

Córdoba, 22 de abril de 2013

VISTO:

La Ordenanza HCD N° 372/96 (Aprobada por Resolución HCS N° 391/96) que crea en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Córdoba, la Maestría en Dirección de Negocios;

Y CONSIDERANDO:

Que el Plan de Estudios de dicha Maestría que como Anexo forma parte de la Ordenanza mencionada, ha sido modificado en varias oportunidades siguiendo las recomendaciones de la Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria (CONEAU) del Ministerio de Cultura y Educación de la Nación, debiendo ser informadas a dicho Ministerio;

Que es conveniente que las modificaciones y/o supresiones que se han introducido, estén plasmadas en un solo cuerpo a efectos de facilitar su lectura y comprensión;

La Resolución HCD N° 117/2013 que delega en el señor Decano la aprobación del texto ordenado sobre normativas del H. Consejo Directivo; por ello,

**EL DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
RESUELVE:**

Art. 1º.- Aprobar el Texto Ordenado (T.O.) de la Ordenanza HCD N° 372/96 que conforma el Anexo de la presente.

Art. 2º.- Comuníquese, publíquese en el Boletín Oficial, dése cuenta al H. Consejo Directivo y archívese.

RESOLUCIÓN DECANAL N° 237/2013



Cr. **SERGIO E. ZEN**
SECRETARIO TECNICO
Facultad de Ciencias Económicas



Uc. **FRANCISCO MANUEL ECHEGARAY**
DECANO
Facultad de Ciencias Económicas

ANEXO A LA RESOLUCIÓN DECANAL N° 237/2013

TEXTO ORDENADO DE LA ORDENANZA N° 372/06

(Aprobada por Resolución HCS N° 391/96)

Modificada por Ordenanzas del H. Consejo Directivo Nos.:

393/2001 (aprobada por Resolución HCS N° 517/2001)

411/2003 (aprobada por Resolución HCS 447/2003)

439/2006 (aprobada por Resolución HCS N° 520/2007)

497/2011 (aprobada por Resolución HCS N° 25/2012)

VISTA:

La propuesta de crear una Maestría en Dirección de Negocios, formulada por la Escuela de Graduados de esta Facultad;

Y CONSIDERANDO:

Que la necesidad de crear dicha Maestría está ampliamente justificada en la actualidad, ante el avance de la Ciencia de la Administración, y la creciente demanda de los sectores productivos para contar con profesionales de alto nivel de capacitación teórica y práctica específica;

Que, por otra parte, significa un postergado anhelo de la Facultad de Ciencias Económicas, ya que la Universidad Nacional de Córdoba, a diferencia de universidades privadas, no cuenta aún con un programa que cubra las expectativas a tales efectos;

Que la coordinación de su dictado con la Universidad de Chile, de reconocido prestigio en las Ciencias Económicas y Administrativas en América Latina, es una alternativa válida para cubrir las expectativas de calidad y rapidez de implementación, que un lanzamiento de este tipo exige;

Que la mencionada Universidad viene trabajando con programas de posgrado en ciencias económicas y empresariales desde hace 30 años, por lo que posee un sólido "know-how" y un logrado prestigio por el excelente nivel académico de sus profesores;

Que de allí la importancia de contar con su colaboración, tanto en lo que respecta a elaboración de programas y contenidos, como al aporte de profesores especializados en materias en las cuales no disponemos de especialistas; por ello,

EL HONORABLE CONSEJO DIRECTIVO DE LA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ORDENA:

Art. 1º. Crear en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Córdoba, la MAESTRIA EN DIRECCION DE NEGOCIOS, cuyos objetivos y Plan de Estudios se detallan en el Anexo que forma parte de la presente Ordenanza.

Art. 2°.- Elevar la presente al señor Rector de la Universidad Nacional de Córdoba, solicitando la aprobación del H. Consejo Superior.

Art. 3°.- Comuníquese y archívese.

DADA EN LA SALA DE SESIONES DEL HONORABLE CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CORDOBA, A UN DÍA DEL MES DE JULIO DE MIL NOVECIENTOS NOVENTA Y SEIS.



Cr. SERGIO E. ZEN
SECRETARIO TÉCNICO
Facultad de Ciencias Económicas



Lic. FRANCISCO MANUEL ECHEGARAY
DECANO
Facultad de Ciencias Económicas

ANEXO a la Ordenanza HCD N° 372/96 (T.O.)

CONTENIDO

- I) Objetivos del Programa
- II) Características Generales de la Carrera
- III) Exigencias Académicas
- IV) Plan de Estudios
- V) Cuerpo Docente
- VI) Financiamiento
- VII) Estructura Administrativa
- VIII) Nómina Tentativa de Profesores

I) OBJETIVOS DEL PROGRAMA

Esta Maestría en Dirección de Negocios, tiene como objetivo principal proporcionar a los profesionales estudios de posgrado de alto nivel académico, para facilitar la aplicación práctica del Nuevo Management a las empresas de distintos sectores, dentro de los actuales imperativos de capacitación y desarrollo permanentes de los cuadros directivos.

Estos objetivos se transforman en medios para lograr eficacia y eficiencia, dadas las exigencias de nuevas técnicas y herramientas de dirección, como ventajas comparativas con las cuales hacer frente a la productividad, competitividad y globalización de los mercados.

Se pretende formar un postgraduado con el siguiente perfil:

- Un Líder, con capacidad racional de análisis y de acción, que construya y motive a los equipos de trabajo y los conduzca hacia el éxito.
- Un Estratega, con habilidad para diagnosticar situaciones actuales y proyectarse al futuro, desplegando todos los escenarios posibles.
- Un Emprendedor, con creatividad e ideas para los negocios.
- Un Decisor, que aplique técnicas científicas con serenidad, armonía, eficacia y eficiencia.
- Un Integrador, de las diversas variables que concurren en la Dirección de los Negocios modernos.
- Un Formador, de nuevos recursos humanos con capacidad para transmitir los conocimientos adquiridos.

II) CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA CARRERA

Se estructura en dos Ciclos de la Maestría y un Ciclo Preparatorio que no forma parte de este Curriculum.

Ciclo Preparatorio de 4 meses de 6 cursos, que serán tomados para nivelar los conocimientos de los aspirantes, según el dictamen del Comité de Admisión. También se dictarán tres seminarios con profesores extranjeros.

Estructura de la Carrera

- a) Un Primer Ciclo de tres trimestres de 9 cursos.
- b) Un Segundo Ciclo de tres trimestres de 8 cursos, un seminario de tesis y un taller de habilidades.
- c) Todos los alumnos deberán desarrollar una tesis de aplicación como requisito para obtener el de Magister. Este trabajo académico debe ser realizado individualmente bajo la guía de un profesor designado por la Dirección del Programa.

III) EXIGENCIAS ACADEMICAS

1) Carga Horaria (Reemplazado por Ordenanza HCD N° 497)

Los cursos, taller y seminario del programa tienen una duración de 30 horas cada uno. Con esta carga horaria, la Maestría tiene previstas 270 horas en el Primer Ciclo, 300 horas en el Segundo Ciclo (570 horas reloj de clases obligatorias) y 300 horas para el desarrollo del trabajo final de aplicación. Todo ello suma para la carrera 870 horas. A ello se agregan, como una carga horaria variable, según las materias que cada aspirante debe tomar del Ciclo Preparatorio, un máximo de 150 horas.

2) Número de Asistentes

El objetivo fijado de máxima calidad del posgraduado y la metodología de enseñanza a aplicar, indican que debe establecerse un número máximo de alrededor de 40 alumnos en cada edición de la Maestría.

De esta manera se aspira a posibilitar el desarrollo de clases dinámicas, con activa participación de los cursantes y un nutrido intercambio entre éstos y con los docentes.

3) Requisitos de Postulación

a) Poseer un Título Profesional de carreras universitarias, expedidos por universidades públicas o privadas reconocidas. Los postulantes preseleccionados provenientes de carreras no afines con la administración de empresas, deberán realizar y aprobar un Curso de nivelación (Curso Preparatorio) que considera conocimientos básicos de métodos cuantitativos, elementos de economía y administración de empresas, contabilidad y computación a nivel de usuario.

b) Completar una Solicitud de Admisión, adjuntando:

- Título Universitario. En el caso de alumnos extranjeros, el título debe estar legalizado.
- Certificado analítico de los estudios realizados, con las correspondientes calificaciones obtenidas y la escala de calificaciones aplicada.
- **Curriculum vitae y tres fotografías recientes.**



- Dos cartas de recomendación de profesores universitarios o de profesionales destacados con quienes haya trabajado el postulante.

c) El Comité de Admisión determinará, según la carrera de grado y los antecedentes, quiénes pueden ser admitidos directamente y quiénes deberán cursar todo o parte del Curso Preparatorio.

4) Aprobación de los Cursos

Los cursos serán aprobados cuando se cumplan los requisitos impuestos por el Profesor, los cuales tendrán como base los siguientes puntos de evaluación, sin perjuicio de la ponderación que cada docente adjudique a cada uno:

- a) asistencia a un mínimo de 80% de las clases
- b) desempeño satisfactorio en las clases; se evaluará la participación, pertinencia y nivel de conocimientos.
- c) presentación de un trabajo escrito (monografía, documento o caso) sobre un tema de la materia.
- d) aprobación de las evaluaciones que se programen.

Para aprobar los cursos, los asistentes deberán obtener como mínimo una nota de 6 (seis) puntos. Quienes no alcancen dicha nota, podrán rendir por una vez más un examen final comprensivo de la materia.

5) Obtención del Título

Para obtener el Título de Magister en Dirección de Negocios, los cursantes deben cumplir los siguientes requisitos:

- a) Aprobar todos los cursos, seminarios y taller de habilidades, con el puntaje mínimo establecido.
- b) Realizar y aprobar una Tesis de Aplicación.

El trabajo de tesis podrá consistir en investigaciones originales, aplicaciones de modelos y conceptos de las disciplinas de la Maestría en la resolución de problemas de la empresa en la que trabaja el tesista, o propuestas de metodología novedosa para el análisis y solución de situaciones vinculadas a la dirección de negocios en un contexto nacional o regional.

Las autoridades del Programa nombrarán un Profesor Guía de Tesis para consulta, apoyo y orientación del tesista.

El tesista dispondrá de dos años calendario, a contar de la aprobación de la última materia de la Maestría, para aprobar la tesis.

La tesis será juzgada por un Tribunal de Tesis, constituido por tres docentes de la Maestría, designados por el Director, quienes la aprobarán, observarán o rechazarán. La tesis rechazada no puede ser modificada. La tesis observada puede ser corregida y presentada nuevamente; en esta segunda presentación, la tesis sólo puede ser aprobada o rechazada.



La tesis deberá presentarse en 4 (cuatro) ejemplares. Uno quedará en el archivo de la Escuela de Graduados y el resto se distribuirá a los miembros del Tribunal de Tesis.

IV) PLAN DE ESTUDIOS

a) Nómina de materias por Ciclo.

Primer Ciclo

- Microeconomía Aplicada
- Contabilidad Financiera
- Administración y Organización de Empresas
- Contabilidad de Gestión
- Gerencia de Marketing
- Métodos Estadísticos
- Análisis de Inversiones
- Marco Económico para la Gestión
- Gerencia de Recursos Humanos

Segundo Ciclo

- Finanzas Corporativas
- Finanzas Operativas (Incorporada por Ordenanza HCD N° 393 en reemplazo de Relaciones Laborales y Derecho del Trabajo)
- Ética en los Negocios (Incorporada por Ordenanza HCD N° 411 en reemplazo de Desarrollo Organizacional)
- Marketing Estratégico
- Estrategias y Política de Negocios
- Taller de Estrategias y Técnicas de Negociación
- Investigación de Mercados
- Liderazgo (incorporada por Ordenanza HCD N° 439 en reemplazo de Negocios Internacionales)
- Administración de la Producción e Innovación Tecnológica
- Seminario de Tesis

b) Caracterización.

Microeconomía Aplicada. El objetivo central del curso es proporcionar a los alumnos un marco analítico que les permita entender los fundamentos microeconómicos de los problemas de gestión y el proceso de toma de decisiones (Teoría del Consumidor. Teoría de la Firma).

Contabilidad Financiera. El propósito de este curso es que los alumnos puedan analizar la situación financiera de una empresa, con el fin de tomar decisiones de inversión o de financiamiento, y sean capaces de interpretar y utilizar adecuadamente la información proporcionada por los Estados Contables

Básicos. Para estos efectos, se analiza toda la estructura contable básica y su organización. El estudio se enfoca desde el punto de vista de la administración y toma de decisiones.

Administración y Organización de Empresas. El propósito de este curso es entregar a los alumnos un marco conceptual sobre las organizaciones sociales y sus características. Se analiza la función de la administración, en el contexto de los desafíos y problemas que enfrentan las organizaciones modernas.

Contabilidad de Gestión. En este curso se estudian los aspectos fundamentales de contabilidad de costos y presupuestos de la organización, enfatizando los usos de la información general en el proceso de toma de decisiones. Se incluye el **análisis de los distintos conceptos de costos**, sistemas de costos por órdenes específicas, costos por proceso, costos reales y costos estándares, productos conjuntos, análisis de varianzas, costos variables, presupuestos flexibles, sistemas de control presupuestario, e inclusión de la variable inflacionaria en el presupuesto.

Gerencia de Marketing. Introducción a la administración de marketing, incluyendo conceptos y herramientas básicas para la planificación y toma de decisiones de producto, precio, distribución y promoción. Este curso está orientado a optimizar la toma de decisiones sobre la **mezcla comercial**, haciendo uso intensivo de casos reales y modelos computacionales de simulación. Se analizarán en forma práctica, conceptos como análisis competitivo, posicionamiento y segmentación de mercado entre otros.

Métodos Estadísticos. Este curso cubre las principales técnicas estadísticas relevantes para la administración y toma de decisiones al interior de las empresas. Se desarrollan conceptos de probabilidad, variables aleatorias, distribuciones continuas y discretas, elementos de inferencia y muestreo. Análisis de varianza, series de tiempo, regresión simple y múltiple e introducción al análisis multivariante. El curso contempla el uso de paquetes estadísticos.

Análisis de Inversiones. Estudia técnicas de evaluación de inversiones y la construcción de flujos de fondos. Analiza decisiones de momentos óptimos para iniciar y terminar proyectos, restricciones de capital y métodos de optimización. Introduce los conceptos de riesgo y retorno. Entrega conocimientos en el manejo práctico del capital de trabajo de las empresas y en análisis de la información financiera para la toma de decisiones de corto plazo.

Marco Económico para la Gestión. Este curso tiene como objetivo entregar elementos de análisis económico que le permitan a los alumnos entender las **relaciones al interior de la empresa, y entre ésta y el macrosistema**. El curso analiza la naturaleza de la firma y las formas de organización que ésta pueda

adoptar, los costos de agencia y su importancia en la selección de la forma organizacional, y las influencias que sobre la empresa pueden tener las políticas macroeconómicas.

Gerencia de Recursos Humanos. Se analiza la dirección de recursos humanos en las organizaciones modernas desde una perspectiva estratégica y sistémica, considerando esta gestión como un proyecto de inversión en capital humano. En esta perspectiva se revisan la planificación estratégica de recursos humanos, la selección de personal, el contrato social, la ingeniería de capacitación, las redes de comunicación-acción, el sistema de compensaciones e incentivos, el empowerment, la obtención de calidad total a través de las personas, la administración del conflicto, el desarrollo gerencial, la administración internacional de recursos humanos, los dilemas éticos de la administración de personas, y la evaluación del proyecto de inversión en capital humano.

Finanzas Corporativas. Entrega conocimientos de teoría de portafolio y sus extensiones. Manejo dinámico de carteras de inversión y medidas de rendimiento. Se desarrollan formas alternativas de valoración de empresas. El curso contempla el estudio de metodologías relevantes para el proceso de decisiones financieras de largo plazo, estructuras de endeudamiento, costo de capital, y política de dividendos.

Ética en los Negocios: (Incorporada por Ordenanza HCD N° 411). El objetivo del curso es suministrar las herramientas de la argumentación moral para informar la discusión sobre la resolución de situaciones de dilema en la actividad económica. Deberá contribuir a la identificación de las implicancias morales de las decisiones empresarias y a la interpelación crítica de las normas que regulan el comportamiento de grupos y organizaciones. Asimismo, desarrollará y entrenará la sensibilidad y las competencias necesarias para adecuar las organizaciones a los imperativos que plantea la realización de negocios a escala global y los desafíos que enfrentan las organizaciones comerciales ante las demandas de las sociedades en las que participan para ser buenos ciudadanos corporativos y establecer relaciones armónicas con el entorno y con la comunidad global.

Marketing Estratégico. Este curso revisa el rol de marketing en tres niveles diferentes de la organización: corporativa, unidad de negocio y producto/marca, focalizándose en la formulación estratégica de marketing al nivel de la unidad estratégica de negocio. Tomando ésta como el punto de partida para la competencia; evaluar la empresa internamente, definir el mercado y auscultar los cambios y el impacto de las variables del entorno; aprender a analizar las fortalezas y debilidades así como a identificar y entender las oportunidades y amenazas; familiarizándose con el concepto y definición de la misión, desarrollo de áreas de negocios y definición de objetivos y estrategias a nivel de relaciones producto-mercado.

Estrategias y Políticas de Negocios. Este curso se centra en la empresa en su totalidad, integrando a su análisis los factores externos e internos de sus áreas funcionales (marketing, producción, finanzas y personal, etc.), con una perspectiva estratégica de largo plazo. El curso se desarrolla en base a análisis de aspectos teóricos, de casos y de otras simulaciones relacionada a la toma de decisiones en un mundo real.

Taller de Estrategias y Técnicas de Negociación. Esta actividad tiene como propósito fundamental potenciar la capacidad de negociación de los participantes. El enfoque del curso esta dirigido a explorar tácticas y estrategias particulares para cada uno de los alumnos desde un diagnóstico profundo de sus fortalezas y debilidades. Los tópicos de este curso giran básicamente en torno al proceso de negociación destacándose elementos tales como la incertidumbre, la situacionalidad, lo colectivo, los valores e irracionalidad y el diacronismo y la normatividad. Metodológicamente se hace un uso intensivo de la tecnología de video como herramienta de retroalimentación de las simulaciones en las cuales son involucrados los participantes.

Finanzas Operativas (Incorporada por Ordenanza HCD N° 393). Este curso introduce los conceptos, técnicas y políticas relacionadas con las actividades financieras diarias de la empresa. Principalmente cubre la gestión de cobros y gastos de corto plazo. También explora cómo estos gastos afectan el capital de trabajo de la empresa y los requerimientos de capital de trabajo, el diagnóstico y la planificación de recursos financieros.

Investigación de Mercados. El objetivo de este curso es proporcionar herramientas para la programación de investigaciones de mercado en los diversos ámbitos de actividad de la empresa. Asimismo, facilitar el conocimiento de las modernas metodologías cuantitativas y cualitativas que se aplican en el área.

Administración de la Producción e Innovación tecnológica. Se desea proporcionar elementos para definir y administrar la tecnología a utilizar, la innovación y la transferencia tecnológica que afectan a las organizaciones, para coadyuvar a la toma de decisiones correctas dentro de un marco estratégico adecuado.

Liderazgo. (Incorporada por Ordenanza HCD N° 439). La meta de este programa es llevar a los participantes en un proceso de crecimiento actitudinal en su liderazgo dándoles herramientas de alta performance para su trabajo diario. Iniciando este camino por su autoconocimiento, se observan las diferencias y las oportunidades de sinergia con otras personas y se estudian metodologías para la gestión como: manejo del tiempo, del stress y de situaciones de crisis. La construcción vivencial de este liderazgo mediante dinámicas específicas diseñadas a tal fin, les permitirá incorporar actitudes

para una mejor calidad de vida para si, para su entorno cercano y con impacto positivo en la comunidad.

c) Carácter de los Cursos

En un comienzo del dictado de esta Maestría, se han considerado solamente cursos obligatorios, pero en un futuro cercano se prevé la incorporación de cursos electivos para poder ofrecer menciones según las especialidades seleccionadas por los participantes.

También se ha previsto efectuar una modularización del programa en conjunto con la Universidad de Chile para ofrecer diplomaturas intermedios que tornen más flexible y atractiva la carrera

d) Metodología de Enseñanza

El Programa contempla la utilización de diferentes métodos pedagógicos, con el objeto de desarrollar el mayor potencial de los cursantes. Para ello se emplearán técnicas y métodos que favorezcan e incentiven:

- el aprendizaje participativo y bidireccional
- el aprendizaje activo y multidireccional
- el aprendizaje interactivo y vivencial
- el desarrollo de habilidades directivas

Para lograr esto se trabajará en las siguientes áreas metodológicas:

1) Nivel Participativo

- Clases en aula
- Lectura individual
- Reflexión personal
- Investigación individual

2) Nivel Activo

- Estudio de Casos
- Juego de Roles
- Toma de Decisiones
- Juego de Negocios

3) Nivel Interactivo

- Trabajo en Grupos
- Debates
- Manejo de Grupos
- Decisiones Dirigidas

4) Nivel Desarrollo de Habilidades Directivas

- Seminarios Especializados
- Taller de Habilidades

V) CUERPO DOCENTE

La ventaja comparativa de esta Maestría reside en la disponibilidad de Profesores de la Universidad de Chile para el dictado de cursos y seminarios especializados en Administración.

El cuerpo docente estará integrado por profesores extranjeros y nacionales o locales, especialistas en la materia. Los Profesores del Ciclo Preparatorio se

contrataran preferentemente entre aquellos que posean estudios y experiencia en docencia de posgrado.

Para los ciclos de la carrera los profesores contratados deberán poseer título de posgrado.

VI) FINANCIAMIENTO

En base al estudio de factibilidad económico financiera realizado para justificar esta Maestría, surge que la misma se autofinanciara mediante el cobro de un arancel similar al del mercado. La estructura de costos reducida, determina un punto de equilibrio aceptable en cuanto al número de asistentes requeridos.

VII) ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

El ámbito natural para llevar a cabo esta Maestría es la Escuela de Graduados de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Córdoba. Por ende, queda sujeta a las autoridades naturales de aquella.

Se ha tratado en la etapa de lanzamiento, de prever una estructura administrativa mínima para la Maestría, a los efectos de reducir los costos, sin perjuicio de que en caso de ser necesario, se revea en el futuro y se ajuste según necesidad. En consecuencia se ha previsto un Director, como responsable del eficiente funcionamiento académico y administrativo de la carrera, y una Secretaria, propuestos por las autoridades de la Escuela de Graduados y con la aprobación del Decano y del H. Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Córdoba, de acuerdo al Art. 9º de la Ordenanza N° 254 (TO). Las atribuciones de dichos funcionarios serán establecidas por las autoridades de la Escuela de Graduados.

Se requerirá la formación de un Comité de Admisión, compuesto por los cuatro Profesores miembros de la Junta Directiva de la Escuela, nombrados por las autoridades de la Escuela de Graduados, según el Art. 11º de dicha Ordenanza, a propuesta del Director del Programa; este Comité evaluará a los postulantes a cursar la Maestría con el fin de determinar, según las pautas establecidas, quiénes deberán tomar qué cursos del Ciclo Preparatorio.

VIII) NOMINA TENTATIVA DE PROFESORES

Facultad de Ciencias Económicas - Universidad Nacional de Córdoba

- Dr. ALVAREZ COLMAN, Héctor Felipe
- Dr. ALTAMIRA GIGENA, Raúl Enrique
- Dra. CASTELLANO, Nélida del Carmen
- Dr. FERRERO, Fernando
- Dr. GARCIA, Norberto
- Dr. GIULIODORI, Robertor Félix Clemente
- Dra. JUAREZ JEREZ DE PERONA, Hada Graziela
- Dra. MORALES DE MAREGA, Hebe Graciela
- Dr. NOVARA, Juan de Jesús
- Dr. SCHULTHESS, Walter Erwin
- Dr. VISINTINI, Alfredo Aldo

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas - Universidad de Chile

- Master ACUÑA AGUIRRE, Eduardo
- Ph.D. BRAVO HERRERA, Fernando
- M.B.A. GREGOIRE CERDA, Jorge
- M.B.A. JOHANSEN BERTOGLIO, Oscar
- M.Sc. MUGA NAREDO, José Antonio
- Master OYANEDER CASANOVA, Roberto
- M.A.y Ph.D. PAREDES MOLINA, Ricardo
- M.Sc. PEÑAFIEL MILLAN, Luis
- M.A.y Ph.D. RIVEROS CORNEJOS, Luis
- Magister SAPAG CHAIN, Nassir
- Ing. VALENZUELA DURAN, Elena

