

	GESTIÓN DE RECURSOS Y SERVICIOS BIBLIOTECARIOS	Código	FO-SB-12/v0
	ESQUEMA HOJA DE RESUMEN	Página	1/85

RESUMEN TRABAJO DE GRADO

AUTOR(ES): NOMBRES Y APELLIDOS COMPLETOS

NOMBRE(S): SANDRA MARCELA APELLIDOS: RAMIREZ PINEDA

NOMBRE(S): _____ APELLIDOS: _____

NOMBRE(S): _____ APELLIDOS: _____

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS: COMERCIO INTERNACIONAL

DIRECTOR:

NOMBRE(S): NELSON EMILIO APELLIDOS: GARCIA TORRES

NOMBRE(S): _____ APELLIDOS: _____

TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS): ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO DE LA MARCA "LIBERA COLOMBIA" DEL INSTITUTO NACIONAL PENITENCIARIO Y CARCELARIO (INPEC) CUCUTA, A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL

RESUMEN

La siguiente investigación es un proyecto de extensión del programa de COMERCIO INTERNACIONAL de la facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Francisco de Paula Santander, con el Instituto Nacional Penitenciario y Carcelario (INPEC) de la ciudad de Cúcuta, donde se cuenta con el apoyo del complejo carcelario de Cúcuta y la alcaldía municipal de Cúcuta para su desarrollo; donde surge la iniciativa de impulsar la marca LIBERA COLOMBIA, para así abrirle paso a la comercialización de los productos que son elaborados por los internos de la cárcel.

PALABRAS CLAVE: Complejo Carcelario, marca Libera Colombia, Reinserción Social, INPEC.

CARACTERISTICAS:

PÁGINAS: 85 PLANOS: ILUSTRACIONES: CD ROOM:

Elaboró		Revisó		Aprobó	
Equipo Operativo del Proceso		Comité de Calidad		Comité de Calidad	
Fecha	24/10/2014	Fecha	05/12/2014	Fecha	05/12/2014

ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO DE LA MARCA "LIBERA COLOMBIA" DEL
INSTITUTO NACIONAL PENITENCIARIO Y CARCELARIO (INPEC) CUCUTA, A NIVEL
NACIONAL E INTERNACIONAL

SANDRA MARCELA RAMIREZ PINEDA

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS COMERCIO INTERNACIONAL

CUCUTA

2017

ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO DE LA MARCA "LIBERA COLOMBIA" DEL
INSTITUTO NACIONAL PENITENCIARIO Y CARCELARIO (INPEC) CUCUTA, A NIVEL
NACIONAL E INTERNACIONAL

SANDRA MARCELA RAMIREZ PINEDA

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de

Comercio Internacional

Director:

NELSON EMILIO GARCIA TORRES

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS COMERCIO INTERNACIONAL

CUCUTA

2017



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL
ACTA DE SUSTENTACIÓN TRABAJO DE GRADO

Versión: 1/2013

Página 1

SAN JOSÉ DE CÚCUTA, 30 de Marzo de 2017.

Acta N° 03

PLAN DE ESTUDIOS: Comercio Internacional

LUGAR: Laboratorio Empresarial

TÍTULO DEL PROYECTO: "Estrategias de Posicionamiento de la Marca (Libera Colombia) del Instituto Nacional Penitenciario y Carcelario Inpec Cúcuta a Nivel Nacional e Internacional"

MODALIDAD: Trabajo Proyección Social

JURADOS:

Johanna M. Mogrovejo Andrade ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

Gladys K. Collantes Miranda ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

Alvaro Enrique García García ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

DIRECTOR:

Nelson Emilio Gracia Torres

Carlos Humberto Acevedo Peñaloza

NOMBRE DEL ESTUDIANTE

CODIGO

CALIFICACIÓN

LETRA NÚMERO A-M-L

Sandra Marcela Ramírez Pineda 1260494 Cuatro Punto Dos 4.2

Johanna M. Mogrovejo Andrade

Gladys Katherine Collantes Miranda

Alvaro Enrique García García

V°B° Johanna Milena Mogrovejo Andrade
JOHANNA MILENA MOGROVEJO ANDRADE
Coordinadora de Comité Curricular Comercio Internacional

Contenido

	pág.
Introducción	13
1. Título	14
1.1 Planteamiento del Problema	14
1.2 Formulación del Problema	17
1.3 Sistematización del Problema	17
1.4 Objetivos	17
1.4.1 Objetivo general	17
1.4.2 Objetivos específicos	17
1.5 Justificación	18
2. Marco Referencial	20
2.1 Antecedentes	20
2.2 Bases Teóricas	22
2.3 Marco Conceptual	23
2.4 Marco Legal	25
2.5 Marco Espacial	27
2.6 Marco Temporal	28
3. Diseño Metodológico	29
3.1 Método de Investigación	29
3.2 Tipo de la Investigación	29
3.3 Tipo de Estudio	29
3.4 Población	29

3.5 Muestra	30
3.6 Tratamiento de la Información	30
3.6.1 Técnica para la recolección de información	30
3.6.2 Técnica procesamiento de información	31
3.6.3 Presentación de la información	31
4. Resultados	32
4.1 Describir la Representación de la Marca "Libera Colombia", en los Productos Fabricados por las Unidades Productivas Dentro del Complejo Carcelario	32
4.1.1 Descripción de la marca "libera Colombia"	32
4.1.2 Solicitud de local en el centro comercial las mercedes	35
4.1.3 Pequeño centro comercial en el complejo carcelario de Cúcuta (COCUC)	36
4.1.3.1 Planta general esquema básico	37
4.1.3.2 Alzado esquema básico	38
4.1.3.3 3d esquema básico	39
4.1.4 Solicitud de convenio con artesanías de Colombia	40
4.1.4.1 Manual trabajado en cada una de las capacitaciones dadas por artesanías de Colombia	42
4.2 Identificar los Sectores Productivos que se Desarrollan Dentro del Centro Carcelario y Penitenciario de la Ciudad de Cúcuta	53
4.2.1 Sectores productivos dentro del centro penitenciario y carcelario de la ciudad de Cúcuta	53
4.2.2 Descripción del sector productivo "calzado"	54
4.2.3 Descripción del sector productivo "carpintería"	56

4.2.4 Descripción del sector productivo “pintura”	58
4.2.5 Descripción del sector productivo "confecciones"	59
4.2.6 Entrevistas realizadas en el complejo carcelario de Cúcuta (COCUC), para el desarrollo del proyecto	61
4.2.6.1 Entrevista verbal directa con el coronel German Rodrigo Ricaurte tapia, director del complejo carcelario de Cúcuta	63
4.2.6.2 Entrevista con el jefe del área de tratamiento, el teniente Ortega	64
4.2.6.3 Entrevista con el interno del área de calzado, Darwin López	65
4.2.6.4 Entrevista realizada con el interno del área de calzado, nombrado por el alias "Cole"	65
4.2.6.5 Entrevista con el interno del área de calzado, nombrado con el alias de "Ambulancia"	66
4.2.6.6 Entrevista con el interno del área de pintura, Osvaldo Mora Cubillos	66
4.2.6.7 Entrevista en el área de carpintería con los internos Torrado, Cesar Ramírez, alias "camionero" y Nelson Isaza	67
4.2.6.8 Entrevista en el área de confecciones con las internas Olga Duarte, Ramona, Yajaira Bueno, Eladia Contreras, Marelbis Imparato y Fabiana Mocado	67
4.3 Proponer Estrategias de Marketing Orientados al Posicionamiento de la Marca "Libera Colombia" a Nivel Nacional e Internacional	68
4.3.1 Estrategias de marketing para el posicionamiento de la marca libera Colombia a nivel nacional e internacional	68
5. Conclusiones	70

6. Recomendaciones	71
Referencias Bibliográficas	73
Anexos	76