



Universidad Nacional de Salta



Facultad de Ciencias Económicas,
Jurídicas y Sociales

Salta, 27 de agosto de 2026

RES. CD-ECO N° 363/26

EXPTE. N° 351 / 2026 -ECO-UNSa

VISTO: La nota presentada por el Coordinadora de Extensión de la Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Sociales de la Universidad Nacional de Salta, Lic. Natalia Sáñez Pernas, mediante la cual solicita la **aprobación** de la **DIPLOMATURA DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA EN COMERCIALIZACIÓN ESTRATÉGICA, CALIDAD Y LIDERAZGO PARA COOPERATIVAS**, y,

CONSIDERANDO:

Que la Universidad Nacional de Salta, en el artículo 78 de su Estatuto, establece: "La Universidad incentiva y coopera para la realización de programas con proyección comunitaria que permitan la participación activa, organizada y eficaz de grupos interdisciplinarios constituidos por docentes, estudiantes y/o graduados".

Que la Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Sociales (FCEJyS) a través del Plan Estratégico Institucional establece que es necesario afianzar el proceso de vinculación con el medio asegurando la calidad institucional materializado en los procesos de acreditación de las carrera de grado y de posgrado, por ello se promueve la creación de proyectos de extensión que resulten en espacios de intercambio entre la comunidad universitaria y la sociedad que la sustenta, mediante acciones de vinculación buscando cumplir así, un rol social (Res. CD-ECO 0009/26).

Que la **DIPLOMATURA DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA EN COMERCIALIZACIÓN ESTRATÉGICA, CALIDAD Y LIDERAZGO PARA COOPERATIVAS** cumple con lo establecido en la Res. CD-ECO N° 382/22, fs. 2 a 18, respecto de los requisitos solicitados para la presentación de Diplomaturas de Extensión de la Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Sociales de la Universidad Nacional de Salta.





Universidad Nacional de Salta



Facultad de Ciencias Económicas,
Jurídicas y Sociales

RES. CD-ECO N°

363/26

EXPTE. N° 351 / 2026 -ECO-UNSa

Que la referida Diplomatura será dirigida por la Mg. Natalia Sáñez Pernas, con Coordinación General de la Mg. Irene Mintzer en representación de esta Unidad Académica y Coordinación Institucional de la Técnica María Fernanda Marza, en representación del Banco CREDICOP FILIAL SALTA. Participarán como docentes capacitadores: Mg. Irene Mintzer, Esp. Oscar Maigua, Lic. José Herrera Bauab en representación de esta Unidad Académica y Lic. Katia Gibaja, Coach Federico Arias en representación del Banco CREDICOP FILIAL SALTA, cuyos currículum vitae resumidos obran en el anexo I de la presente actuación.

Que también se contara con la colaboración de estudiantes avanzados de las carreras de esta unidad Académica, como equipo de tutores de extensión, lo cual no implica una erogación para la Diplomatura.

Que obra en las presentes actuaciones informe favorable de la Secretaria de Investigación y Extensión.

Que la Dirección de Posgrado y Recursos Propios emite opinión propicia y la Comisión de Posgrado y Extensión Universitaria pronuncia dictamen favorable.

Que la Comisión de Hacienda y Presupuesto aconseja aprobar el proyecto en su totalidad junto al presupuesto

Que el Consejo Directivo en Reunión Ordinaria N° /2026 celebrada de manera presencial el día / /2026, resolvió aprobar el despacho N° /26 presentados por la comisión de Posgrados y Extensión Universitaria y Comisión de Hacienda y Presupuesto.

POR ELLO: En uso de las atribuciones que le son propias,

**EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
JURÍDICAS Y SOCIALES**

RESUELVE

ARTÍCULO 1º: AUTORIZAR, el dictado de la Diplomatura de Extensión Universitaria en Comercialización Estratégica, Calidad y Liderazgo para Cooperativas, con los lineamientos establecidos en el ANEXO I.





Universidad Nacional de Salta



Facultad de Ciencias Económicas,
Jurídicas y Sociales

RES. CD-ECO N°

363 / 26

EXPTE. N° 351 / 2026 -ECO-UNSa

ARTÍCULO 2°: DESIGNAR, a los siguientes profesionales, quienes tendrán la responsabilidad de la coordinación y ejecución del proyecto, así como la orientación y tutoría del resto del equipo:

Cargo	Equipo
Dirección (FCEJyS- UNSa)	Mg. Natalia SANDEZ PERNAS
Coordinación General (FCEJyS- UNSa)	Mg. Irene MINTZER
Coordinación Institucional (Banco Credicoop Filial Salta)	Técnica María Fernanda MARZA
Docentes (FCEJyS- UNSa)	Mg. Irene Mintzer Esp. Oscar Maigua Lic. José Herrera Bauab
Docentes (Banco Credicoop Filial Salta)	Lic. Katia Gibaja Coach Federico Arias



ARTÍCULO 3°: INCORPORAR a los siguientes participantes como colaboradores que formarán parte del equipo de trabajo:



Universidad Nacional de Salta



Facultad de Ciencias Económicas,
Jurídicas y Sociales

RES. CD-ECO N°

363/26

EXPTE. N° 351 / 2026 -ECO-UNSa

Cargo	Equipo
Alumnos Colaboradores	Bejarano, Josefina Aldana Cabaña, Octavio Andrés Díaz, Anahí Belen Farfa, Agustina Adriana Giménez Zigarán, Valentina Gómez, Ana Belén Kolman, Ornella Nahir Lozano, Daniela Mariel Modica, Paula Aixa Rodríguez, Nicolas Alejandro Talevi, Luciano Nahuel Tapia, Franco Leonel

ARTÍCULO 4°: APROBAR el presupuesto presentado en el Proyecto el cual obra como ANEXO II.

ARTÍCULO 5°: REQUERIR que el Equipo Coordinador solicite, ante la Dirección General Administrativa Económica de esta Unidad Académica., el seguro estudiantil para los alumnos que realizaran actividades fuera del predio universitario.

ARTÍCULO 6°: DISPONER que el Director y el Equipo Coordinador deberá elaborar un Informe Final, y elevarse a la Secretaria de Investigación de esta Unidad Académica para su evaluación.

ARTÍCULO 7°: ESTABLECER que los certificados a emitir serán elaborados por el Director junto al el equipo coordinador y firmados por una autoridad de esta Unidad Académica y por la Dirección y Coordinación.

ARTÍCULO 8°: HAGASE SABER a las Mg. Natalia SANDEZ PERNAS, a la Secretaria de Investigación y Extensión, el Secretario de As. Institucionales y Administrativos y a la Dirección de Posgrado y Recursos Propios y demás interesados para su toma de razón y demás efectos.

Cra. ROSALIA HAYDÉE JAIME
Secretaria de As. Académicos
Fac. Cs. Econ. Jur. y Soc. - U.N.Sa.



Cra. MARIA ALEJANDRA NAVAS
VICEDECANA
Fac. Cs. Económicas, Jurídicas y Sociales - U.N.Sa.



Universidad Nacional de Salta



Facultad de Ciencias Económicas,
Jurídicas y Sociales

RES. CD-ECO N°

363/26

EXPTE. N° 351 / 2026 -ECO-UNSa

ANEXO I

PROPUESTA DE DIPLOMATURA DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA

1. TÍTULO DEL CURSO

Diplomatura de Extensión Universitaria en Comercialización Estratégica, Calidad y Liderazgo para Cooperativas

2. UNIDAD ACADÉMICA

Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Sociales (FCEJyS) - Universidad Nacional de Salta (UNSa).

3. RESPONSABLES DE LA PROPUESTA FORMATIVA

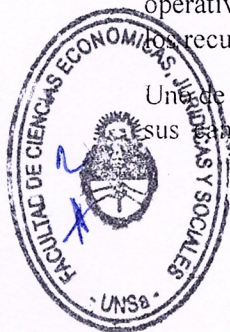
- Por parte de la Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Sociales: Mg. Natalia Sandez Pernas, Mg. Irene Mintzer.
- Por parte de la Comisión de Asociados Filial Salta del Banco Credicoop: Técnica María Fernanda Marza.

4. FUNDAMENTACIÓN

El cooperativismo es una forma organizacional que, más allá de su lógica económica, promueve valores de democracia, equidad, solidaridad y desarrollo sostenible. En el contexto argentino y regional del Noroeste Argentino (NOA), las cooperativas operan como agentes estabilizadores fundamentales frente a contextos de inestabilidad macroeconómica, procesos inflacionarios y retracción del consumo interno.

La exitosa implementación de la primera cohorte de la *Diplomatura en Gestión y Administración de Cooperativas* permitió atender la necesidad de profesionalización interna, fortaleciendo las capacidades organizativas, normativas y contables de los participantes. Habiendo consolidado esa base fundamental, surge de manera orgánica la necesidad de avanzar hacia una segunda instancia estratégica indispensable para la autosustentabilidad y el crecimiento: la dimensión comercial y operativa a través de la gestión de la calidad, el posicionamiento en el mercado y la consolidación de recursos humanos.

Uno de los mayores desafíos que enfrentan las cooperativas de la región radica en sostener y ampliar sus canales de distribución y venta en mercados altamente competitivos y





Universidad Nacional de Salta



Facultad de Ciencias Económicas,
Jurídicas y Sociales

RES. CD-ECO N°

363/26

EXPTE. N° 351 / 2026 -ECO-UNSa

crecientemente digitalizados. Por ello, esta nueva propuesta integra herramientas de comercialización estratégica y marketing digital junto con la implementación de pautas generales de gestión de la calidad basadas en la norma ISO 9001:2015, adaptadas especialmente a la naturaleza solidaria y participativa de estas entidades, garantizando prestaciones eficientes orientadas al bienestar común.

Asimismo, se reconoce que el éxito comercial externo es un reflejo de la cohesión interna y de un entendimiento profundo del entorno. Por este motivo, el programa incorpora de manera innovadora la psicología de las relaciones humanas y herramientas de coaching ontológico/organizacional para fortalecer el liderazgo democrático y resolver pacíficamente los conflictos internos. En paralelo, se introduce la psicología del consumidor, permitiendo a las organizaciones decodificar las nuevas tendencias de consumo consciente y responsable.

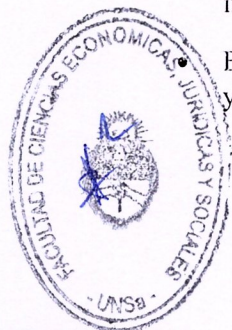
Esta propuesta da estricto cumplimiento al Artículo 78 del Estatuto de la Universidad Nacional de Salta y a las normativas vigentes de la FCEJyS respecto a la curricularización de la extensión (Res. CD-ECO 120/22 y Res. CD-ECO 382/22), promoviendo la transferencia mutua de conocimientos con el medio y consolidando el compromiso de la universidad pública con las organizaciones del territorio y la economía social.

5. PÚBLICO OBJETIVO Y DESTINATARIOS

La diplomatura está dirigida de manera amplia e inclusiva a los actores del ecosistema asociativo:

- Dirigentes cooperativos, consejeros, síndicos y gerentes de cooperativas (de trabajo, producción, servicios, consumo y vivienda).
- Personal administrativo, asociados, operarios y técnicos del sector de la economía social y solidaria.
- Profesionales independientes (Contadores Públicos, Licenciados en Administración, Abogados, Ingenieros) y asesores vinculados al ámbito asociativo.
- Técnicos de organismos públicos, emprendedores con perspectiva asociativa e integrantes de comisiones de asociados.

Estudiantes avanzados de las carreras de la Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Sociales de la UNSa.





Universidad Nacional de Salta



Facultad de Ciencias Económicas,
Jurídicas y Sociales

RES. CD-ECO N°

363/26

EXPTE. N° 351 / 2026 -ECO-UNSa

Requisitos de ingreso: Estudios secundarios completos (se contemplarán excepciones fundadas en trayectoria asociativa o comunitaria comprobable).

6. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

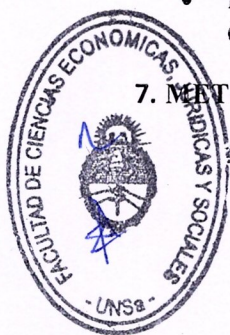
Objetivo General

Fortalecer las capacidades comerciales, operativas y de liderazgo de los actores del sector cooperativo mediante la incorporación de estrategias de mercado innovadoras, herramientas de gestión de la calidad (ISO 9001), habilidades de coaching organizacional y análisis del comportamiento del consumidor, promoviendo la sostenibilidad integral con arraigo territorial.

Objetivos Específicos

- Desarrollar habilidades prácticas para el diseño de planes de comercialización estratégica adaptados a la economía social.
- Incorporar herramientas de coaching y psicología de las relaciones humanas para optimizar la comunicación interna y potenciar el liderazgo democrático.
- Comprender y aplicar las pautas generales de la norma ISO 9001:2015 adaptadas a la estructura y valores del cooperativismo.
- Analizar el comportamiento de compra mediante la psicología del consumidor y enfoques de neuromarketing social.
- Apropiar herramientas de comercialización digital, comercio electrónico e Inteligencia Artificial (IA) para la optimización de los procesos comerciales de las entidades.
- Fomentar circuitos cortos de comercialización y marcas con fuerte identidad territorial en la región NOA.
- Diseñar un Proyecto Final Integrador consistente en un Plan de Marketing/Comercialización Cooperativo aplicable a una organización real del medio.

7. METODOLOGÍA DE DICTADO





Universidad Nacional de Salta



Facultad de Ciencias Económicas,
Jurídicas y Sociales

RES. CD-ECO N°

363/26

EXPTE. N° 351 / 2026 -ECO-UNSa

La diplomatura se desarrollará bajo una modalidad virtual y a distancia, asegurando un alcance federal y accesible para participantes de toda la provincia de Salta y la región. El cursado contempla las siguientes estrategias:

- **Clases Sincrónicas:** Encuentros semanales interactivos a través de la plataforma Zoom de la Facultad (3 horas de duración), orientados a la exposición teórico-práctica y al análisis de casos reales.
- **Actividades Asincrónicas:** Gestión de lecturas, visualización de material audiovisual, resolución de guías prácticas y participación en foros de debate dentro del aula virtual en la plataforma Moodle de la UNSa.
- **Talleres Prácticos Presenciales Optativos:** Instancias complementarias de vinculación en territorio destinadas al intercambio presencial de experiencias situadas.
- **Acompañamiento Tutorial:** Tutorías virtuales permanentes coordinadas por docentes y estudiantes colaboradores para guiar de manera personalizada la elaboración del Trabajo Integrador Final.

8. ESTRUCTURA CURRICULAR Y CONTENIDOS (Plan de 3 Meses)

MÓDULO I: Factor Humano, Liderazgo Cooperativo y Gestión de la Calidad (ISO 9001), (Mes 1- Septiembre)

Objetivo del Módulo I : Comprender los desafíos del entorno económico regional para las organizaciones de la economía social y fortalecer las capacidades de liderazgo democrático y cohesión interna mediante herramientas de coaching. Capacitar en la interpretación y aplicación de las pautas generales de la norma ISO 9001:2015 adaptadas a la naturaleza asociativa para mejorar los procesos internos, sentando las bases metodológicas para el diseño de una estrategia comercial.

- **Eje 1: Economía Social y Mercados en Crisis:** Cooperativismo y mercados: tensiones y complementariedades. Características del mercado argentino y regional actual. Análisis del consumo en contextos de alta volatilidad económica. Casos situados del NOA. (Mg. Irene Mintzer).
- **Eje 2: Psicología de las Relaciones Humanas y Coaching:** Las personas como eje de la cooperativa. Dinámicas de las relaciones humanas internas y comunicación asertiva. Liderazgo democrático y participativo. Herramientas de coaching





Universidad Nacional de Salta



Facultad de Ciencias Económicas,
Jurídicas y Sociales

RES. CD-ECO N°

363/26

EXPTE. N° 351 / 2026 -ECO-UNSa

ontológico y organizacional para el trabajo en equipo, motivación grupal y resolución pacífica de conflictos internos. (Federico Arias)

- **Eje 3: Gestión de la Calidad en Cooperativas (Pautas ISO 9001:2015):** Introducción a la norma ISO 9001:2015 adaptada al entorno asociativo. Principios de la calidad: enfoque al cliente/asociado, compromiso de las personas y mejora continua. El enfoque basado en procesos y el ciclo Planificar-Hacer-Verificar-Actuar (PHVA) para consolidar la confianza institucional. (Esp. Oscar Maigua)

MÓDULO II: Psicología del Consumidor y Estrategia de Marketing (Mes 2 Octubre)

Objetivo del Módulo II: Analizar el comportamiento del consumidor y las características de los mercados cooperativos para identificar segmentos, definir públicos objetivo, formular objetivos de marketing, construir una propuesta de valor diferenciada y desarrollar una estrategia de posicionamiento y branding con identidad territorial.

- **Eje 1: Psicología del Consumidor:** Psicología del Consumidor: Factores psicológicos, culturales, sociales y económicos que influyen en las decisiones de compra. El auge del consumo consciente, ético, solidario y de cercanía. Necesidades, motivaciones, percepciones de valor, confianza y criterios de elección. Introducción al neuromarketing con responsabilidad social. Diferencias entre cliente, asociado, usuario y comunidad. (Lic. Katia Gibaja)
- **Eje 2: Marketing Estratégico:** Marketing Estratégico: Metodología y diseño del plan de marketing. Análisis del mercado, del entorno competitivo y de las capacidades comerciales de la cooperativa. Segmentación de mercados. Elección de segmentos objetivo. Elaboración del customer persona o perfil de cliente/asociado/usuario. Fijación de objetivos de marketing. Construcción de la propuesta de valor cooperativa y definición de estrategias de diferenciación competitiva y posicionamiento. (Mg. Irene Mintzer).
- **Eje 3: Branding Cooperativo:** Branding Cooperativo: Fundamentos del marketing social y solidario. Identidad, imagen y posicionamiento de marca. Construcción de marcas fuertes y coherentes con los valores cooperativos. Relato institucional, confianza, pertenencia territorial y diferenciación simbólica. Marcas colectivas y sellos con identidad territorial aplicados a agricultura familiar, artesanías, servicios, turismo comunitario y otras experiencias del NOA. (Mg. Irene Mintzer).





Universidad Nacional de Salta



Facultad de Ciencias Económicas,
Jurídicas y Sociales

RES. CD-ECO N°

363/26

EXPTE. N° 351 / 2026 -ECO-UNSa

MÓDULO III: Producto, Precios, Canales de Comercialización y Comunicación Digital con IA
(Mes 3 Noviembre)

Objetivo del Módulo III: Definir las decisiones operativas del plan de marketing cooperativo mediante el armado de la cartera de productos o servicios, la fijación de precios justos y sostenibles, la selección de canales de comercialización y distribución, y la incorporación de herramientas digitales e inteligencia artificial aplicadas a la comunicación, la venta y la gestión comercial.

- **Eje 1: Productos, Precios y Sostenibilidad Económica:** Armado y ajuste de la cartera de productos o servicios de la cooperativa. Coherencia entre producto, propuesta de valor, posicionamiento y necesidades del público objetivo. Estructura de costos comerciales y de distribución en cooperativas. Criterios sociales, éticos y económicos para la fijación de precios justos. Relación entre costos, valor percibido, precio de mercado, accesibilidad y sostenibilidad financiera. Políticas de precios, descuentos, promociones y condiciones de venta. Sostenibilidad económica de largo plazo y rentabilidad social. (Mg. Irene Mintzer).
- **Eje 2: Canales, Circuitos de Comercialización y Redes:** Eje 2: Canales, Circuitos de Comercialización y Redes: Selección de canales de comercialización según público objetivo, propuesta de valor, precio, escala y capacidades de la cooperativa. Venta directa, ferias, mercados de cercanía, nodos solidarios, tiendas colectivas, acuerdos institucionales, compras públicas, comercios aliados, distribuidores y plataformas digitales. Logística, acopio y distribución de productos cooperativos. Circuitos cortos de comercialización y articulación estratégica con el sector público, privado y comunitario. Evaluación de costos, márgenes, alcance y riesgos de cada canal. (Lic. Herrera Bauab).
- **Eje 3: Comunicación Digital, E-commerce e Inteligencia Artificial Aplicada:** Estrategias de comunicación coherentes con el posicionamiento, la identidad cooperativa y los canales seleccionados. Redes sociales, WhatsApp Business, catálogos digitales, marketplaces, plataformas de e-commerce y herramientas de atención al cliente. Estrategias de contenido y posicionamiento en entornos digitales. Incorporación práctica de herramientas de inteligencia artificial para optimizar piezas comunicacionales, adaptar mensajes a distintos públicos, sistematizar consultas frecuentes, mejorar la atención al cliente y realizar análisis





Universidad Nacional de Salta



Facultad de Ciencias Económicas,
Jurídicas y Sociales

RES. CD-ECO N° 363 / 26

EXPTE. N° 351 / 2026 -ECO-UNSa

operativo básico de ventas. Criterios éticos para el uso de IA en organizaciones cooperativas. (Mg. Irene Mintzer y Lic. Herrera Bauab).

MÓDULO FINAL: Taller Integrador y Evaluación de Proyectos (Transversal- Octubre a Noviembre)

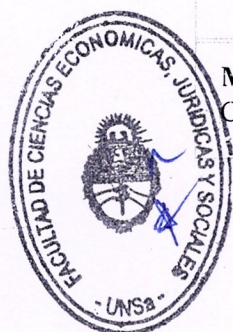
Objetivo del Módulo Final : Integrar de manera transversal los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos a lo largo de la diplomatura mediante la formulación guiada de un Plan de Marketing, aplicable y transferible a una organización cooperativa real del medio.

- **Eje Único: Formulación del Plan de Marketing:** Formulación del Plan de Marketing y Comercialización Cooperativa: Espacio transversal y práctico destinado al desarrollo del Trabajo Integrador Final grupal, aplicando los contenidos sobre una organización cooperativa real del medio. El trabajo se inicia formalmente en el Módulo II, con la definición del mercado, los segmentos, el público objetivo, la propuesta de valor y el posicionamiento, y se intensifica durante el Módulo III con las decisiones de producto, precio, canales, comunicación digital, inteligencia artificial aplicada y sostenibilidad comercial (Mg. Irene Mintzer y Lic. Herrera Bauab).

9. CARGA HORARIA Y DISTRIBUCIÓN DE ACTIVIDADES

La diplomatura comprende una carga horaria total de **110 horas** cátedra, distribuidas de manera intensiva a lo largo de los 3 meses de cursado continuo:

Módulos / Ejes Temáticos	Virtual Asincrónica	Virtual Sincrónica	Consultas / Foros	Actividades Prácticas	Total Horas
Módulo I: Factor Humano, Liderazgo y Comercialización	6	15	4	5	30
Módulo II: Calidad (ISO)	6	15	4	5	30





Universidad Nacional de Salta



Facultad de Ciencias Económicas,
Jurídicas y Sociales

RES. CD-ECO N°

363/26

EXPTE. N° 351 / 2026 -ECO-UNSa

Módulos / Ejes Temáticos	Virtual Asincrónica	Virtual Sincrónica	Consultas / Foros	Actividades Prácticas	Total Horas
9001), Psicología y Marketing					
Módulo III: Canal Digital, IA, Redes y Costos	6	12	4	5	27
Módulo Final: Elaboración de Proyecto	5		5	13	23
TOTALES	23	42	17	28	110

Cronograma de Cursado: El dictado se estructurará a lo largo de un trimestre formal de cursado continuo, distribuyéndose correlativamente un módulo principal por mes, contemplando los recesos estipulados por el calendario académico de la Universidad Nacional de Salta.

Mes	Septiembre				Octubre				Noviembre					Diciembre		
Semanas	1°	2°	3°	4°	1°	2°	3°	4°	1°	2°	3°	4°	5°	1°	2°	3°
Módulo I																
Módulo II																
Módulo III																





Universidad Nacional de Salta



Facultad de Ciencias Económicas,
Jurídicas y Sociales

RES. CD-ECO N° 363/26

EXPTE. N° 351 / 2026 -ECO-UNSa

Evaluación final																
Acto Cierre Elaboración Informe de resultados																

10. COORDINACIÓN Y EQUIPO DOCENTE

Con el objeto de capitalizar la experiencia institucional de la cohorte precedente, se mantiene y consolida el equipo directivo, docente y de tutorías de extensión:

- **Dirección:** Mg. Natalia Sánchez Pernas
- **Coordinación General (UNSa):** Mg. Irene Minzer
- **Coordinación Institucional (Banco Credicoop):** Técnica María Fernanda Marza.
- **Cuerpo Docente Capacitador y de Especialistas:** Mg. Irene Minzer; Esp. Oscar Maigua; Lic. Katia Gibaja ; Coaching Oncológico Federico Arias ; Lic. José Herrera Bauab.

CV RESUMIDO EQUIPO DIRECTIVO, DOCENTE

- **Natalia Sánchez Pernas** - Licenciada en Economía. Profesora en Ciencias Económicas. Completó sus estudios de grado y de posgrado en la Universidad Nacional de Salta. Magister en Administración Financiera. Universidad Católica de Salta. Doctorando en Educación Universidad Nacional de Tucumán. Investigadora del CIUNSA Universidad Nacional de Salta. Profesora Adjunta Econometría II, Jefe de Trabajos prácticos en: Economía I, Modelos y Métodos Cuantitativos para los Negocios Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Sociales de la Universidad Nacional de Salta. Coordinadora de Extensión de la Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Sociales, UNSa. Profesor titular de la asignatura Matemática y Estadística en la Facultad de Ciencias Jurídicas de la Universidad Católica de Salta. Coordinadora de Extensión de la Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Sociales, UNSa. Miembro Titular de la Comisión de enlace de la Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Sociales, Universidad Nacional de Salta para el abordaje de conflictos Violencia de Género. Coautora del libro "Desarrollo humano en perspectiva. Salta





Universidad Nacional de Salta



Facultad de Ciencias Económicas,
Jurídicas y Sociales

RES. CD-ECO N° 363 / 26

EXPTE. N° 351 / 2026 -ECO-UNSa

en el contexto regional argentino”. Coordinadora General Prueba Piloto ENUT (Encuesta Nacional de Uso del Tiempo) de la provincia de Salta, desarrollada por INDEC, año 2019. Participante activa en diversos proyectos de extensión e investigación a nivel provincial e internacional, en carácter de co-directora, coordinadora y colaboradora.

- **Irene Mintzer** es Master of Science in Global Marketing por Staffordshire University, Reino Unido; Máster en e-Commerce y e-Business por la Universidad Politécnica de Madrid, España; Contadora Pública Nacional y Licenciada en Administración por la Universidad Nacional de Salta, donde obtuvo medalla de oro. Es Profesora Adjunta de Marketing Estratégico, Marketing Operativo y Plan de Negocios y Emprendimiento en la Universidad Nacional de Salta, con 33 años de trayectoria docente universitaria. Entre sus antecedentes profesionales se destacan su desempeño como Directora de Turismo de la Provincia de Salta, cargo al que accedió por concurso de antecedentes y oposición; Gerente de Marketing de Diario El Tribuno; y titular de la agencia de viajes Active Argentina. Cuenta, además, con capacitación certificada en el uso de inteligencia artificial aplicada a los negocios y con dos años de experiencia profesional en proyectos internacionales para Outlier y TELUS International.
 - **María Fernanda Marza** es una Técnica Superior en Economía Social y diplomada en Cooperativismo, con amplia experiencia en la gestión, desarrollo y fortalecimiento de organizaciones de la economía social. A lo largo de su trayectoria, ha ejercido roles de liderazgo clave, destacándose como Presidenta Fundadora de cooperativas textiles en Salta y Jujuy, Secretaria en la Federación FECOCRUS y en la Cooperativa AMIN, e integrante de la Mesa IPES. Asimismo, cuenta con una sólida experiencia en la coordinación de equipos y programas estratégicos, tales como las Incubadoras de Cooperativas de la Universidad Nacional de Salta, el Polo Productivo de Diseño local y el programa "Manos Salteñas Emprendiendo con Historia". Su perfil se completa con una comprobada capacidad para la articulación de redes institucionales, la organización de programas de formación y la formulación y gestión de proyectos productivos de gran escala, incluyendo la administración de un financiamiento destinado a la Cooperativa de Amblayo
- José Miguel Herrera Bauab** es Licenciado en Administración por la Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Sociales de la Universidad Nacional de Salta, graduado en 2011 con promedio general de 8,16, y cuenta además con formación





Universidad Nacional de Salta



Facultad de Ciencias Económicas,
Jurídicas y Sociales

RES. CD-ECO N° 363/26

EXPTE. N° 351 / 2026 -ECO-UNSa

avanzada en el Profesorado en Ciencias Económicas. Desde 2011 se desempeña en la docencia universitaria en la U.N.Sa., principalmente en el área de Comercialización y Marketing, habiendo accedido a cargos docentes por concursos de antecedentes y oposición. Actualmente es Jefe de Trabajos Prácticos de Marketing Estratégico con extensión a Marketing Operativo en la Licenciatura en Administración, Plan 2022, y registra una trayectoria sostenida en Comercialización I, Comercialización II, Marketing Social y Político, tanto en Sede Salta como en la Sede Regional Sur Metán-Rosario de la Frontera. Además, posee más de quince años de experiencia profesional en el ámbito privado.

- **Oscar René Maigua** Contador Público Nacional. Profesor en Ciencias Económicas. Especialista en Sindicatura Concursal, en Identificación, Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión y en Educación a Distancia. Maestrando en Contabilidad y Auditoría y Doctorando en Ciencias Económicas. Profesional con amplia trayectoria en gestión pública, administración financiera, auditoría, control interno, asesoramiento contable y docencia universitaria. Actual Secretario del Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Salta y Secretario de Investigación y Extensión de la Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Sociales de la Universidad Nacional de Salta. Se desempeña además como asesor profesional del Ministerio de Seguridad y Justicia de la Provincia de Salta y como asesor contable, laboral, societario e impositivo en Estudio Maigua & Asociados.

Cuenta con una extensa experiencia en el ámbito público provincial, habiendo ocupado cargos de alta responsabilidad en el Instituto Provincial de Salud de Salta (IPS) como Subgerente Contable, Gerente Administrativo, Integrante del Área de Método, Planeamiento y Estrategia y Contador General. Asimismo, fue Administrador General del Servicio Administrativo Financiero de los Ministerios de Justicia, y de Derechos Humanos y Justicia de la Provincia de Salta, Asesor del Ministerio de Finanzas y Obras Públicas y miembro de equipos de fortalecimiento tributario y administración municipal. También se desempeñó como Inspector Fiscal de la Municipalidad de Salta y contador dependiente del Ministerio de Salud Pública de la Provincia de Salta.

Profesional matriculado en el CPCES, con experiencia como auditor externo, contador independiente, perito contador de la Corte de Justicia de Salta y de la Cámara Federal de Apelaciones. Especializado en administración contable,





Universidad Nacional de Salta



Facultad de Ciencias Económicas,
Jurídicas y Sociales

RES. CD-ECO N°

363 / 26

EXPTE. N° 351 / 2026 -ECO-UNSa

impuestos, control de gestión, rendición de cuentas, organización administrativa y gestión financiera pública. Integrante de la Comisión de Organizaciones Sociales del Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Salta.

Docente e investigador universitario con una destacada trayectoria académica en la Universidad Nacional de Salta. Actualmente es Profesor Adjunto Regular de la asignatura "Actuación Profesional Jurídica y Administrativa" y Secretario del Departamento de Práctica Profesional de la Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Sociales. Ha ejercido cargos docentes en materias vinculadas a organización empresarial, práctica contable, actuación profesional jurídica y administrativa, y práctica profesional. Participó además como jurado, director, codirector y miembro de tribunales evaluadores de numerosos seminarios, tesinas y concursos docentes universitarios.

- **Katia Gibaja** es Licenciada en Psicología, docente de posgrado de la Universidad Nacional de Salta (UNSa) e investigadora especializada en la cosmovisión andina y la educación intercultural. Como Miembro Numerario de la Academia Mayor de la Lengua Quechua del Qosqo y Presidenta de la Fundación Ecos de la Patria Grande, posee una extensa trayectoria en la preservación y difusión del patrimonio cultural originario, destacándose como promotora del idioma quechua, conductora televisiva y organizadora de ceremonias ancestrales como el Inti Raymi. Su labor académica y cultural tiene como objetivo integrar los saberes y valores éticos andinos —como la reciprocidad y la complementariedad— en la formación universitaria, promoviendo una visión humanista y el fortalecimiento de la identidad latinoamericana.
- **Federico Ariel Arias** es Coach Ontológico Profesional y facilitador de procesos de transformación personal y grupal, con experiencia práctica en las provincias de Salta y Jujuy. Como capacitador independiente, se especializa en acompañar a personas, equipos y organizaciones mediante el diseño y dictado de talleres enfocados en el liderazgo, la inteligencia emocional, la comunicación efectiva y el autoconocimiento. Su sólida formación interdisciplinaria le permite integrar herramientas avanzadas en sus sesiones, destacándose como Master Trainer en Programación Neurolingüística (PNL), facilitador en Constelaciones Familiares e instructor de Mindfulness, además de poseer especializaciones en neurociencias aplicadas, oratoria de alto impacto y biodecodificación emocional. Su objetivo





Universidad Nacional de Salta



Facultad de Ciencias Económicas,
Jurídicas y Sociales

RES. CD-ECO N°

363/26

EXPTE. N° 351 / 2026 -ECO-UNSa

profesional principal es contribuir al crecimiento humano e institucional, promoviendo el bienestar y generando experiencias de aprendizaje profundas que fortalezcan la calidad de vida.

Equipo de Estudiantes Colaboradores (Tutores de Extensión):

Se indica que los estudiantes participantes del proyecto se suman a la actividad en el marco de una propuesta de extensión es así que no representan un estipendio como beca de formación:

- BEJARANO, Josefina Aldana: DNI: 41.219.024- Estudiante de 5to año de la carrera de Licenciatura en Administración de la Universidad Nacional de Salta. LU: 529.998
- CABAÑA, Octavio Andrés: DNI 42.132.134- Estudiante de 5to año de la carrera Contador Público Nacional en la Universidad Nacional de Salta. L.U.N° 529.539.
- DIAZ, Anahí Belén : DNI 44.015.452- Estudiante de 3er año de la carrera de Licenciatura en Administración de la Universidad Nacional de Salta.L.U. N° 532.122.
- FARFA, Agustina Adriana : DNI 41.902.328- Estudiante de 5to año de la carrera Contador Público Nacional en la Universidad Nacional de Salta. L.U N° 529.426.
- GIMÉNEZ ZIGARÁN, Valentina: DNI 42.606.017- Estudiante de 5to año de la carrera Contador Público Nacional en la Universidad Nacional de Salta. L.U. N° 529.581 .
- GÓMEZ, Ana Belén: DNI: 42.917.010- Estudiante de 5to año de la carrera Contador Público Nacional en la Universidad Nacional de Salta. LU: 532.356.
- KOLMAN ORNELLA, Nahir : DNI 42.502.765- Estudiante de 5to año de la carrera Contador Público Nacional en la Universidad Nacional de Salta. LU: 529.458.
- LOZANO, Daniela Mariel : DNI 43.438.663 - Estudiante de 5to año de la carrera Contador Público Nacional en la Universidad Nacional de Salta L.U.N° 531.401.
- MODICA, Paula Aixa: DNI 44.564.736- Estudiante de 4to año de la carrera de Licenciatura en Administración de la Universidad Nacional de Salta. LU: 533.580.





Universidad Nacional de Salta



Facultad de Ciencias Económicas,
Jurídicas y Sociales

RES. CD-ECO N°

363 / 26

EXPTE. N° 351 / 2026 -ECO-UNSa

- RODRIGUEZ, Nicolas Alejandro: DNI 43.336.909- Estudiante de 5to año de la carrera de Licenciatura en Administración de la Universidad Nacional de Salta. L.U.N° 532.749
- TALEVI, Luciano Nahuel : DNI 43.337.926 - Estudiante de 4to año de la carrera Contador Público Nacional en la Universidad Nacional de Salta.
- TAPIA, Franco Leonel: DNI: 43.837.309- Estudiante de 4to año de la carrera de Licenciatura en Administración en la Universidad Nacional de Salta.

11. EVALUACIÓN Y CERTIFICACIÓN

La Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Sociales de la Universidad Nacional de Salta otorgará las siguientes certificaciones:

- **Certificado de Asistencia:** A quienes registren un mínimo del 70% de asistencia a los encuentros sincrónicos semanales por Zoom.
- **Certificado de Aprobación :** A quienes cumplan con el requisito de asistencia, participen activamente en las actividades planteadas en la plataforma Moodle y aprueben con carácter obligatorio el **Trabajo Integrador Final**, consistente en el diseño fundamentado de un Plan Comercial y de Gestión aplicable a una cooperativa del territorio.

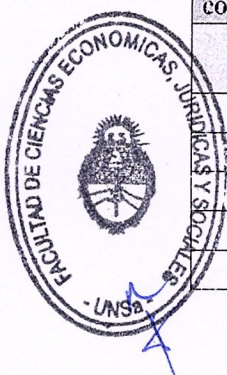
Cambios principales realizados en este ajuste:

1. **Compactación a 3 meses:** El antiguo Módulo I (Factor Humano) incorporó la Comercialización Estratégica para dar una base sólida desde el primer mes. El Módulo II unifica Calidad (ISO 9001), Psicología del Consumidor y Marketing. El Módulo III concentra toda la operatividad (IA, Canales y Costos).
2. **Distribución horaria intensiva:** Se redistribuyeron las horas sincrónicas y prácticas por mes para asegurar que se dicten las **110 horas completas** en el trimestre de cursado.

ANEXO II

12. PRESUPUESTO

Presupuesto Diplomatura de Extensión Universitaria en Comercialización Estratégica, Calidad y Liderazgo para Cooperativas				
cod.	Ingresos	Importe	Detalle	Total \$
1	Arancel de Inscripción		Cantidad de Alumnos	
	Inscripción	85.000	24	2.040.000
	Arancel General (\$65.000x 3 meses)	195.000	24	4.680.000
	Arancel Graduados (1/2 Beca)	140.000	4	560.000
	Arancel Docente (1/2 Beca)	140.000	4	560.000
	Arancel Pers. No Docente (1/2 Beca)	140.000	4	560.000





Universidad Nacional de Salta



Facultad de Ciencias Económicas,
Jurídicas y Sociales

RES. CD-ECO N°

363/26

EXPTE. N° 351 / 2026 -ECO-UNSa

	Estudiante Beca Completa	0	4	0
	TOTAL ALUMNOS		40	
	TOTAL DE INGRESOS NETOS PARA AFRONTAR EGRESOS			8.400.000
PART. IMPUT	EGRESOS			
3-4-5	PAGO A PROFESIONALES		CANTIDAD	
	DOCENTES(5 docentes cobran por hora \$35.000 según carga horaria asignada en cada módulo- 110 hs. Total de la diplomatura)	35.000	110	3.850.000
3-7-1	TRASLADOS		VIAJES + IMPREVISTOS	0
1	VIAJES AEREOS		CANT VUELOS*PRECIO ESTIMADO	0
2	IMPREVISTOS GENERALES		VALOR ESTIMADO	0
3-4-7	HOTEL (incluye gastos de comida)			
3-9-9	REFRIGERIO			
	REFRIGERIO ACTO DE CIERRE	800.000	1	800.000
3-4-4	HONORARIO DE LOS COORDINADORES			
1	DIRECCIÓN \$350.000 por mes , 4 meses , un docente	350.000	4	1.400.000
2	COORDINACIÓN \$250.000 por mes , 3 meses, dos docentes	250.000	6	1.500.000
	GASTOS VARIOS		SUMA DE GASTOS	0
2-9-2	LIBRERÍA			
3-1-5	CORREO			
3-2-1	ESTACIONAMIENTO			
3-5-1	REMIS			
2-9-2	ART LIBRERÍA - TRIPTICOS			
3-5-3	FOTOCOPIADORA			
3-8-3	Tasas- Gastos Bancarios			
2-9-3	Pilas			
3-1-4	CORREO- Encomienda			
2-9-4	Vajilla			
3-5-5	Comisión + I.V.A por Depósitos de 3ros			
2-5-6	Gtos de combustible			
2-5-8	Utensillos Plasticos			
2-3-9	Papel- Servilleta			





Universidad Nacional de Salta



Facultad de Ciencias Económicas,
Jurídicas y Sociales

RES. CD-ECO N°

363/26

EXPTE. N° 351 / 2026 -ECO-UNSa

3-3-9	SERV. MAESTRANZA			
3-6-0	PUBLICIDAD		VALOR ESTIMADO	
	SUBTOTAL EGRESOS			7.550.000
	10% FACULTAD EJECUTADO		APORTES REALIZADOS A LA FAC.	840.000
	TOTAL EGRESOS		EGRESOS + APORTES	8.390.000
	SUPERAVIT			10.000

PUNTO DE EQUILIBRIO =

CANTIDAD DE ALUMNOS CON	24
ARANCEL GENERAL	
CANTIDAD DE ALUMNOS CON	12
MEDIA BECA	
CANTIDAD DE ALUMNOS CON	4
BECA COMPLETA	
TOTAL	40

Sólo se habilita el curso con un numero de inscriptos superior al punto de equilibrio

Cra. ROSALIA HAYDÉE JAIME
Secretaria de As. Académicos
Fac. Cs. Econ. Jur. y Soc. - U.N.sa.



Cra. MARIA ALEJANDRA NAVAS
VICEDECANA
Fac. Cs. Económicas, Jurídicas y Sociales - U.N.Sa.