ambiente tratando que no se lesionen los derechos de las personas y de la naturaleza, para tal caso se propone realizar un análisis para tomar medidas dentro del plan de manejo ambiental del proyecto.

## 9. CONCLUSIONES

Se realizó un estudio de mercado, mediante el cual se pudo conocer la gran aceptación que tendría la creación de una empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda en la ciudad de Ocaña cuyo porcentaje es del 72% igual al consumo de vino que se realiza en la ciudad.

El estudio técnico permitió conocer las dimensiones del proyecto para la construcción y equipamiento de la planta productora y comercializadora, identificando el mercado y sobre todo la demanda la cual se presente en frecuencias de compras con mayor porcentaje en ocasiones especiales que son dos veces por año al igual que el semestral, anual y la presentación más solicitada es de 750cc por lo que fue el tamaño con el que la empresa de vino desea ingresar en el mercado. Así mismo se identificó el medio para la publicidad de la empresa el cual es la radio y televisión por ser medios de audiencia masiva y que se encuentran al alcance de toda la comunidad, aunque también se debe tener en cuenta los medios escritos, así como los pasacalles y volantes.

Se diseñó una estructura organizacional y administrativa en forma vertical para la creación de la empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda, la cual está determinada por la división y especialización del trabajo; según la función de cada empleado se agrupa los puestos de trabajo, de acuerdo con las funciones que realiza la empresa, permitiendo aprovechar al máximo la función y por lo tanto, obtener una mayor eficiencia del personal.

La evaluación económica-financiera para invertir o no en el montaje y puesta en funcionamiento de una planta productora y comercializadora de vino de cocota Ltda en el municipio de Ocaña, arrojó cifras como: el Valor Presente Neto dando un valor de \$ \$263.162.002=, lo que significa la generación de ingresos a pesos hoy; la tasa interna de retorno es del 85% mostrando que la inversión a realizar se recuperará en este porcentaje atractivo, el Valor Actual Neto es de \$200.998.002= siendo positivo indicando la viabilidad del proyecto, La Razón Costo Beneficio fue de 4.23 lo que indica que es muy rentable invertir en este proyecto, por lo tanto se observa muy buenas expectativas, que muestra las posibilidades de obtener utilidades para la empresa.

## 10. RECOMENDACIONES

Se recomienda que la empresa productora y comercializadora de vino de cocota Ltda en la ciudad de Ocaña, debe ser manejada bajo tres parámetros: con proyección empresarial, con objetividad social y económica de modo que se cumpla con el objeto de productividad y rentabilidad de la empresa.

En el periodo de iniciación de la empresa, es necesario trabajar un mercadeo directo al cliente, pero la primera función dentro de este plan de trabajo es lograr que la población en general se entere de la existencia de la organización y del producto, para lo cual se necesita una publicidad objetiva y efectiva.

Tener presente las pautas del trabajo, basados en los resultados de los estudios, técnico, administrativo, financiero, y las evaluaciones económica, social y ambiental, ya que de esta manera le permitirá establecer un nuevo marco de referencia y de proyección de lo que es y debe ser la empresa, se recomienda trabajar con objetividad basados en cada uno de los parámetros establecidos de los estudios y teniendo en cuenta las estrategias de productividad.

Así mismo al invertir en publicidad se recomienda utilizar, los medios de comunicación que sirvan para difundir la calidad del producto y teniendo y contar con un portafolio de presentación de la empresa, donde se muestre una imagen corporativa y una cultura de servicio al cliente para conseguir el reconocimiento y prestigio de la empresa.

Un punto importante a tener en cuenta para el aumento de la demanda es la ampliación de la cobertura y aprovechar la ubicación geográfica de la ciudad para llegar a otras regiones que permiten un aumento significativo de ventas y por ende la rentabilidad para empresa

## BIBLIOGRAFÍA

ANZOLA, Sérvulo. Introducción a la Administración. Mc Graw Hill. pp. 52 – 56

BACCA URBINA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. Santa Fe de Bogotá. McGraw-Hill, 3° ed., 1998. p. 148.

CODIGO SANITARIO LEY 09 E 1.979

CODIGO DEL COMERCIO, Editorial Unión Ltda.

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA, 2001, Editores Ltda.

LEY 590 DE 2.000

LEY 399 DE AGOSTO 19 DE 1997 LOBO, Duarte Miguel Ricardo, Propuesta para la creación de una fábrica de pañales desechables en la ciudad de Ocaña

LOBO DUARTE, Miguel Ricardo. Propuesta para la creación de una fábrica de pañales desechables en la ciudad de Ocaña que se convierta en generadora de empleo Biblioteca Argemiro Bayona de la U.F.P.S.O. p.2

RESTREPO, Andrés Camilo. La Gran Cocota. Disponible en [lagrancocotaacr.blogspot.com](http://lagrancocotaacr.blogspot.com). Citado el 12 de noviembre de 2013. p.1

TERRY, George. Principios de Administración s.I: Mac Graw- Hill

VARGAS MANTILLA, Jorge Enrique. Preparación y evaluación de proyectos Profesor de la UIS



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS ELECTRÓNICAS

MORENO ROSSO, María Guadalupe. Historia del vino y su llegada a Colombia. Disponible en internet: [www.diesommelier.com/blog/?p=494](http://www.diesommelier.com/blog/?p=494). Citado el 12 de noviembre de 2014. p.1

SANDOVAL, ALVARO. Historia de los vinos en el mundo. Disponible en internet en: [http://www.diplomatie.gouv.fr/es/francia\\_221/label-france\\_846/numeros-label-france\\_847/label\\_franceno67\\_2523/vida-economica\\_2525/sectores-y-empresas\\_2537/el-vino-frances-parte-reconquistadelmundo\\_4140.html](http://www.diplomatie.gouv.fr/es/francia_221/label-france_846/numeros-label-france_847/label_franceno67_2523/vida-economica_2525/sectores-y-empresas_2537/el-vino-frances-parte-reconquistadelmundo_4140.html). Citado el 12 de noviembre de 2014. p.1

## **ANEXOS**

**ANEXO A.**  
**ENCUESTA DIRIGIDA A LAS UNIDADES FAMILIARES DE LOS ESTRATOS 1,  
2,3 Y 4 DE LA CIUDAD DE OCAÑA**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Objetivo:** Recolectar información necesaria para conocer los aspectos relacionados con la aceptación de la creación de una empresa productora y comercializadora de vino de cocota en el municipio de Ocaña, que se convierta en una alternativa de inversión en la región.

1. ¿Compra vino en la ciudad de Ocaña?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

2. ¿Con que frecuencia compra usted vino?

Diaria \_\_\_\_\_

Semanal \_\_\_\_\_

Quincenal \_\_\_\_\_

Mensual \_\_\_\_\_

Semestral \_\_\_\_\_

Otra Cuál \_\_\_\_\_

3. ¿En qué presentación compra el vino?

Botella de 375 cc \_\_\_\_\_

Botella de 750cc \_\_\_\_\_

Garrafa \_\_\_\_\_

Otra cual \_\_\_\_\_

4. ¿Cuál es el presupuesto para la compra de vino?

\$ 3.000 a \$ 6.000 \_\_\_\_\_

\$ 6.001 a \$ 10.000 \_\_\_\_\_

\$ 10.001 a \$ 15.000 \_\_\_\_\_

\$ 15.001 a \$ 20.000 \_\_\_\_\_

Más de \$ 20.000 \_\_\_\_\_

5. ¿Conoce usted la Cocota?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

6. ¿Compraría usted el vino de cocota producido por una empresa ocañera?

Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_ Por qué \_\_\_\_\_

7. ¿Qué tipo de publicidad considera que sea la más efectiva para dar a conocer la nueva empresa productora y comercializadora de vino de cocota?

Radio \_\_\_\_\_

TV \_\_\_\_\_

Escrita \_\_\_\_\_

Otra \_\_\_\_\_

8. ¿Dónde compraría usted el vino de cocota producido en Ocaña?

Supermercado \_\_\_\_\_

Estanco \_\_\_\_\_

Fábrica \_\_\_\_\_

Deposito \_\_\_\_\_

Tienda \_\_\_\_\_

Domicilio \_\_\_\_\_

Otro \_\_\_\_\_

9. ¿Qué expectativas tiene usted frente a la creación de una empresa productora y comercializadora de vino de cocota?

Contribuya con el desarrollo de la economía de la ciudad \_\_\_\_\_

Producción de un producto de calidad \_\_\_\_\_

Mayor generación de empleo \_\_\_\_\_

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ANEXO B.

ESTRATIFICACIÓN SOCIO-ECONÓMICA



Centrales Eléctricas del Norte de Santander, S.A. E.S.P.

NIT. 890.500.514-9



Vejauna SUPERINTENDENCIA DE SERVICIOS PÚBLICOS 577  
Número Único de Registro 2-4401100-3


La saludamos y en atención a su solicitud acerca de la Estratificación Socioeconómica del Municipio de Ocaña le informamos:

Que C.E.N.S S.A E.S.P, tiene clasificados los estratos según estudio de la Oficina de Planeación Municipal de Ocaña así:

Clase de Servicio	Estrato	Cantidad de Usuarios
Residencial	1	7.254
Residencial	2	7.057
Residencial	3	5.157
Residencial	4	914

Con fundamento en lo anterior hemos dado expreso cumplimiento al contenido de su solicitud.

Cordialmente,

  
LUIS ALONSO CAICEDO QUINTERO  
Administrador Sucursal Ocaña

ALBERT G.

**ANEXO C.**

**DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACION**

<b>ENTRADA</b>		<b>AREA DE PRODUCCIÓN</b>
<b>SECRETARIA</b>		<b>CUARTO DE FERMENTACIÓN</b>
<b>GERENCIA</b>		<b>BODEGA DE ALMACENAJE</b>
<b>SALA DE ESPERA</b>		<b>Sección de Recepción y selección de Materia Prima</b>
<b>Sección de Embotellado y Almacenamiento</b>		<b>Sección de Elaboración</b>

## ANEXO D. PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

El producto a elaborar y comercializar es el vino de cocota Ltda.

La cocota o (el jocote) es un árbol nativo de las regiones tropicales de América. Puede llegar a medir hasta 25 metros de altura. Es muy cultivado debido a su fruta que se suele comer con sal antes de que madure. Una vez madura, toma un sabor dulce muy rico. El jocote es nativo y común, tanto silvestre como cultivado en el sur de México y el norte de Perú y Brasil. Hay algunas plantaciones recientes comerciales en México y Venezuela. Es comúnmente plantado en la mayoría de las islas de las Antillas y las Bahamas. En todas partes los

La materia prima para la elaboración del vino del cocota es el siguiente:

### Características del producto

Nombre: **VINO DE COCOTA**

Empaque: Empaque de vidrio en la presentación de 750cc

Embalaje: Empacado en pequeñas bolsas de yute

Slogan: Vino Burbujeante

Empresa: Sociedad Limitada



**ANEXO E.  
FLUJOGRAMA PARA LA ELABORACIÓN DEL VINO**

