

**FRITO CRISPS: SNACKS PARA NORTE DE SANTANDER.****FRITO CRISPS: SNACKS FOR NORTH OF SANTANDER.**

**Autores: Mildreth Fernanda Acevedo Maldonado, Jefferson Enrique Cuervo  
Avendaño, Mairon Steven Churta Vargas\***

**\*Universidad de Pamplona**, Ingenierías y Arquitectura, Ingeniería Industrial Villa del  
Rosario, Norte de Santander, Colombia.  
E-mail: {mildreth.acevedo}@unipamplona.edu.co

**Resumen:** El proyecto plantea la creación de una planta de producción de snacks, con el fin de ofrecer un servicio con la mejor relación calidad-precio, de tal modo que se pueda obtener una mayor aceptación por parte de las personas y que a su vez se convierta en su arca favorita. La empresa ofrecerá productos de calidad a un precio accesible para el mayor número de personas, de tal modo que este tipo de producto alimenticio pueda ser disfrutado en cualquier momento sin ningún inconveniente.

El proyecto será ubicado en la ciudad de Cúcuta, Norte de Santander y la finalidad es estar presente en la mayor cantidad posible, de los 40 municipios que tiene el departamento, convirtiéndose en una marca líder a nivel regional y que posteriormente se proyectará a expansión.

**Palabras claves:** snacks para Norte de Santander, transformación, plantas industriales, valor agregado.

**Abstract:** The project proposes the creation of a snack production plant, in order to offer a service with the best value for money, in such a way that greater acceptance by people can be obtained and that in turn becomes in his favorite ark. The company will offer quality products at an accessible price for the largest number of people, in such a way that this type of food product can be enjoyed at any time without any inconvenience.

The project will be located in the city of Cúcuta, Norte de Santander and the purpose is to be present in as many as possible, of the 40 municipalities that the department has, becoming a leading brand at the regional level and which will later be projected for expansion.

**Keywords:** snacks for Norte de Santander, transformation, industrial plants, added value.

## 1. INTRODUCCIÓN

La competitividad es un aspecto que adquiere cada vez mayor relevancia en el campo de las empresas, expresa Saavedra García (2014), lo cual se deriva de los requerimientos del entorno económico actual enmarcado en el proceso de globalización, donde el cliente es quién decide comprar y replicar su criterio con las demás personas. Por tal motivo, las empresas deben tener dicho concepto claro, de tal modo que reconozca que esta es una buena estrategia de marketing, que es efectiva y puede aumentar el número de clientes, dando lo mejor para que de este modo aumente su red de nuevos clientes.

Partiendo del punto de vista anterior, en este proyecto se plantea la creación de una planta de producción de snacks, con el fin de ofrecer un servicio con la mejor relación calidad-precio, de tal modo que se pueda obtener una mayor aceptación por parte de las personas y que a su vez se convierta en su marca favorita.

La empresa ofrecerá productos de calidad a un precio accesible para el mayor número de personas, de tal modo que este tipo de provecho alimenticio pueda ser disfrutado en cualquier momento sin ningún inconveniente.

El proyecto será ubicado en la ciudad de Cúcuta, Norte de Santander y la finalidad es estar presente en la mayor cantidad posible, de los 40 municipios que tiene el departamento, convirtiéndose en una marca líder a nivel regional y que posteriormente se proyectará a expansión.



Figura 1. Tasa de desempleo.  
(Fuente: DANE, 2020).

Se fundamenta en la necesidad de crear un producto accesible, con el fin de abarcar una gran parte del mercado la cual se encuentra desatendida porque muchas veces las marcas de la competencia no llegan hasta ciertas zonas de la región, ya sea por difícil acceso o porque simplemente saben que el poder adquisitivo no es suficiente para poder consumir sus productos.

De este modo se quiere activar la economía de la región de Norte de Santander ya que existen muy pocas empresas que se dediquen a realizar una transformación de los productos agrícolas, con la finalidad de crear mercados con un valor agregado.

Por otro lado, este proyecto también permitiría disminuir el desempleo presente en la región, que en la actualidad supera el 10%, de tal manera se lleva a cabo bajo todas estas premisas para ayudar a solventar estas necesidades inminentes que se presentan desde hace mucho tiempo en el departamento Norte de Santander.

## 2. TIPOLOGÍA DEL PROYECTO.

Tamaño: Megaproyecto.

Grado De Dificultad: Complejo.

Capital: Mixto.

Grado: Normalizado.

Sector: Industrial.

Ámbito: Tecnológico.

Orientación: Productivo.

Área De Influencia: Regional.

## 3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Sería de utilidad para la región de Norte de Santander, la creación de una planta productora de snacks?

El sector agrícola de Norte de Santander es diverso y muchos municipios de la región tienen como actividad principal el cultivo de dichos productos, pero no se les crea un valor agregado en el mercado que permita tener mayor ganancia y beneficio, tanto para los productores como para la región misma.

Además, en el sector de los snacks hay presentes empresas de otras regiones del país, las cuales han aprovechado dicha ausencia de plantas que se dediquen a la producción de snacks, para posicionarse en el mercado local, ya que a lo sumo hay unas cuantas empresas que producen este tipo de alimento, pero de manera muy artesanal, lo cual no les permite un crecimiento en el mercado en comparación con las empresas externas de la región.

Lo anterior plantea la necesidad de crear una planta enfocada en el sector de los snacks que genere impacto y productos aprovechando los productos agrícolas de la región y la mano de obra que ofrece también, ya que además Norte

de Santander a nivel país, es una de las regiones con la mayor tasa de desempleo e informalidad.

#### **Formulación del problema.**

¿Qué tan importante sería para la región la creación de una planta de snacks y qué tan necesaria sería para la región, desde una perspectiva local?

#### **Sistematización del problema.**

¿Por qué sería importante una empresa de snacks en Norte de Santander?

En los municipios de Norte de Santander como Pamplona, Pamplonita, Chitagá, Mutiscua, entre otros más, se produce papa, uno de los insumos principales los cuales están en los planes de la empresa. Estos municipios se han visto afectados en el año 2020 en tiempos de pandemia por los precios tan bajos en el mercado, los cuales no les da beneficio y que, a su vez, si o se venden dichos productos, se pierden, por esta razón sería de importancia una empresa de snacks la cual aproveche estos recursos de la región de manera permanente.

¿Qué tanta diversificación de este tipo de empresas se encuentra en la región?

Son pocas las empresas que sean de la región y que se dediquen a este tipo de productos, además las pocas que hay se dedican a trabajar los productos de una manera artesanal, lo cual no les permite competir con empresas del mismo sector que vienen de otras regiones. Además, según cifras concretas del DANE, para el año 2019 entre los municipios de Cúcuta, Villa del Rosario y Tibú, hay apenas 24 empresas que se dediquen a la fabricación de otro tipo de alimentos, en donde se encuentran ubicados los snacks.

Este panorama da a entender la poca cantidad de empresas en la región que se encuentran trabajando en este sector, ya que, siguiendo la misma estadística, para la región de Santander, en Bucaramanga, Girón y Floridablanca se encuentran más del doble de empresas que lo que podemos encontrar en Norte de Santander que se encuentren legalmente constituidas, así que de este modo vemos la necesidad que tiene la región en seguir creando empresas para ser más competitiva.

¿Cuál es la situación de desempleo en la ciudad de Cúcuta?

Para finales del mes de septiembre del 2020 la ciudad se ubica en el cuarto lugar de desempleo

a nivel país, con una tasa de desempleo del 27,9% lo cual demuestra que la ciudad necesita de más empresas que ayuden a la disminución del desempleo que se encuentra latente y que probablemente pueda seguir aumentando en el tiempo.

#### **JUSTIFICACIÓN.**

El consumo de snacks viene creciendo a tasas muy altas, lo que atrajo nuevos jugadores y la segmentación de sub mercados: además de papas fritas, maníes, quesos y palitos, surgen con fuerza los productos saludables, los snacks de maíz y arroz saborizados y una enorme gama de tortillas y barras de cereales, entre otras variantes. La categoría es liderada ampliamente por PepsiCo (Lay's, Twistos, Quaker y Doritos), pero hay dos alimenticias aspirantes al trono: Arcor (Saladix) y Molinos (Gallo).

A pesar del crecimiento en el consumo de snack mencionado, las empresas del sector coinciden en que el mercado en el departamento de Norte de Santander tiene mucho potencial y que la categoría está subdesarrollada. Por estas razones y por las posibilidades que brinda la categoría, se valora mucho la visibilidad que se le da al producto, la variedad de la oferta y la disponibilidad en el punto de venta.

#### **OBJETIVOS.**

Objetivo General.

Establecer una empresa en el departamento de norte de Santander dedicada a la fabricación de snack, utilizando los recursos agrícolas presentes en la zona, para contribuir en la disminución del desempleo y el aumento del comercio.

Objetivos Específicos.

1. Aprovechar el crecimiento de la demanda por productos naturales nativos como la papa y el plátano para la elaboración de productos sanos como tendencia del mercado.
2. Desarrollar propuestas de solución con un análisis de factibilidad técnica y económica que permitan aumentar la productividad y capacidad de la empresa.

### **1. MARCO TEÓRICO.**

Se referencian proyectos con algunas similitudes nacionales e internacionales.

## ANTECEDENTES

### *Yupi.*

Isaac y Lazar Gilinsky crean Productos Yupi en el año 1978 y empiezan a producir los “Yupis”, nombre que nace de la expresión de alegría de los niños.

En el año 1980 se inaugura la planta de producción en Yumbo, Valle del Cauca. Con 8 personas, inicialmente se producía Yupis tradicional, Yupis grande, Tozineta, Chicharrón, Cebollina y Pizzetas. En el año 1993 Yupi amplía su portafolio creando innovadores productos con divertidos empaques que se mantienen hasta el día de hoy. Se presentaron en tiendas y supermercados de todo el país y de esta manera Yupi inicia su distribución por toda Colombia.

La idea era seguir innovando lo que llevo a que en el año 1995 naciera la reconocida marca de papas “Rizadas”, siendo pioneros al lanzar una papa acanalada con un sabor único e intenso.

Después de adquirir la marca Mekato en el año 2004 se decide en el año 2011 gracias a la visión de convertirse en Usuario Industrial de Bienes y Servicios en Zona Franca del Cauca, se unificaron las plantas de producción de Yumbo y Caloto, dejando una única planta en Caloto, Cauca.

Con la experiencia y madurez que solo se alcanza con los años, Yupi entiende que la innovación es parte de su esencia corporativa. Como consecuencia, sorprender a sus consumidores se ha convertido en el norte de la compañía, entregando productos impactantes, divertidos, nutritivos, deliciosos y crocantes, con la más alta calidad y excelente presentación. Hoy por hoy Yupi es una empresa reconocida a nivel nacional gracias a sus aportes a la industria, a la variedad de sus productos y a sus alcances\*.

### *Súper Ricas.*

En el año 1961 nace la empresa, Productos Ricos Ltda. Comienza la consolidación de la imagen de marca.

Inicia la producción de papas. En una pequeña planta en el barrio Rionegro de la ciudad de Bogotá, se desarrolla el proceso de las papas de manera semi-industrial.

Para el 1967 la sociedad Productos Ricos Ltda, cambia su razón social, a Comestibles Ricos Ltda.

Para los años 70 Súper Ricas se considera como pionera en el saborizado de las papas fritas y en la codificación color sabor en Colombia. Se consolida la red de distribución en triciclos y camionetas, ingresando a más barrios y a los almacenes de cadena.

La empresa se especializa en papas fritas y empieza a automatizar la producción, hasta consolidar su calidad y excelencia. Una de sus ideas innovadoras se ve reflejada en los años 80 ya que antiguos vendedores y trabajadores constituyen sus microempresas de distribución independientes que potencian el crecimiento de la gran familia Súper Ricas.

Programas Microempresa dentro de la empresa y el Triángulo del éxito: Trabajador, empresa y familia. Los avances en la producción y la diversificación de productos exigen de la empresa la adaptación y modificación de la tecnología existente.

Combinación perfecta de papas fritas, tajaditas y chicharrón en un solo paquete, opción que se empieza a contemplar en la época por algunos, para suplir el almuerzo.

A pesar de la fuerte competencia que la apertura económica representó, la empresa consolida una política de producción orientada a la satisfacción de clientes y consumidores, así como a la calidad de sus productos.

Una presentación diferente en el mercado, atractiva y funcional, es la evolución de los empaques de Súper Ricas con una nueva película doble que ayuda a mantener los productos frescos enteros y crocantes.

Para los años del 2000 la empresa presenta su mejor cambio se renueva la imagen: Los empaques cambian a metalizados y se moderniza el logo símbolo, pasando del cocinerito a una Sonrisa. Se adquiere tecnología para ser los primeros en la producción de mixtos con 4 componentes.

La empresa ciento por ciento colombiana "Súper Ricas" Se proyecta hacia el futuro, creciendo en el campo de las exportaciones y generando nuevos productos en el mercado de los snacks. La marca SUPER RICAS se consolida como una de las que tiene mayor recordación en el país.

2010. Época que marca una dinámica especial con lanzamientos novedosos desarrollados

acorde con el gusto y preferencias de los consumidores. Siendo La más crocante del mercado. Conquista de nuevos mercados (Antioquia y Región oriental del país)

2015. Distribución sistemática de los procesos por líneas de producto (papas, plátanos, mixtos, extruidos y panadería) Nuevas generaciones de consumidores, marcan la ruta de la dinámica del mercado y la consolidación de las marcas: SUPER RICAS y TODO RICO de manera independiente.

Cambio societario. Comestibles Ricos Ltda, cambia su razón social a Comestibles Ricos S.A., dentro del marco de la evolución y nueva estructura organizacional.

Actualmente no se conoce una empresa encargada de la producción y distribución de snacks en el departamento de Norte de Santander por eso es de suma importancia que la compañía “Frito Crisps” comience sus operaciones\*\*.

#### *Frito Lay, Inc.*

Es una filial estadounidense de PepsiCo que fabrica, comercializa y vende chips de maíz, patatas fritas y otros aperitivos. Las principales marcas de snacks producidas bajo el nombre de Frito-Lay incluyen los chips de maíz Fritos, Cheetos, Doritos y Tostitos, Lay's y Ruffles, Gold Rold y Walkers, cada uno de los cuales generó ventas mundiales anuales por más de mil millones de dólares en 2009.

La sede principal está ubicada en Plano, un suburbio de Dallas. También operan desde una planta ubicada en Beloit que está en proceso de expansión.

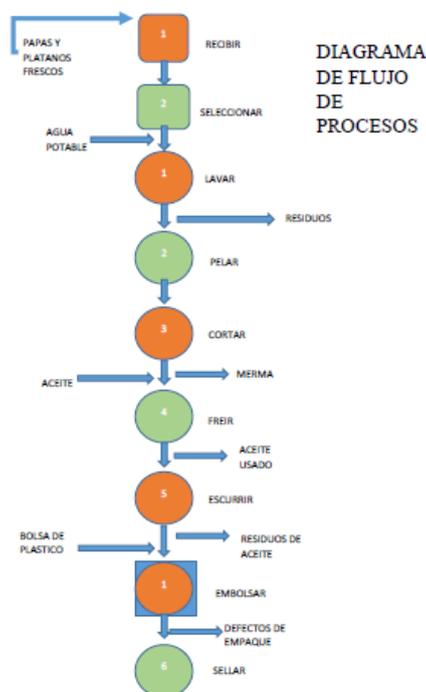
La empresa tiene presencia en más de 42 países, y además genera 13 mil millones de dólares, siendo la mitad de las ganancias totales del grupo PepsiCo. Frito-Lay comenzó en la década de 1960 como dos empresas separadas, The Frito Company y H.W. Lay & Company, que se fusionaron en 1961 para formar Frito-Lay,

Inc. Cuatro años más tarde en 1965, Frito-Lay, Inc. se fusionó con la Pepsi-Cola Company, dando lugar a la formación de PepsiCo. Desde ese momento, Frito-Lay ha operado como una subsidiaria de PepsiCo. A través de Frito-Lay, PepsiCo es la mayor compañía de aperitivos distribuida en todo el mundo, con ventas de sus productos en 2009 que comprenden el 40 por ciento de todos los snacks salados vendidos en

los Estados Unidos y el 30 por ciento del mercado no estadounidense.

Frito-Lay North América representa el 31 por ciento de las ventas anuales de PepsiCo\*\*\*.

#### DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS.



#### Descripción de actividades (Lista de tareas)

Al tratarse de un proceso bastante simple y conocido, la tecnología no representa una mayor limitación al momento de concebir el proceso de producción. Este proceso, en términos muy generales, sería el siguiente:

##### Recepción, selección y limpieza.

Se realizará una inspección de los lotes entrantes tomando muestras para poder mantener un nivel de calidad aceptable a lo largo de todo el proceso de producción.

La materia prima ingresaría al proceso a través de una tolva de alimentación, pasando inmediatamente a una faja transportadora donde se realizará la selección inicial, retirando las impurezas. Luego, pasará a la sección de limpieza conformada por una máquina lavadora en túnel que consiste en un sistema de rodillos para el traslado y una cámara de rociado de agua a alta presión (35 bar).

Los rodillos también permiten que las raíces giren y, por tanto, que el lavado sea más eficiente. Con esta operación se retiran restos de

tierra e impurezas que serán arrastradas por el flujo de agua hasta un tanque colector.

**Pelado y clasificado.**

Esta operación se realizará mediante abrasión (método mecánico), ya que es el más apropiado para los tubérculos de cáscara delgada. Consiste en someter el material a rozamiento con rodillos, operación que, mediante la fricción, les irá arrancando la cáscara, para luego eliminarla por corrientes de agua. La velocidad de retención del material dentro de la máquina se encuentra regulada por un tornillo interno, controlado por un motor de velocidad graduable.

**Cortado.**

Se utilizará una máquina rebanadora para poder obtener rodajas de forma y tamaño uniforme, de aproximadamente 2 milímetros de espesor. El corte se hará de manera transversal al tubérculo. La máquina elegida permite diversos tipos de corte, con ruedas cortadoras (cuchillas) intercambiables, para rebanadas lisas, onduladas y para corte “juliana”.

**Fritura.**

Es la operación central del proceso. La fritura será la conocida como Deep frying, ya que las rodajas de papa o plátano serán sumergidas dentro del aceite de palma.

El tipo de freidora elegida consiste en un túnel por el cual las rodajas pasarán sobre una faja transportadora sumergida en aceite de fritura, cuya velocidad es regulable de acuerdo con los requerimientos.

**Escurredo.**

Las hojuelas serán trasladadas en una faja transportadora que tendrá pequeños orificios, los cuales permitirán tanto que se escurra el aceite más rápidamente como su enfriamiento.

**Embolsado y sellado.**

Las hojuelas serán embolsadas en empaques de 50 gramos. Las bolsas llevarán la siguiente información:

- Nombre y marca del producto.
- Información nutricional e ingredientes y peso neto.
- Fecha de elaboración y caducidad.
- Información de contacto de la empresa fabricante.

– Registro sanitario y otros.

Finalmente, las bolsas serán selladas herméticamente. Ambas operaciones se llevan a cabo en una sola máquina, compuesta por cabezales dosificadores para el embolsado y barras selladoras en caliente, que maximizan la transferencia de calor y reducen las desviaciones de temperatura, para de esta manera obtener un sellado adecuado.

### **Marco Legal**

De acuerdo a las leyes Colombianas y teniendo como primer referente la constitución política de Colombia, Frito Crisps será una empresa debidamente constituida y la cual cumplirá con las respectivas obligaciones que le compete.

### **Forma jurídica**

La forma jurídica que Frito Crisps utilizará para formalizar la empresa será Sociedad por Acciones Simplificada o S.A.S la cual se adapta con facilidad al objetivo de la empresa ya que permite a los accionistas que actualmente serían dos a limitar sus responsabilidades de acuerdo a su aporte, nos recuerda Restrepo (2019), además no requiere de un proceso de constitución bajo escritura pública, sino con un documento privado inscrito en el registro mercantil es suficiente a menos que se incluyan inmuebles en la constitución.

Además, ésta figura jurídica deja plena libertad en el diseño de la estructura administrativa así como otros aspectos que favorecen al emprendedor colombiano a la hora de iniciar una empresa (Cámara de Comercio de Bogotá, 2009).

Para constituir la empresa es necesario una vez se tenga definida la forma jurídica, la verificación del nombre y el documento privado de constitución, se procede a diligenciar el formulario del RUT por internet el cual servirá para realizar la inscripción en la Cámara de Comercio de Cúcuta, Cámara de Comercio (2009), y una vez se tenga estos documentos se inicia la apertura de una cuenta bancaria.

Con la certificación que el banco expide se debe tramitar el RUT definitivo en la DIAN y finalmente terminar el proceso en la cámara de comercio, donde se certificará la autenticidad del registro. Adicional se debe realizar el proceso de resolución de facturación que dará a la empresa el permiso de facturar, este se hace a

través de la DIAN entidad autorizada para el trámite (DIAN, 2020).

El costo por los tramites del registro mercantil son de 186.000 COP ya que los activos se encuentran entre un rango de 14.478.555 a 15.857.465 COP, adicional se le debe sumar el costo del formulario del registro mercantil por una valor de \$4.800 COP más la autenticación de documento de constitución que tiene un valor por firma y huella alrededor de \$ 1.856 COP cada uno.

#### **Aspecto laboral del emprendedor.**

En cuanto a los aspectos laborales, de acuerdo a la seguridad social se destacan aspectos como Salud, pensión y ARL. (Gerencie.com, 2018). Los socios en este caso, los tres emprendedoras quienes además de ser socios serán trabajadores de la empresa deberán estar vinculados al sistema contributivo de salud, al igual que al de pensiones y a la administradora de riesgos laborales ARL, es decir las socias bajo trabajadoras se convierten en contribuyentes, mientras que la sociedad se comporta como aportante. Como sociedad también se debe contribuir al pago de cargas prestacionales a todos los empleados, así como el aporte a parafiscales.

#### **Aspectos laborales y seguridad social de los trabajadores**

La política de la empresa es tener a sus empleados con el debido contrato bien sea fijo o indefinido conforme a la ley así como un pago responsable de las obligaciones laborales. De acuerdo al régimen laboral tanto el empleador como el empleado tiene obligaciones en cuanto al aporte a la seguridad social.

Para el año 2020 el aporte a la salud debe ser del 12.5% del ingresos base de cotización dividió así: empleador 8.5% y empleado 4%. Para la pensión el aporte será del 16%, donde el empleador paga 12% y el trabajador le corresponde un 4%. El aporte a la ARL será obligación de la empresa pagarla en su totalidad y esta dependerá del nivel de riesgo (SURA, 2020).

Adicional a la seguridad social, la empresa debe pagar una carga prestacional de:

Cesantías 8.33%, Prima de servicios 8.33%, Vacaciones 4.17% e intereses sobre las cesantías del 1% mensual. En cuanto al aporte a parafiscales, se pagarán un porcentaje dividido

así: Sena 2%, ICBF 3% y Cajas de compensación familiar 4%, concluye Gerencie.com.

#### **Obligaciones tributarias**

Las obligaciones tributarias que tiene la compañía afectan directamente la utilidad del negocio, refiere Legionlegal (2020). Algunas de estas son: impuesto a la renta, impuesto industria y comercio y el impuesto 4x1000. De acuerdo al impuesto de renta, el gobierno ha otorgado beneficios fiscales a las pequeñas empresas con el fin de que se construyan de manera oficial. Para las empresas que adquieran el beneficio según la ley 1429 del 2010, cita Gov.co (2020), no tendrán que pagar impuesto de renta dentro de los primeros dos años de su actividad económica.

Para el tercero pagaran progresivamente un porcentaje que es de 8,25%, para el cuarto año es de 16,5%, el quinto año será de 24,75 y para el sexto año en adelante su tarifa será de 33% sobre las utilidades. El impuesto de industria y comercio ICA, será del 4.14 x Mil, este valor corresponde a la actividad de la empresa y varía según la misma, en este caso es el valor mencionado anteriormente (Gov.co, 2020).

Por su parte existe un impuesto a pagar por las transacciones financieras y este será de 4x Mil.

#### **Permisos, licencias y documentación oficial.**

De acuerdo a las obligaciones de la empresa una de ellas es vender sus productos con un Registro Invima o sanitario el cual es un “documento expedido por la autoridad sanitaria competente, mediante el cual se autoriza a una persona natural o jurídica para fabricar, envasar; e Importar un alimento con destino al consumo humano” (Manipulación de alimentos, 2014).

#### **Cobertura de responsabilidades.**

Al ser una empresa bajo la figura jurídica S.A.S, la sociedad se limita en responsabilidades de acuerdo al aporte hecho por cada uno, sin embargo ésta norma no aplica en caso que la empresa se vea involucrada en procesos de fraude a la ley o abuso de la S.A.S en perjuicio de terceros (S.A.S, 2018).

#### **Estudio De Mercado**

Para el mes de noviembre del año 2020, se realizará un estudio de mercado, que permita conocer el comportamiento del consumo de

snacks de las familias de Norte de Santander y a la vez conocer cuáles son los factores determinantes a la hora de escoger un snack. De este modo se podrá tener un estudio que permitirá conocer el enfoque en el cuál la empresa debe fijarse y hacer hincapié para lograr tener espacio en el mercado de los snacks que año tras año va en crecimiento y diversificación, logrando de este modo tener un factor diferenciador a las demás empresas y obteniendo un porcentaje de dicho sector.

### Análisis estratégico.

#### FACTORES INTERNOS DE LA EMPRESA

DEBILIDADES (-)	
1	Al ser un producto nuevo, requiere mayor esfuerzo para impactar el mercado.
2	Las personas pueden preferir el producto tradicional.
3	El tamaño del portafolio de la competencia.

FORTALEZAS (+)	
1	La relación calidad-precio.
2	El fácil acceso al producto.
3	Está diseñado para un mercado potencial.
4	La diferenciación del producto

#### FACTORES EXTERNOS A LA EMPRESA

OPORTUNIDADES (+)	
1	Una gran parte del mercado, a donde la competencia no llega.
2	Mayor acogida al ser un producto de la región.
3	Impacto en un mercado desatendido
4	Insumos de buena calidad proveniente de la región.

AMENAZAS (+)	
1	La competencia, la cual ya es conocida y ofrece variedad de productos.
2	La experiencia que tiene la competencia.
3	La dificultad que se pueda presentar para introducirse al mercado.

### CONCLUSIONES.

La región necesita industrializarse a corto plazo. El campo nortesantandereano es rico en papas y la generación de empleos estables es una necesidad actual.

Por todo el análisis realizado es factible la creación de Frito Crips, empresa dedicada a los snacks de papas con gran impacto ecológico y social.

### REFERENCIAS

- Cámara de Comercio de Bogotá. (2009). *PROGRAMA DE EMPRENDIMIENTO REGIONAL. Conoce los pasos para crear empresa*. Cámara de Comercio.
- DIAN. (2020). *Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales*. <https://www.dian.gov.co/>
- Gerencie.com. (2018). *Aportes a seguridad social*. <https://www.gerencie.com/aportes-a-seguridad-social.html>
- Gov.co. (2020). *Ley 1429 de 2010—EVA - Función Pública*. [https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestor\\_normativo/norma.php?i=41060](https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestor_normativo/norma.php?i=41060)
- Legionlegal. (2020). *Impuestos para empresas Colombia*. GESTIÓN LEGAL COLOMBIA. <https://www.gestionlegalcolombia.com/impuestos-empresas-colombia.html>
- Manipulación de alimentos, C. (2014, septiembre 12). *Diferencias del Decreto 3075 de 1997 con la Resolución 2674 del 2013*. <https://www.manipulaciondealimentoscolombia.com/diferencias-del-decreto-3075-de-1997-con-la-resolucion-2674-del-2013>
- Restrepo, M. (2019). *SAS Colombia: Definición, características y ventajas*. Rankia. <https://www.rankia.co/blog/mejores-cdts/3759467-sas-colombia-definicion-caracteristicas-ventajas>
- Saavedra García, Mm. L. (2014). Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana. *Pensamiento & Gestión, no.33 Barranquilla Jan./July 2012*. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1657-62762012000200005](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762012000200005)
- S.A.S, E. L. R. (2018). *Límites de la responsabilidad de los socios en la SAS*. <https://www.asuntoslegales.com.co/consultorio/limites-de-la-responsabilidad-de-los-socios-en-la-sas-2801359>
- SURA. (2020). *ARL SURA - Riesgos Laborales—ARL - ARL SURA - Riesgos Laborales—ARL*. [https://www.arlsura.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1929](https://www.arlsura.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1929)
- Villalón Gutiérrez, E. (2020). *BOLETÍN DE INDICADORES ECONÓMICOS Y DE COMERCIO INTERNACIONAL. Primer Trimestre 2020 Cúcuta. Volumen. 027. I Trimestre. Enero a marzo del 2020*.

**MARCAS UTILIZADAS EN LA  
PRESENTE INVESTIGACION.**



\*YUPI. (2020). *YUPI | Sabor es lo que hay.*  
<https://yupi.com.co/>



\*\*\**Bienvenidos a PepsiCo Colombia.* (2020).  
<http://www.pepsico.com.co/>



\*\*Ricas. (2020). *Home | Super ricas.*  
<https://www.superricas.com/home>