

**La creación de un plan de marketing para la comercialización de los productos de panadería elaborados por los internos del establecimiento penitenciario y carcelario de mediana seguridad de Aguachica Cesar.**

**The creation of a marketing plan for the commercialization of bakery products made by the inmates of the medium security penitentiary and prisión establishment of Aguachica Cesar.**

Hernández Silvera Martha Lucia

Rangel Saénz Maria Isabel

González Duarte Yiceth Alejandra

<sup>a</sup> Estudiante Administración de empresas de la universidad popular del cesar, seccional Aguachica, Email: [mluciahernandez@unicesar.edu.co](mailto:mluciahernandez@unicesar.edu.co) ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-5905-0456>

<sup>b</sup> Estudiante Administración de empresas de la universidad popular del cesar, seccional Aguachica, Email: [mirangel@unicesar.edu.co](mailto:mirangel@unicesar.edu.co) ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-5894-7253>

<sup>c</sup> Administradora de empresas, Especialista en gestión pública, Magister en administración. Directora académica de la universidad popular del cesar, seccional Aguachica. Líder del grupo de investigación BUTERAMA. ORCID SIEC Email: [yicethgonzalez@unicesar.edu.co](mailto:yicethgonzalez@unicesar.edu.co). ORCID: [https://orcid.org/0000\\_0002\\_88269404](https://orcid.org/0000_0002_88269404).

---

## Resumen

La presente investigación tiene como objetivo principal, implementar y crear un plan de marketing en el establecimiento penitenciario y carcelario de mediana seguridad del municipio de Aguachica, Cesar. Se desarrolló mediante la investigación descriptiva para analizar la viabilidad de distribución del producto escogido, el cual fue el área de panadería. Como primera fase se implementaron encuestas en los lugares que serían posibles distribuidores, buscando respuesta a nuestra pregunta planteada que es ¿Cómo beneficiaría un plan de marketing la comercialización de los productos de panadería del establecimiento penitenciario de mediana seguridad y carcelario de Aguachica?, Como segunda se establecieron las estrategias de promoción y ventas de los productos de panadería elaborados por los internos del establecimiento penitenciario de mediana seguridad y carcelario de Aguachica, Cesar y por último se elaboró el Plan de marketing para la comercialización de los productos de panadería elaborados por los internos del establecimiento penitenciario de mediana seguridad y carcelario de Aguachica, Cesar.

Palabras claves: Distribución, Marketing, Posicionamiento, Viabilidad.

---

**Abstract:** The main objective of this research is to implement and create a marketing plan in the medium security penitentiary and prison establishment of the municipality of Aguachica, Cesar. It was developed through descriptive research to analyze the viability of distribution of the chosen product, which was the bakery area. As a first phase, surveys were implemented in the places that would be possible distributors, seeking an answer to our question posed, which is: How would a marketing plan benefit the commercialization of bakery products from the Aguachica medium-security penitentiary and prison establishment? As a second The promotion and sales strategies for the bakery products made by the inmates of the medium security penitentiary and prison establishment of Aguachica, Cesar were established and finally the Marketing Plan was developed for the commercialization of the bakery products made by the inmates. from the medium security penitentiary and prison facility of Aguachica, Cesar.

**Keywords:** Distribution, Marketing, Positioning, Viability.

---

**La creación de un plan de marketing para la comercialización de los productos de panadería elaborados por los internos del establecimiento penitenciario y carcelario de mediana seguridad de Aguachica Cesar.**

**Introducción**

Con este proyecto se logra buscar, brinda que en el establecimiento penitenciario de mediana seguridad y carcelario de Aguachica Cesar, permitan implementar estas estrategias a la área artesanas del pan e incursionar en el mercado artesanal desde la parte regional, a continuación este trabajo se entregara una información detallada que se valora en un plan de mercado, con la elaboración de un plan de marketing para este producto, logrando así los análisis del negocio y un proceso de recomendaciones para poder alcanzar las metas establecidas y tomas decisiones de dichas actividades propuestas.

**Objetivos**

-Diagnosticar la situación actual de la comercialización de los productos de panadería elaborados por los internos del establecimiento penitenciario de mediana seguridad y carcelario de Aguachica Cesar.

-Establecer las estrategias de promoción y ventas de los productos de panadería elaborados por los internos del establecimiento penitenciario de mediana seguridad y carcelario de Aguachica Cesar.

-Elaborar el plan de marketing para la comercialización de los productos de panadería elaborados por los internos del establecimiento penitenciario de mediana seguridad y carcelario de Aguachica Cesar.

**Materiales, Métodos, Metodología**

Metodología Descriptiva

El propósito de la creación de un plan de marketing para los productos de panadería del centro penitenciario y carcelario del municipio de Aguachica Cesar, es facilitar la distribución

de los productos que se realizan, para mejorar su calidad de vida dentro del establecimiento.

Enfoque cualitativo

Materiales: Observación

Encuesta

### Resultados

1- -Diagnosticar la situación actual de la comercialización de los productos de panadería elaborados por los internos del establecimiento penitenciario de mediana seguridad y carcelario de Aguachica Cesar.

#### • Estadísticas. Encuestas- Preguntas

- ¿Cuál es el nombre de su negocio?
- Ubicación en el municipio de Aguachica Cesar
- ¿Sabía usted que en la cárcel del municipio los reclusos fabrican productos de panadería?
- ¿Alguna vez ha probado un producto elaborado por un recluso?
- ¿Estaría dispuesto a distribuir productos de panadería elaborados en el centro penitenciario del municipio?
- ¿Por qué comprarías un producto elaborado por un recluso?
- ¿Qué opina sobre la creación de una marca propia para los productos de panaderías elaborados por los reclusos del centro penitenciario de Aguachica Cesar?
- ¿Al momento de adquirir un producto usted se fija en?
- ¿Qué te ha parecido la encuesta?
- Correo electrónico

#### • Tablas y Cuadros.

Para el análisis e interpretación de los datos de la encuesta realizada a los establecimientos del municipio de Aguachica Cesar, la implementación de una marca para el posicionamiento en el mercado es de gran importancia, por ende los ciudadanos demostraron confiabilidad si el producto tiene una marca, ya que esto permite identificarse en el mercado a la hora de ser aceptados por los consumidores, pudimos darnos cuenta también que los consumidores eligen un producto, por lo que hoy en día conocemos es la calidad,

dado que así a su vez permitió darnos a conocer que el producto de panadería si sería aceptable en las partes comerciales, de tiendas y cafeterías, ya sea por su innovación o su precio accesible, permitiendo así que los reclusos tenga un impacto innovador en el mercado y logren posicionar supliendo sus necesidades económicas que se desarrollan cada día.

#### ¿Cuál es el nombre de su negocio?

- TIENDA ALF
- TIENDA LA 36
- TIENDA LA NEGRA
- TIENDA LEILIC
- TIENDA SOBRE LA ROCA
- TIENDA BARAHOJA
- TIENDA LA GRAN ESQUINA
- TIENDA J.C VARGAS
- TIENDA YIVES
- TIENDA MALICAOR
- TIENDA EL PUNTO DE JAIRO
- TIENDA IDEMA
- CAFETERIA UPC
- TIENDA DE PUERTO DE MOSQUITO
- TIENDA LOS GEMELOS
- TIENDA NORITA
- TIENDA ROCA ALTA
- TIENDA LA ESQUINA DE LEDDY
- TIENDA EL ASIS
- TIENDA LA 13 DE NUBIA
- CAFETERIA DIAZ PEINADO
- LA 42
- TIENDA DE PAOLA Y VALENTINA
- TIENDA DE ISA Y SEBAS
- CAFETERIA EL BUEN SABOR
- TIENDA SARITA ALFARO
- CAFETERIA ISSA.COM
- EL PUNTO R
- LA ESQUINA DE NUBIA
- MICROTIENDA DE LEO
- TIENDA LA GRAN ESQUINA
- TIENDA MARIA EVELLA
- BRISAS DE BUTURAMA
- TIENDA Y VARIEDAD JHONATAN
- TIENDA LA VUELTA
- CAFETERIA EL RINCONCITO
- TIENDA J.C VARGAS
- TIENDA SOBRE LA ROCA
- CAFETERIA JAIRO
- TIENDA Y MISELANIA JANFEREI
- TIENDA DE ARGEMIRO
- TIENDA EN PUNTO R
- CAFETERIA MERCADO VIEJO
- TIENDA DONDE DIMAS
- TIENDA LA ESQUINA DE ARBOLEDA
- DON JUAN
- TEINDA VILKIS
- TIENDA DOÑA MARTA
- DONDE TRINO
- LA 26

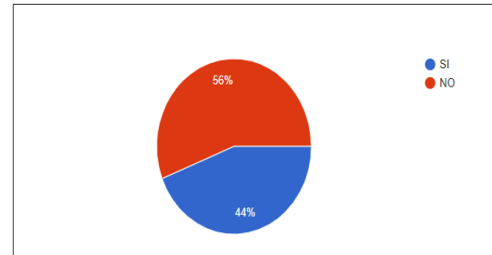
**Análisis:** Nombres de los establecimientos a los cuales se les realizó la encuesta fueron 110 establecimientos, los cuales 50 de ellos fueron contestadas, por vía correo electrónico y de manera presencial.

Ubicación en el municipio de Aguachica cesa

- Calle 7 17-77
- Calle 3 barrio maria Eugenia
- KDX 71-2 APT- 02 Manzana barrio la ciudadela
- Calle 8 29-10
- Calle 14 N 30-76 cordillera
- Manzana D CASA 4
- Universidad popular del cesar del municipio de Aguachica.
- Carrera 19 N 6-08
- Calle 6ª 22-97
- CALLE 16 18-05
- CARRERA 26 A 8-64
- Calle 10 NORTE 35-02 SAN EDUARDO
- CARRERA 13 3-37
- CARRERA 31 PUESTO MERCADO PUBLICO
- MZN K1 CASA 3
- CALLE 10 NORTE 34-02
- CARRERA 10B 16-17
- MANZANA B CASA 2 CIUDADELA
- CARRERA 27 CON CALLE 5 27-16
- CALLE 17-04 LOCAL 1 LAS AMERICAS
- CRA 16 6 A 19 IC 4
- CALLE 12 A 16-48
- CARRERA 18B 15ª-74
- CALLE 7 30-95
- CARRERA 26 05 CALLE BARRIO LAS DELICIAS
- CARRERA 17 12-56 BARRIO ROMERO DÍAZ
- CALLE 7 30-95 BARRIO LA UNION
- CARRERA 8 ENTRE 5 Y 6
- CARRERA 5 7A-05
- CARRERA 10B N 18-57 BARRIO ARBOLEDA
- CALLE 15 15-93
- CARRERA 14 10-83
- ARBOLEDA MANZANA B 56
- CARRERA 31 4A-04
- CARRERA 7 N7
- CALLE 16 BIS 1 11-46
- CALLE 3 #26-76
- CARRERA 10C 15-93
- CARRERA 11 # 6-108

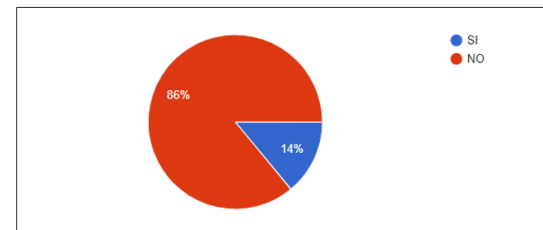
**Análisis:** Dirección de cada uno de estos establecimientos, el cual la información fue tomada de la cámara de comercio del municipio de Aguachica Cesar.

¿Sabía usted que en la cárcel del municipio los reclusos fabrican productos de panadería?



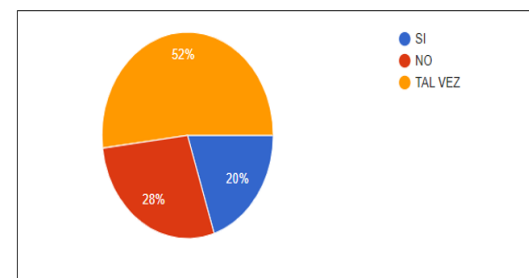
Se puede conocer que los habitantes del municipio del Aguachica cesar, que el 56% de la población que, de estos establecimientos entre tiendas y cafeterías, no tienen conocimiento de que los reclusos realizan productos penitenciarios de panadería en el establecimiento penitenciario de mediana seguridad del municipio.

¿Alguna vez ha probado un producto elaborado por un recluso?



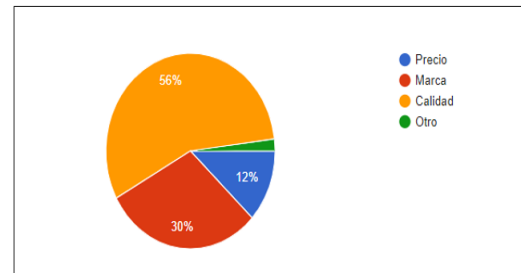
**Análisis:** Con un 80% los resultados obtenidos, se puede decir que ellos no han adquirido directamente, productos elaborados por los reclusos, principalmente por la falta de conocimiento sobre estos y la dificultad para adquirirlos.

¿Estaría dispuesto a distribuir productos de panadería elaborados en el centro penitenciario del municipio?

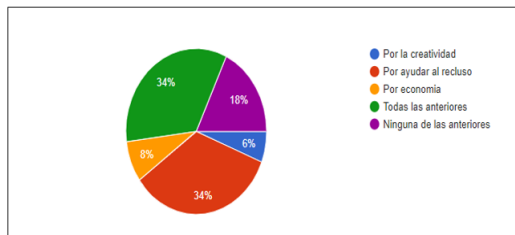


**Análisis:** A través de los resultados presentados se puede deducir, que el 52% de la población del municipio de Aguachica Cesar, en sus establecimientos, estarían dispuestos a la innovación e implementación de un nuevo producto al mercado, ya que la oportunidad de hacerlo daría un total reconocimiento, al establecimiento del municipio y quienes lo realizan en este caso sería los reclusos.

¿Al momento de adquirir un producto usted se fija en?



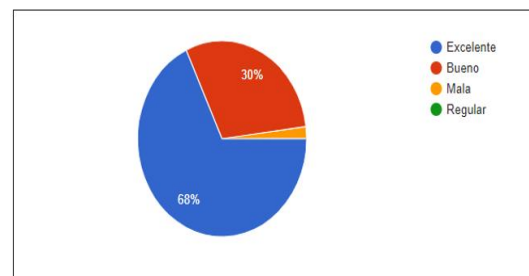
¿Por qué comprarías un producto elaborado por un recluso?



**Análisis:** Se puede conocer con un total de un 56%, dado por los habitantes del municipio de Aguachica que la calidad es la elegida, ya que esto permite garantizar la satisfacción al cliente y logrando así que cualquier marca se dé diferencia en la competencia, teniendo en cuenta que la calidad no, es más, ni menos el reflejo que el cliente tiene de un producto a la hora de adquirirlo.

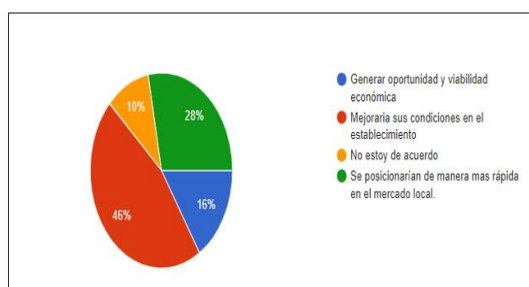
**Análisis:** Se puede observar en esta respuesta que el 34% de los habitantes del municipio de Aguachica, comprarían el producto en dos las siguientes dos opciones, comprarían el producto para que el recluso, tenga un sustento económico dentro del establecimiento y el 34% por la creatividad de estos mismos y lo económicos que serían a la hora de adquirirlos.

¿Qué te ha parecido la encuesta?



¿Qué opina sobre la creación de una marca propia para los productos de panaderías elaborados por los reclusos del centro penitenciario de Aguachica Cesar?

**Análisis:** De esta forma se logró obtener información, la cual el 68% de los habitantes del municipio eligen la opción de una excelente encuesta, ya que esta nos permitió darnos cuenta que el lanzamiento de una marca realizada para este producto penitenciario, permitiría tener un impacto como objetivo positivo, para introducir dicho producto al mercado.



Correo electrónico

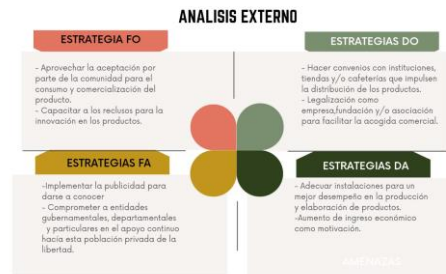
**Análisis:** Se pudo obtener como respuesta que la respuesta con mayor porcentaje es de 46%, ya que los habitantes del municipio deducen que, al este producto innovador, crearle una marca que permita que se identifique en el mercado, mejoraría las condiciones en el establecimiento, ya que dentro y fuera del municipio se pueden dar a conocer, generando un impacto en la parte productiva e innovadora, así logrando que para este producto tenga un beneficio en el marketing.

- [VARGES1989@GMAIL.COM](mailto:VARGES1989@GMAIL.COM)
- [DIAZPEINADO@GMAIL.COM](mailto:DIAZPEINADO@GMAIL.COM)
- [CLALVA REZDEYAL@GMAIL.COM](mailto:CLALVA REZDEYAL@GMAIL.COM)
- [OMARCADENA1978@GMAIL.COM](mailto:OMARCADENA1978@GMAIL.COM)
- [LAPEGUA12345@GMAIL.COM](mailto:LAPEGUA12345@GMAIL.COM)
- [GONZALO\\_XTS@GMAIL.COM](mailto:GONZALO_XTS@GMAIL.COM)
- [JOSEANTONIOANGARITA@GMAIL.COM](mailto:JOSEANTONIOANGARITA@GMAIL.COM)
- [ALIRIO33@GMAIL.COM](mailto:ALIRIO33@GMAIL.COM)
- [VARGAZLEIDY@GMAIL.COM](mailto:VARGAZLEIDY@GMAIL.COM)
- [EDAWRCHINCHILLA81@GMAIL.COM](mailto:EDAWRCHINCHILLA81@GMAIL.COM)
- [JAIRO.CARVAJALINO92@GMAIL.COM](mailto:JAIRO.CARVAJALINO92@GMAIL.COM)
- [VARGAS1989@GMAIL.COM](mailto:VARGAS1989@GMAIL.COM)
- [DIAZENAI8@GMAIL.COM](mailto:DIAZENAI8@GMAIL.COM)
- [ALAVREZDEYSI@GMAIL.COM](mailto:ALAVREZDEYSI@GMAIL.COM)
- [OMARCADENA1978@GMAIL.COM](mailto:OMARCADENA1978@GMAIL.COM)

mismo, por los habitantes del municipio de Aguachica Cesar.

### Tablas y cuadros

- [ALIMARUSA@GMAIL.COM](mailto:ALIMARUSA@GMAIL.COM)
- [VILLALOBOS@GMAIL.COM](mailto:VILLALOBOS@GMAIL.COM)
- [ISSACAFETERIA@GMAIL.COM](mailto:ISSACAFETERIA@GMAIL.COM)
- [COCOCAFÉ@GMAIL.COM](mailto:COCOCAFÉ@GMAIL.COM)
- [DIANA@GMAIL.COM](mailto:DIANA@GMAIL.COM)
- [LUCHIMEJIA@GMAIL.COM](mailto:LUCHIMEJIA@GMAIL.COM)
- [MANOSALVAROCIO@GMAIL.COM](mailto:MANOSALVAROCIO@GMAIL.COM)
- [ASCANIO@GMAIL.COM](mailto:ASCANIO@GMAIL.COM)
- [LEOPOWER@GMAIL.COM](mailto:LEOPOWER@GMAIL.COM)
- [JAVIER@GMAIL.COM](mailto:JAVIER@GMAIL.COM)
- [VITUCHO1141@GMAIL.COM](mailto:VITUCHO1141@GMAIL.COM)
- [FTORRESANGARITA@GMAIL.COM](mailto:FTORRESANGARITA@GMAIL.COM)
- [CHINCHILLA@GMAIL.COM](mailto:CHINCHILLA@GMAIL.COM)
- [ALDIMARGUY@GMAIL.COM](mailto:ALDIMARGUY@GMAIL.COM)
- [MIRELLASOLANO@GMAIL.COM](mailto:MIRELLASOLANO@GMAIL.COM)
- [VERGAZGLADEYLY@GMAIL.COM](mailto:VERGAZGLADEYLY@GMAIL.COM)
- [MARIATERESA.0123@GMAIL.COM](mailto:MARIATERESA.0123@GMAIL.COM)
- [CARVAJANACUETO@GMAIL.COM](mailto:CARVAJANACUETO@GMAIL.COM)
- [LEONARDOPOWER@GMAIL.COM](mailto:LEONARDOPOWER@GMAIL.COM)
- [DORAMIRA93@GMAIL.COM](mailto:DORAMIRA93@GMAIL.COM)
- [ELPIPA93@GMAIL.COM](mailto:ELPIPA93@GMAIL.COM)
- [JMIKAELA56@HOTMAIL.COM](mailto:JMIKAELA56@HOTMAIL.COM)
- [JOHANNITA.@GMAIL.COM](mailto:JOHANNITA.@GMAIL.COM)
- [NOTIFICACIONES@GMAIL.COM](mailto:NOTIFICACIONES@GMAIL.COM)
- [JULIETAMIKA@GMAIL.COM](mailto:JULIETAMIKA@GMAIL.COM)
- [HELI.33@GMAIL.COM](mailto:HELI.33@GMAIL.COM)
- [ANDREAGONZALES@GMAIL.COM](mailto:ANDREAGONZALES@GMAIL.COM)



### Remuneración económica y estabilidad

**laboral:** Destacar en la promoción la contribución económica y la estabilidad laboral que brinda la participación en el programa de elaboración de pan a los internos. Esto puede generar interés y apoyo de los consumidores.

### Aceptación de la población y baja rotación del personal:

Utilizar testimonios y casos de éxito de internos para resaltar la aceptación de los productos por parte de la población y la dedicación del personal involucrado.

### Explotación de Oportunidades:

**Única empresa de PPL:** Utilizar esta exclusividad como un punto de venta único para destacar la singularidad de los productos y su contribución a la comunidad.

### Convenios para alianzas estratégicas y apoyo de fundaciones/entidades públicas:

Establecer asociaciones con empresas locales, cafeterías, restaurantes o supermercados para ampliar la distribución de los productos de panadería. Además, buscar apoyo y financiamiento de fundaciones y entidades públicas para mejorar la infraestructura y obtener recursos e insumos necesarios.

**Análisis:** Listado de los correos electrónicos de los establecimientos del municipio de Aguachica Cesar el cual fueron enviados a 110, teniendo como finalidad la respuesta de 50 de estos establecimientos entre tiendas y cafeterías del municipio.

2- Establecer las estrategias de promoción y ventas de los productos de panadería elaborados por los internos del establecimiento penitenciario de mediana seguridad y carcelario de Aguachica Cesar.

### Matriz FODA

Cuando se habla de investigación o cuando se requiere elaborar un diagnóstico, de cómo se encuentran los productos de panadería elaborados, por los reclusos del centro penitenciario, dado que es esta herramienta llamada FODA permite, darnos a conocer de la situación actual de la aceptación de este

**Mitigación de Debilidades:**

**Falta de recursos e insumos e infraestructura inadecuada:** Buscar fondos y donaciones de organizaciones externas, como fundaciones o entidades gubernamentales, para mejorar las instalaciones y garantizar el suministro adecuado de materias primas.

**No cuenta con imagen institucional:**

Desarrollar una estrategia de branding para crear una identidad visual atractiva y profesional que represente los valores y la calidad de los productos elaborados por los internos.

**Enfrentamiento de Amenazas:**

**Productos desconocidos para los posibles consumidores y rechazo de la comunidad:**

Realizar actividades de degustación y eventos de promoción en la comunidad para dar a conocer los productos y superar la resistencia inicial. Además, trabajar en programas de educación y sensibilización para informar a la comunidad sobre el programa de elaboración de pan y sus beneficios sociales.

**Análisis segundo Objetivo**

Con la implementación de la matriz FODA se pudo analizar el sentido organizacional en el cual va enfocado el proyecto, así mismo, identificar e implementar las estrategias que se plantean para fortalecer la producción y distribución de los productos fabricados por el personal de internos, adquiriendo conocimiento comercial para que esto cumpla con el objetivo principal el cual es un posicionamiento fuerte y estable en el mercado.

3- Elaborar el plan de marketing para la comercialización de los productos de panadería elaborados por los internos del establecimiento penitenciario de mediana seguridad y carcelario de Aguachica Cesar.

**Misión:** Brinda bienestar a las personas privadas de la libertad, buscando darle solución marketing a los productos que elaboran los reclusos del centro penitenciario de mediana seguridad del municipio de Aguachica Cesar, en una forma económica y con gran calidad de la marca.

**Visión:** Se propone que en el 2026 los productos del pan, elaborados por los reclusos del centro penitenciario del municipio de Aguachica Cesar, sean elegidos por nuestra innovación y calidad de productos, reconocida

como calidad humana y profesional de nuestra gente expandiéndose cada día más, al llegar a nuevos mercados, manteniendo en el desarrollo de actividades con altos estándares en el sistema de calidad.

**Valores:** Respeto, confianza, atención integral, participación, dignidad, honestidad y compromiso.



**Las 8 p's del marketing**

- 1- **Producto:** variedad de panes los cuales cuentan con una textura suave y blanda. Elaborado a partir de harina fermentada con la levadura al desgrasar el azúcar, que en conjunto con los demás ingredientes logran una masa característica que es colocada en moldes, y después de un tiempo es horneada, realizada por los reclusos como un producto artesanal.

Principales atributos del producto

- Sabor único
- Calidad
- Producto artesanal

**Estrategias:**

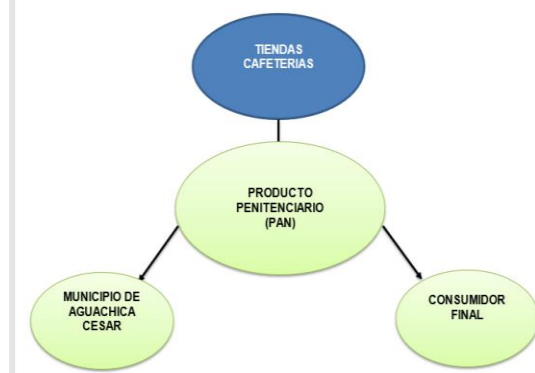
Desarrollar una línea de productos con empaques atractivos y ecológicos.

Ofrecer opciones personalizadas para eventos especiales.

- 2- **Plaza:** El 80% de los establecimientos inscritos en la cámara de comercio del municipio de Aguachica Cesar, el cual fueron entre tiendas y cafeterías, siendo uno de los puntos más importantes para evaluar la comercialización por alta

aceptación del producto en el mercado.

**Figuras.**



**Figuras.** Canal de distribución del producto realizado por los reclusos del establecimiento penitenciario del municipio de Aguachica Cesar.

**Estrategias:** Establecer acuerdos con minoristas locales y supermercados.

**3- Precio:** El valor monetario para los productos del pan, ya que teniendo en cuenta los productos son el pan de dulce, pan de sal y hojaldra.

**Tablas y cuadros**

Productos Panadería	Precio
Pan de sal	\$ 300 pesos
Pan de dulce	\$300 pesos
Hojaldra	\$ 500 Pesos

**Análisis:** Por otra parte, es de recalcar, que al colocarle un precio fijo a los productos pueden generar conocimiento de cuanto se está ganando por cada producto realizado, en estos cursos complementarios que les permite generar ingresos económicos, aquí podemos analizar el precio de los productos individuales.

Producto	Precio por paquete	Precio individual del pan de cada paquete	Ganancia
Pan de sal	\$2.000	\$ 400	\$100
Pan de dulce	\$2.000	\$400	\$100
Hojaldra	\$3.000	\$600	\$100

**Análisis:** Es por esto que podemos decir que estos tres productos podrían darse, a realizar paquetes que permitan ser de precios accesibles, saliendo con un precio individual para una ganancia de \$100 en cada porcentaje del producto, que realizan los reclusos dentro del centro penitenciario y carcelario del municipio de Aguachica Cesar.

**Formula**  $\$2.000 \div 5 = \text{Unidad } \$ 400 = \text{Ganancia } \$100 \text{ Pan de sal}$

**Formula**  $\$2.000 \div 5 = \text{Unidad } \$ 400 = \text{Ganancia } \$100 \text{ Pan de dulce}$

**Formula**  $\$3.000 \div 5 = \text{Unidad } \$ 600 = \text{Ganancia } \$100 \text{ Hojaldra}$

**Estrategia:**

- Realizar un análisis de costos y un estudio de mercado para establecer precios adecuados.

- Ofrecer promociones y descuentos iniciales para atraer a los primeros clientes.

**4- Promoción:**

**Estrategia:**

- Utilizar redes sociales (Facebook, Instagram) para promover productos y compartir historias de éxito de los internos.

- Organizar eventos de degustación.

- Publicidad en medios locales y colaboración con influencers de la comunidad.

**Publicidad:** Se desarrollarán teniendo en cuenta las bases primordiales que se usan hoy en día, como los son la utilización de las redes sociales, spot publicitario en las redes de los

municipios de Aguachica Cesar, el cual este permite incrementar ventas y conocimiento por vía internet, dado que esta estrategia nace de la fortaleza de poseer productos de acuerdo a las tendencias del consumidor, y de la amenazada del mercado.

**Relaciones Publicas:** En este aspecto seria de prioridad, que participaran en ferias en el municipio de Aguachica Cesar, ya que el punto más fuerte es la mejor forma en que recomiendan el producto en las tiendas y cafeterías del municipio, promocionándolo como un producto por su recomendación de su calidad.

**5- Procesos:** El plan de marketing tiene unos procesos los cuales, permiten conocer metodologías que adoptan cual es el procedimiento del plan de marketing del producto realizado por los reclusos en un periodo de determinando.

**Estrategias:**

**A- Planificación inicial**

- Evaluación de Recursos
- Selección de Ingredientes

**B- Diseño del Proceso de Producción**

- Recepción y Almacenamiento de Ingredientes.
- Preparación de la Masa
- Fermentación
- Formado y Moldeado
- Horneado

**C- Capacitación y Desarrollo**

- Proveer formación inicial sobre técnicas de panadería, seguridad alimentaria y uso de equipos.
- Incluir módulos sobre higiene personal y procedimientos de limpieza.
- Entrenamiento Continuo.
- Ofrecer programas de actualización y desarrollo continuo para los internos.
- Fomentar la adquisición de certificaciones en habilidades de panadería y seguridad alimentaria.

**D- Seguridad e Higiene**

- Establecer y hacer cumplir estrictas normas de higiene personal y del área de trabajo.
- Implementar procedimientos de limpieza y desinfección diaria de equipos y superficies.
- Capacitar a los internos en prácticas seguras de manejo de alimentos.
- Implementar un sistema de trazabilidad para seguir los lotes de producción.

**E- Logística y Distribución**

- Empaque
- Almacenamiento
- Distribución

**F. Monitoreo y Mejora Continua**

- Evaluación Periódica
- Mejora Continua

**6- Personas:** seleccionar internos idóneos a través de un proceso de reclutamiento y evaluación, así mismo, proporcionarles una capacitación inicial integral en habilidades básicas de panadería bajo la supervisión de instructores calificados, y luego fomentar su crecimiento profesional.

**7- Productividad:** Este componente, dentro del plan de marketing diseñado para los reclusos, sirve como un medio para gestionar eficientemente los recursos requeridos en la elaboración del pan.

**Estrategias**

- Implementar programas de mejora continua y auditorías regulares de calidad.

- Fomentar una cultura de excelencia y atención al detalle entre los internos y el personal.

**8-Posicionamiento:** Al posicionar a los internos como parte integral del proceso de producción, se les otorga no solo responsabilidad, sino también la oportunidad de desarrollar habilidades valiosas que les ayudarán en su reintegración social y laboral.

**Análisis general tercer objetivo**

Con base a los datos de la muestra, y para responder al problema y objetivos planteados, se presentan una serie de datos que se dieron en la descripción de la investigación anterior, lo cual le facilitan la observación de las tendencias variables de los productos por medio de información completada, ya que el producto del pan que realizan los reclusos del centro penitenciario del municipio de Aguachica, tiende a que su objetivo principal sea el impacto positivo a los consumidores de

los establecimiento entre tiendas y cafeterías del municipio, logrando a deleitar su paladar y conocimiento de este producto, continuando con el propósito de que los reclusos suplan sus necesidades y el de sus familias.

### Discusión

De acuerdo al análisis realizado y a todos los resultados que pudimos obtener, resaltamos que la creación de la marca es el pilar fundamental para el posicionamiento comercial para los productos de panadería del centro penitenciario, por esto se elaboraron estrategias que abarquen todo lo relacionado con esta para que busque la satisfacción de los clientes y el crecimiento económico para los reclusos, cada uno de los resultados fue evaluado para obtener la mayor eficacia en el desarrollo del objetivo específico y en el resultado que se buscaba con este proyecto.

### Conclusiones

Los reclusos del Establecimiento penitenciario y carcelario de mediana seguridad de Aguachica Cesar, a estar de las falencias y las faltas de instalaciones tienen la posibilidad y la capacidad de realizar, un producto de excelente calidad que puede llegar a ubicarse satisfactoriamente entre los clientes.

La creación de la marca propia va a generar un mecanismo de apoyo para darse a conocer con su producto y distribuirlos con mayor facilidad no solo en el municipio de Aguachica Cesar sino también a sus alrededores, dado que así mismo, se concluyó que los reclusos se encuentran aptos para poner en marcha este proyecto en busca de un mejoramiento de calidad de vida en los reclusos, para su desarrollo como personas y tener un sustento económico que permita suplir sus necesidad en el tiempo de reclusión.

### Referencias Bibliográficas

1 EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION (2017), 10 de junio de 2023.

2 Propuesta de un modelo de desarrollo de nuevos productos penitenciarios de la cárcel de Medellín, (2009) Jacqueline Arango Zapata.

3 Propuesta proyectual para la implementación de un sistema productivo en las penitenciarías al país, para la rehabilitación y la resocialización de los internos (WILLIAN ASHLEY CEPEDA 2019).

4. PRODUCTOS MADE IN PRISION LA INICIATIVA DEL INPEC, 2020, Revista la semana.

5. Libera Colombia: Productos internos y pospenados están a la venta en feria del hogar (2021), Revista El tiempo.

6. Canal Chamorro, Maria Catalina, ESTRATEGIA DE BRANDED CONTENT PARA LA MARCA LIBERA COLOMBIA, (2018) Universidad La Sabana 42.

7. INPEC, la nueva imagen de la marca libera Colombia presente en expo artesanías, libera Colombia/ 2020.

8. RICARDO HOYOS BALLESTEROS, Plan de marketing diseño, implementación y control con enfoque en gerencia de mercadeo/ (2019), - 120-125. Libro segunda edición.

9. WILLIAN A, COHEN, EL PLAN DE MARKETING, PROCEDIMIENTO, FORMULARIOS, ESTRATEGIAS Y TECNICA, (2018), Libro segunda edición. Pg. 70 – 74.

10. DIANA MARCELA ESTRADA RODRIGUEZ, TATIANA HEREDIA PARADA/ Estrategias de mejoramiento para el posicionamiento comercial de la marca “Mora Pan” en Aguachica Cesar. Universidad Popular Del Cesar, Seccional Aguachica, (2021).

11. Wix Libera Colombia, feria libera regional occidente

<https://liberacolombia.wixsite.com/liberacolombia>

12. Guillermo Dominguez Márquez  
Fundamentos de marketing kotler, (2013)  
México S.A DECIMOPRIMERA  
EDICION/ Philip Kotler, Libro

13. ANA MARIA BLANCO MANTILLA/  
EVELIN VANESSA CASTRO ARIAS,  
Plan de marketing para la  
comercialización de productos capilares  
con vitamina E y colágeno en el municipio  
de Aguachica Cesar. (2020) Universidad  
Popular Del Cesar Seccional Aguachica  
Cesar.

14. Plan de marketing que es, como  
hacerlo, ventajas (2023)  
<https://www.cyberclick.es/marketing/plan-de-marketing>

15. Haz de oro, Panadería (2022)  
<https://hazdeoros.com/industrial/blog-panadero/lleva-tu-panaderia-a-un-nuevo-nivel-te-enseamos-como-hacer-un-plan-de-marketing-para-tu-negocio/>

16. Naysha Yenifer Valencia Tacca/  
Diseño de un plan de marketing para la  
panadería NAYVAT en la ciudad de Calca  
– Cusco- (2020), Universidad Continental-  
Facultad de Ingeniería.

17. ANDERSON ESTEBAN URREA  
SERNA/JOHANN ANDREY  
MONTENEGRO AGUADO, Plan de  
mercadeo para el área artesanías del  
establecimiento penitenciario de mediana  
seguridad y carcelario de Cali-  
EPMSCCAL villa hermosa (2012)  
Universidad autónoma de occidente.

18. William Ashley Cepeda Méndez,  
Propuesta proyectual para la  
implementación de un sistema productivo  
en las penitenciarías del país, para la

rehabilitación y resocialización de los  
internos(as) y post penados(as) por medio  
de la gestión del diseñador industrial,  
(2009), Pontifica Universidad Javeriana.

19. Ana Manuel Crosthwaite Mejia/ Juan  
Pablo Martínez Caño/, Plan de marketing  
para comercializar productos industriales  
de la empresa induplus, 2021, Universidad  
Libre Pereira

20. Davinson Castilla Amaya, GESTION  
DE PROCESOS PARA EL  
MARKETING, 2018, Universidad  
Popular Del Cesar Seccional Aguachica.