

**ESTUDIO DE IMPLEMENTACIÓN DE  
SISTEMA HACCP EN BODEGA DE VINO**

**MARÍA TRINIDAD MOZÓ ETCHEVERRY  
INGENIERO CIVIL INDUSTRIAL**

**RESUMEN**

Esta memoria se desarrolló en la bodega de vinos Santa Teresa de propiedad de la empresa AMS Family S.A., con el fin de realizar un estudio de la situación actual de dicha bodega y diseñar mejoras que permitieran la implementación del sistema HACCP para aseguramiento de la inocuidad de los alimentos, evaluando la factibilidad económica del proyecto, ya que la bodega no cuenta con un sistema de este tipo y hoy en día, que se encuentran mercados cada vez más exigentes, se hace difícil vender el vino producido sin aseguramiento de su inocuidad. El sistema HACCP busca garantizar al consumidor la inocuidad de los alimentos elaborados a través de la prevención de la contaminación por sobre el análisis del producto final, siendo el concepto “*peligro*”, definido como todo agente físico, químico o microbiológico que pueda ser dañino para el consumidor del producto, fundamental en este sistema de aseguramiento. Para llevar a cabo este trabajo se utilizó la metodología propuesta por el *Codex Alimentarius* en la que se realiza un análisis de peligros, se determinan puntos críticos de control (PCC), se establecen límites críticos, un sistema de vigilancia del control de los PCC, medidas correctivas que han de adoptarse cuando la vigilancia indique que un determinado PCC no está controlado, procedimientos de comprobación para confirmar que el sistema HACCP funcione eficazmente y un sistema de documentación sobre todos los procedimientos y los registros apropiados para estos principios y su aplicación. Se propuso una serie de mejoras tanto a las instalaciones como a los procedimientos realizados, además de la documentación necesaria elaborar para la implantación del sistema HACCP. Se realizó la evaluación económica del proyecto, suponiendo distintos escenarios y se concluyó que la implantación del sistema aportará únicamente beneficios a la empresa, permitiendo mantener a los actuales clientes conformes con el producto adquirido lo que se desenlaza en volumen de ventas y márgenes de utilidad permanentes en el tiempo, lo que se traduce en un negocio rentable para la empresa.