



RESOLUCIÓN PRESIDENCIAL N° 0313-2023- UNIFSLB/P

Bagua, 28 de noviembre del 2023.

VISTO:

El Informe N° 001-2023-UNIFSLB-VPA/FACISE/EPANG-LRZ, de fecha 10 de noviembre de 2023; Oficio N° 464-2023-UNIFSLB-VPA/FACISE, de fecha 10 de noviembre de 2023; Informe N° 022-2023-UNIFSLB/CO/VPA/DPSYEC, de fecha 20 de noviembre de 2023; Oficio N° 0197-2023-UNIFSLB/CO-VPA, de fecha 22 de noviembre de 2023; y,

CONSIDERANDO:

Que, de conformidad con el artículo 18° de la Constitución Política del Perú, *la universidad es la comunidad de profesores, alumnos y graduados. (...). Cada universidad es autónoma en su régimen normativo, de gobierno, académico, administrativo y económico. Las universidades se rigen por sus propios estatutos en el marco de la Constitución y de las leyes.*

Que, la Ley Universitaria, Ley N° 30220, en su artículo 8° establece que, *el Estado reconoce la autonomía universitaria. La autonomía inherente a las universidades se ejerce de conformidad con lo establecido en la Constitución, la presente ley y demás normas aplicables. Esta autonomía se manifiesta en los siguientes regímenes 8.4) administrativo, implica la potestad autodeterminativa para establecer los principios, técnicas y prácticas de sistemas de gestión, tendientes a facilitar la consecución de los fines de la institución Universitaria, incluyendo las de organización y administración del escalafón de su personal docente y administrativo.*

Que, en el artículo 124° de la Ley Universitaria, Ley N° 30220, establece que: La responsabilidad social universitaria es la gestión ética y eficaz del impacto generado por la universidad en la sociedad debido al ejercicio de sus funciones: académica, de investigación y de servicios de extensión y participación en el desarrollo nacional en sus diferentes niveles y dimensiones; incluye la gestión del impacto producido por las relaciones entre los miembros de la comunidad universitaria, sobre el ambiente, y sobre otras organizaciones públicas y privadas que se constituyen en partes interesadas.

Que, la Ley del Procedimiento Administrativo General, Ley N° 27444, en el artículo IV del Título Preliminar establece que son principios del procedimiento administrativo, *Principio de legalidad. - Las autoridades administrativas deben actuar con respeto a la Constitución, la ley y al derecho, dentro de las facultades que les estén atribuidas y de acuerdo con los fines para los cuales les fueron conferidas.* Lo que significa que la actuación de las autoridades de las entidades de la administración pública, como la Universidad Nacional Intercultural "Fabiola Salazar Leguía" de Bagua, deben restringir su accionar a lo estrictamente estipulado en las facultades y funciones conferidas en la Constitución, la ley y las normas administrativas.

Que, el artículo 205° del Estatuto de la Universidad Nacional Intercultural "Fabiola Salazar Leguía" de Bagua, establece que: La responsabilidad social universitaria es la gestión ética y eficaz del impacto generado por la universidad en la sociedad debido al ejercicio de sus funciones: Académica, de investigación y de servicios de extensión y participación en el desarrollo nacional en sus diferentes niveles y dimensiones. (...).

Que, mediante Informe N° 001-2023-UNIFSLB-VPA/FACISE/EPANG-LRZ, de fecha 10 de noviembre de 2023, la docente Lila Ramirez Zumaeta, presenta el Proyecto de Responsabilidad Social denominado "Estrategias básicas del marketing para el posicionamiento de sus productos de bisutería en la Institución Educativa N° 16209

El presente documento es COPIA FIEL
DEL ORIGINAL que he tenido a la vista

Bagua, 28 NOV. 2023

Abg. Arnulfo Bustamante Mejía
FEDATARIO





RESOLUCIÓN PRESIDENCIAL N° 0313-2023- UNIFSLB/P

Bagua, 28 de noviembre del 2023.

– Centro Poblado de Imacita"; avalado por la Coordinadora de la Facultad de Ciencias Sociales y Empresariales mediante Oficio N° 464-2023-UNIFSLB-VPA/FACISE, de fecha 10 de noviembre de 2023.

Que, el objetivo del presente proyecto es: Diseñar un plan de estrategias de marketing para posicionar sus productos en la Institución Educativa N° 16209 – Centro Poblado de Imacita.

Que, mediante Informe N° 022-2023-UNIFSLB/CO/VPA/DPSYEC, de fecha 20 de noviembre de 2023, la Directora de Proyección Social y Extensión Cultural, emite opinión favorable para su ejecución del Proyecto de Proyección Social y Extensión Cultural "Estrategias básicas del marketing para el posicionamiento de sus productos de bisutería en la Institución Educativa N° 16209 – Centro Poblado de Imacita"; avalado por el Vicepresidente Académico mediante Oficio N° 0197-2023-UNIFSLB/CO-VPA, de fecha 22 de noviembre de 2023.

Que, estando a las consideraciones expuestas resulta procedente aprobar el Proyecto de Proyección Social y Extensión Cultural denominado: "Estrategias básicas del marketing para el posicionamiento de sus productos de bisutería en la Institución Educativa N° 16209 – Centro Poblado de Imacita", el mismo que se desarrollará autofinanciado, debiendo emitirse el acto resolutivo correspondiente.

Que, de conformidad con el artículo 62° de la Ley Universitaria N° 30220 y el artículo 28° del Estatuto de la Universidad Nacional Intercultural "Fabiola Salazar Leguía" de Bagua.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: APROBAR el Proyecto de Proyección Social y Extensión Cultural denominado: "Estrategias básicas del marketing para el posicionamiento de sus productos de bisutería en la Institución Educativa N° 16209 – Centro Poblado de Imacita", el mismo que se desarrollará autofinanciado.

ARTÍCULO SEGUNDO: ESTABLECER un plazo de quince (15) días calendarios siguientes de ejecutado el proyecto aprobado en artículo precedente, para que presente ante el Vicepresidente Académico, un informe detallando las acciones realizadas y los resultados obtenidos.

ARTÍCULO TERCERO: ENCARGAR a la Vicepresidencia Académica disponer las acciones necesarias para el cumplimiento de la presente Resolución.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE.

UNIVERSIDAD NACIONAL INTERCULTURAL
"FABIOLA SALAZAR LEGUÍA" DE BAGUA

Dr. MAURO JUAN RAMÍREZ HERRERA
PRESIDENTE DE LA COMISIÓN ORGANIZADORA

UNIVERSIDAD NACIONAL INTERCULTURAL
"FABIOLA SALAZAR LEGUÍA" DE BAGUA

Abog. Arnulfo Bustamante Mejía
SECRETARIO GENERAL

C.c

Vicepresidencia Académica
Proyección Social y Extensión Cultural
Facultad de Ciencias Sociales y Empresariales
Docente
Archivo

UNIVERSIDAD NACIONAL INTERCULTURAL
"FABIOLA SALAZAR LEGUÍA" DE BAGUA
SECRETARIO GENERAL
El presente documento es COPIA FIEL
DEL ORIGINAL que se tiene a la...

Bagua, 28 NOV. 2023

Abog. Arnulfo Bustamante Mejía
FEDATARIO



PROYECTO "ESTRATEGIAS BÁSICAS DEL MARKETING PARA EL POSICIONAMIENTO DE SU PRODUCTOS DE BISUTERÍA EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA N° 16209- CENTRO POBLADO DE IMACITA"

I. Información General:

Título del proyecto de responsabilidad social y extensión cultural. "Estrategias básicas del marketing para el posicionamiento de su productos de bisutería en la Institución Educativa N° 16209- Centro poblado de Imacita"

a. Escuela Profesional y facultad. Ciencias Sociales y Empresariales

b. Responsable y participantes del proyecto.

Los responsables como Supervisores de la ejecución del Proyecto y desarrollo de los talleres son:

- Dra. Lila Ramírez Zumaeta
- Dra. Anita Maribel Valladolid Benavides
- Dra. Judith Annie Bautista-Quispe
- Dr. Víctor Hugo Puican Rodríguez

Estudiantes X ciclo

- Sánchez Altamirano Roiser Frank
- Akintui Antich Julian Palomino
- Julca Lucano Luiggi Jhonatan
- Paati Kugkumas Ronald Regan
- Suntag Jintach Roel
- Pizango Velásquez Isai
- Pujupat Shirap Lirio
- Lizana Calle Roosvelt Daniel

c. Línea de Acción.

Responsabilidad Social



d. Lugar donde se Realizará el Proyecto.

Institución Educativa N° 16209- CENTRO POBLADO DE IMACITA

e. Duración del Proyecto.

- Fecha de Inicio: 16 de Noviembre del 2023
- Fecha Fin. 8 de diciembre del 2023

II. Planeamiento y Organización:

a. Introducción:

Las micro, pequeñas y medianas empresas se han convertido en un importante motor que impulsa el crecimiento económico nacional, sin embargo debido a la falta de oportunidades laborales, cada vez más personas deciden afrontar el reto de emprender pequeños negocios y empresas; por ello la mayoría de estos emprendedores no cuentan con los conocimientos y experiencia necesarios para gestionar apropiadamente su empresa y se enfrentan a diversas situaciones que dificultan el desarrollo de la misma, en un mercado cada vez más competitivo.

Actualmente, la empresa enfrenta algunas dificultades financieras ocasionadas principalmente por el exceso de inventarios de materias primas y productos terminados, así como, deudas con emisores de tarjetas de crédito, situación que se profundizó además desconocimiento de estrategias de marketing que permitan posicionar sus productos y llegar a más segmentos de mercado y que no ha logrado revertir; por lo que requiere de estrategias que le permitan incrementar sus ventas, disminuir el exceso de inventario y generar los ingresos necesarios para estabilizar sus finanzas; asimismo ofrecer valor agregado a sus clientes y servir como fuente de empleo.

Por ello se plantea socializar estrategias de marketing Mix y de posicionamiento que ayude a determinar cuál es la posición de su empresa en el mercado y cómo debe posicionarse para atraer más clientes y lograr mayor utilidad en la Institución Educativa N° 16209- Centro poblado de Imacita.

b. Objetivo General:

Diseñar un plan de estrategias de marketing para posicionar sus productos en la Institución Educativa N° 16209- Centro poblado de Imacita.



c. Objetivos Específicos:

- Analizar las estrategias de marketing utilizadas para realizar los productos de bisutería en la Institución Educativa N° 16209- Centro poblado de Imacita
- Diseñar estrategias de marketing para la expansión del mercado de los productos de bisutería la Institución Educativa N° 16209- Centro poblado de Imacita
- Desarrollar talleres de capacitación de estrategias de marketing para la expansión del mercado de los productos de bisutería la Institución Educativa N° 16209- Centro poblado de Imacita

d. Cronograma de Actividades

N°	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	MES	NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
		semana	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Organización del grupo.		X							
2	Aprobación del proyecto				X					
3	Determinar lugares de intervención del proyecto.		X							
4	Designar roles en grupo para las actividades que se desarrollaran dentro del proyecto.			X						
5	Diseñar las estrategias de marketing									
6	Desarrollo de talleres				X	X	X	X		
7	Exposición del proyecto								X	
8	Presentación de informe final								X	

III. Recursos:

a. Recursos Humanos:

- Docente del curso de Gestión comercial Internacional .
- Estudiantes del X ciclo de la Escuela Profesional de Administración de negocios globales.



b. Recursos Logísticos:

- Movilidad local.
- Laptop.
- Cámara fotográfica.
- Videograbadora.

IV. Presupuesto:

DESCRIPCIÓN	MONTO
Movilidad local.	200.00
Materiales para la capacitación	50.00
Impresiones.	50.00
Otros	50.00
TOTAL	350.00

V. Financiamiento:

El proyecto de responsabilidad social denominado: "Estrategias básicas del marketing para el posicionamiento de su productos de bisutería en la Institución Educativa N° 16209- Centro poblado de Imacita", es autofinanciado por los responsables del desarrollo del proyecto.