



**HECTOR EMILIO BAJAC  
LOPEZ**

Dr.

[bajac@ort.edu.uy](mailto:bajac@ort.edu.uy)  
099581626

### SNI

Ciencias Sociales / Economía y Negocios  
Categorización actual: Iniciación (Activo)

Fecha de publicación: 05/10/2018  
Última actualización SNI: 05/10/2018

## Datos Generales

### INSTITUCIÓN PRINCIPAL

Universidad ORT Uruguay / Universidad ORT Uruguay - Facultad de Comunicación y Diseño / Escuela de Comunicación / Uruguay

### DIRECCIÓN INSTITUCIONAL

Institución: Universidad ORT Uruguay / Universidad ORT Uruguay - Facultad de Comunicación y Diseño / Sector Educación Superior/Privado  
Dirección: Av. Uruguay 1185 / 11100 / Montevideo, Montevideo, Uruguay  
Teléfono: (2) 29080677  
Correo electrónico/Sitio Web: [bajac@ort.edu.uy](mailto:bajac@ort.edu.uy)

## Formación

### Formación académica

#### CONCLUIDA

#### DOCTORADO

##### Doctorado en Administración de Empresas (2006 - 2016)

Universidad Politécnica de Madrid, España  
Título de la disertación/tesis: Estrategias de desarrollo de la personalidad de marca en función de su consumo público y privado  
Tutor/es: Dr. Miguel Palacios  
Obtención del título: 2016  
Sitio web de la disertación/tesis: <https://www.educacion.gob.es/teseo/>  
Institución financiadora: Universidad ORT Uruguay / Universidad ORT Uruguay - Facultad de Administración y Ciencias Sociales, Uruguay  
Palabras Clave: congruencia; personalidad de marca consumo público y privado  
Áreas de conocimiento:  
Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Marketing

#### MAESTRÍA

##### Master of Science in Marketing (1988 - 1989)

Texas A&M University, Estados Unidos  
Título de la disertación/tesis:  
Obtención del título: 1989  
Institución financiadora: Organization of the American States  
Palabras Clave: Marketing  
Áreas de conocimiento:  
Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Marketing

##### Master in Business Administration (1986 - 1987)

Texas A&M University, Estados Unidos  
Título de la disertación/tesis:  
Obtención del título: 1987  
Institución financiadora: Rotary Foundation (Rotary International), Estados Unidos  
Áreas de conocimiento:  
Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Gerencia

#### GRADO

##### Contador Público (1980 - 1984)

Universidad de la República - Facultad de Ciencias Económicas y de Administración - UDeLaR,  
Uruguay

Título de la disertación/tesis: No aplicable

Obtención del título: 1984

Palabras Clave: Contabilidad

Áreas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Management

## Formación complementaria

### CONCLUIDA

#### CURSOS DE CORTA DURACIÓN

##### **Dirección de ventas (01/2015 - 01/2015)**

Sector Extranjero/Internacional/Otros / IAE Business School , Argentina

Palabras Clave: Ventas, dirección comercial

Áreas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Marketing

#### PARTICIPACIÓN EN EVENTOS

##### **Seminario en Marketing On Line (2017)**

Tipo: Seminario

Institución organizadora: Universidad ORT Uruguay, Uruguay

Palabras Clave: Marketing digital, on line

Áreas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Marketing

##### **Periodismo en la era digital (2017)**

Tipo: Taller

Institución organizadora: Diario, Uruguay

Palabras Clave: Periodismo, digital, buscadores

Áreas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Marketing

##### **Planificación de marcas (2012)**

Tipo: Taller

Institución organizadora: Marketing Tech, Uruguay

Palabras Clave: Marcas

Áreas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Marketing

##### **Market Planning and Analysis for Chemical, Petrochemical and Plastics industries (2010)**

Tipo: Taller

Institución organizadora: Chemical Market Resources Inc, Houston, Estados Unidos

Palabras Clave: petroquímico, análisis análisis, petroquímicos

Áreas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Marketing

##### **El Postgrado Empresarial y Tecnológico en América Latina (2006)**

Tipo: Congreso

Institución organizadora: EOI, España

##### **Enseñanza y Aprendizaje, dictado por el prof Yamandú Bermúdez (2006)**

Tipo: Taller

Institución organizadora: Universidad ORT Uruguay, Uruguay

Palabras Clave: docencia

Áreas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Ciencias de la Educación / Educación General /

#### **IV Congreso Internacional de Postgrado, El Postgrado Empresarial y Tecnológico en América Latina (2006)**

Tipo: Congreso

Institución organizadora: EOI Escuela de Negocios, España

Palabras Clave: docencia

Áreas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Ciencias de la Educación / Educación General /

#### **Herramientas Estadísticas de Análisis de Datos de Marketing (2005)**

Tipo: Taller

Institución organizadora: Universidad ORT Uruguay, Uruguay

Palabras Clave: análisis

Áreas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Ciencias de la Educación / Educación General /

#### **Forum Mundial de Marketing y Ventas, con presentaciones de P. Kotler, J. Stanton, R. Blackwell y H. Goldmann (2003)**

Tipo: Congreso

Institución organizadora: HSM, Sao Paulo, Brasil

Palabras Clave: Marketing

Áreas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Marketing

#### **Managing Relationships, Diageo Brasil, Sao Paulo (2003)**

Tipo: Taller

Institución organizadora: Diageo Brasil, Brasil

Palabras Clave: ventas

Áreas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Ventas

#### **Diageo Way of Brand Building through Customers (2002)**

Tipo: Taller

Institución organizadora: Diageo Brasil, Brasil

Áreas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Marketing de marcas

#### **Sales Drivers, Diageo Méjico, Ciudad de Méjico (2002)**

Tipo: Taller

Institución organizadora: Diageo Méjico, Uruguay

Áreas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Ventas

#### **Diageo Way of Brand Building II (2001)**

Tipo: Taller

Institución organizadora: Diageo EEUU, Estados Unidos

Áreas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Marketing de marcas

#### **Diageo Way of Brand Building (2000)**

Tipo: Taller

Institución organizadora: Diageo, Estados Unidos

Áreas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Marketing de marcas

#### **Entrenamiento como facilitador para el taller Diageo Way of Brand Building (2000)**

Tipo: Taller

Institución organizadora: Diageo, Tailandia

Áreas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Marketing de marcas

#### **Manejo de Canales de Distribución, Prof. Robert Bruce (1999)**

Tipo: Seminario  
Institución organizadora: American Management Association, Uruguay  
Palabras Clave: ventas, distribución, marketing  
Áreas de conocimiento:  
Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Marketing distribución

#### **Supply Chain Management (1998)**

Tipo: Taller  
Institución organizadora: KPMG Argentina, Argentina  
Palabras Clave: logística  
Áreas de conocimiento:  
Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Marketing distribución

#### **Management for Value (1998)**

Tipo: Taller  
Institución organizadora: Diageo, Argentina  
Áreas de conocimiento:  
Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Marketing management

#### **Cómo construir marcas poderosas, dictado por el Prof. Don Schultz de la Northwestern University (1997)**

Tipo: Seminario  
Institución organizadora: Universidad ORT Uruguay, Uruguay  
Palabras Clave: marcas, marketing  
Áreas de conocimiento:  
Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Marketing de marcas

#### **Canales de Distribución, dictado por el Prof. Michael Rolnicki de la Northwestern University (1996)**

Tipo: Seminario  
Institución organizadora: El Observador, Uruguay  
Áreas de conocimiento:  
Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Marketing distribución

#### **La Ventaja Competitiva de las Naciones, dictado por el Prof. Michael Porter de la Harvard Business School (1991)**

Tipo: Encuentro  
Institución organizadora: Banco Central del Uruguay, Uruguay  
Palabras Clave: estrategia  
Áreas de conocimiento:  
Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Estrategia

## **Idiomas**

### **Inglés**

Entiende muy bien / Habla muy bien / Lee muy bien / Escribe muy bien

### **Francés**

Entiende bien / Habla regular / Lee bien / Escribe regular

## **Áreas de actuación**

### **CIENCIAS SOCIALES**

Economía y Negocios / Negocios y Administración / Marketing

### **CIENCIAS SOCIALES**

Comunicación y Medios / Comunicación de Medios y Socio-cultural / Comportamiento del consumidor

## **Actuación profesional**

**SECTOR EDUCACIÓN SUPERIOR/PRIVADO - UNIVERSIDAD ORT URUGUAY - URUGUAY**

# Universidad ORT Uruguay - Facultad de Administración y Ciencias Sociales

## VÍNCULOS CON LA INSTITUCIÓN

### Funcionario/Empleado (03/1990 - a la fecha)

Docente de Marketing ,3 horas semanales

### Funcionario/Empleado (06/2017 - a la fecha)

Secretario Docente ,44 horas semanales / Dedicación total

El cargo incluye diversas responsabilidades: liderazgo de la Escuela de Comunicación, coordinación específica de las orientaciones de Publicidad y Marketing, y Corporativa, de la Licenciatura en Comunicación. También incluye docencia e investigación.

### Funcionario/Empleado (03/1995 - 05/2017)

Catedrático de Marketing ,8 horas semanales

### Funcionario/Empleado (06/2005 - 07/2008)

Coordinador Académico del MBA ,20 horas semanales

Responsable del diseño del MBA lanzado en 2007, considerado entre los mejores de América Latina según la revista América Economía

## ACTIVIDADES

### LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

#### Motivaciones de los consumidores y su conocimiento por parte de las empresas (03/2017 - a la fecha)

El objetivo de esta línea de investigación es comprender las motivaciones de las personas en distintas categorías de productos, cómo estas motivaciones varían de un país a otro, y en qué medida las empresas inspiran la construcción de sus marcas en el conocimiento de estas motivaciones. Durante el año 2017 se realizó una investigación cualitativa en cuatro categorías de productos, en Uruguay, en base a un modelo de clasificación de las motivaciones elaborado por la Dra. Geraldine Fennell. A raíz de este trabajo, fui invitado a organizar un congreso de Marketing en Estados Unidos, en conjunto con la Universidad de Texas San Antonio, bajo el auspicio del Carolan Research Institute.

Fundamental

9 horas semanales , Coordinador o Responsable

Equipo:

Palabras clave: Motivaciones Comportamiento del consumidor Estrategia de marca

Áreas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Marketing

#### Congruencia de marca (03/2012 - 09/2017)

El objetivo de esta línea de investigación es contribuir a la comprensión de cómo las personas eligen marcas. En particular, se profundizó en la búsqueda de congruencia entre la personalidad del consumidor y de las marcas que elige, y cómo esa congruencia influye en sus preferencias.

Fundamental

3 horas semanales , Coordinador o Responsable

Equipo: ? , ?

Palabras clave: Marcas Congruencia de marcas Personalidad de marcas

Áreas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Marketing

#### IUDICIUM: Una intervención educativa para abordar la percepción de riesgo del consumo problemático de alcohol en adolescentes (03/2012 - 03/2016)

El consumo abusivo de alcohol en la adolescencia se asocia a importantes consecuencias negativas y por tanto diversos programas e intervenciones se han desarrollado para tratar esta problemática. En este marco se desarrolló "Iudicium", una actividad realizada en contextos educativos y basada en una dramatización, cuyo objetivo es incrementar la percepción del riesgo del consumo abusivo de alcohol en adolescentes. En la actividad se realiza un juicio grupal a un caso ficticio, donde los protagonistas sufren consecuencias severas a causa del consumo excesivo de alcohol (p. ej., peleas

físicas, embarazo no deseado, y accidente automovilístico). A continuación, se procede a una reflexión grupal y a la discusión de información sobre los efectos del consumo de alcohol. Participaron en la actividad 318 estudiantes (55,7% mujeres y 44,3% hombres) procedentes de 5 centros de bachillerato. La percepción de riesgo de consumo de alcohol fue evaluada pre y post intervención. Los resultados indican que la actividad tuvo un impacto positivo, observándose un aumento de un 34% en la percepción de riesgo de abuso de alcohol. La aceptación de la intervención fue buena y los participantes destacaron el componente experiencial como una de sus fortalezas.

Aplicada

2 horas semanales , Coordinador o Responsable

Equipo: LAURA LATORRE , ALBERT FELIU-SOLER , DIANA MEERHOFF

Palabras clave: consumo de alcohol intervención educativa percepción del riesgo adolescentes

Areas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Marketing

#### **Marketing turístico, un estudio comparativo en America Latina (03/2005 - 07/2008 )**

Investigación realizada en conjunto con investigadores de EEUU, presentada en el congreso de CLADEA en Montpellier, France, en setiembre de 2006 y publicada por la revista ESIC Market de España, número 130, en julio de 2008

2 horas semanales , Integrante del equipo

Equipo:

Palabras clave: Marketing turístico

Areas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Marketing

#### **SECTOR EXTRANJERO/INTERNACIONAL/OTROS - OTROS - URUGUAY**

##### **VÍNCULOS CON LA INSTITUCIÓN**

#### **Funcionario/Empleado (12/2008 - 03/2017)**

Gerente General ,44 horas semanales

Gerente General de CABA S.A., empresa de productos químicos y bebidas.

#### **Funcionario/Empleado (11/1998 - 03/2005)**

Gerente Comercial (Marketing y Ventas) ,40 horas semanales / Dedicación total

Diageo, empresa multinacional propietaria de marcas como Johnnie Walker, White Horse, Sandy Mac, Baileys, Smirnoff, etc Capacitador en Londres, Miami, Caracas, Bogotá, Sao Paulo, Montevideo, Bankok

#### **Funcionario/Empleado (03/1996 - 10/1998)**

Gerente Senior de Consultoría ,40 horas semanales / Dedicación total

KPMG, Gerente Senior de Consultoría y del Departamento de Capacitación y Actualización Profesional

##### **ACTIVIDADES**

##### **DOCENCIA**

#### **(01/1999 - 02/2005 )**

Perfeccionamiento

Asignaturas:

Manejo de Relaciones, 20 horas, Práctico

Gerencia de Marcas (Brand Building), 40 horas, Teórico-Práctico

Areas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Marketing

#### **SECTOR EXTRANJERO/INTERNACIONAL/OTROS - CHILE**

Universidad de Chile

##### **VÍNCULOS CON LA INSTITUCIÓN**

**Profesor visitante (09/2013 - 10/2014)**

,20 horas semanales  
Dicté un curso de 20 hs en el 2013 y en el 2014.

**SECTOR EXTRANJERO/INTERNACIONAL/OTROS - ESTADOS UNIDOS**

Idaho State University

**VÍNCULOS CON LA INSTITUCIÓN**

**Profesor visitante (08/2008 - 12/2008)**

Profesor visitante ,40 horas semanales / Dedicación total  
Profesor visitante dictando cursos de Marketing en el MBA, Gerencia de Mrcas y Marketing de Servicios durante el Fall de 2008

**ACTIVIDADES**

**DOCENCIA**

**(08/2008 - 12/2008 )**

Maestría

Asignaturas:

Brand Management, 3 horas, Teórico-Práctico

Services Marketing, 3 horas, Teórico-Práctico

Marketing, 3 horas, Teórico

Areas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Marketing

**SECTOR EXTRANJERO/INTERNACIONAL/ENSEÑANZA SUPERIOR - ESPAÑA**

Universidad Politécnica de Madrid

**VÍNCULOS CON LA INSTITUCIÓN**

**Profesor visitante (09/2007 - 02/2008)**

Profesor ,3 horas semanales  
Profesor en el Master in Engineering, Energy and Environment, dictando el curso de Innovation and Technology Strategy

**ACTIVIDADES**

**DOCENCIA**

**(09/2007 - 02/2008 )**

Maestría

Asignaturas:

Innovation and Technology Strategy, 3 horas, Teórico-Práctico

**SECTOR EXTRANJERO/INTERNACIONAL/OTROS - ARGENTINA**

Universidad Católica de Córdoba

**VÍNCULOS CON LA INSTITUCIÓN**

**Profesor visitante (11/2007 - 11/2007)**

Docente ,16 horas semanales

Profesor del Program for Management Development, dictando el curso Gerencia de Marcas en la Universidad Católica de Córdoba, Argentina, noviembre de 2007, contratado por ESADE

## ACTIVIDADES

### DOCENCIA

(11/2007 - 11/2007)

Especialización

Asignaturas:

Gerencia de Marcas, 16 horas, Teórico-Práctico

Áreas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Marketing

### CARGA HORARIA

Carga horaria de docencia: 6 horas

Carga horaria de investigación: 9 horas

Carga horaria de formación RRHH: Sin horas

Carga horaria de extensión: Sin horas

Carga horaria de gestión: 40 horas

## Producción científica/tecnológica

En el año 2016 obtuve el título de Doctor en Administración de Empresas en la Universidad Politécnica de Madrid, con la calificación "Cum Laude". Ese año publiqué un artículo en la revista indexada "Adicciones". En el año 2017 fue aceptado para su publicación un artículo escrito a partir de mi tesis doctoral, en el journal "International Marketing Review". Asimismo, en el 2017 comencé a desarrollar una nueva área de investigación, centrada en las motivaciones de las personas para elegir marcas. A raíz de este trabajo, fui invitado a organizar un congreso de Marketing en la University of Texas, San Antonio, a realizarse en junio de 2019.

Al haber terminado el Doctorado, la Universidad ORT Uruguay me ofreció integrarme de forma full-time. Así, abandoné el cargo part-time de Catedrático de Marketing, que ocupaba desde 1995, para incorporarme de forma full-time en el rol de Secretario Docente y Coordinador Académico en la Escuela de Comunicación. Opté por dedicarme totalmente a la actividad académica, dejando atrás la etapa gerencial.

En este marco, dedico más tiempo a la docencia y a la investigación, además de liderar el equipo docente de la Escuela de Comunicación.

Área de investigación 1: Congruencia de marca, motivaciones, comportamiento del consumidor.

Artículo aceptado para su publicación:

Consumer-Brand Congruence and Conspicuousness: An International Comparison.

Autores: Héctor Bajac, Miguel Palacios, Elizabeth A. Minton.

Revista: International Marketing Review, ISSN: 0265-1335, JCR: 2016 Impact Factor: 1.672\* and a 5-year Impact Factor (2016): 3.450\*.

Fecha de aceptación: 15 de setiembre de 2017

Esta investigación aborda la teoría de la congruencia incorporando dimensiones hasta ahora no exploradas: la cultura latina y el sexo/género de los consumidores, y cómo moderan el impacto de la congruencia en las evaluaciones de marcas, en situaciones de consumo privado y de consumo público. Si bien estudios anteriores han abordado este tema, la mayor parte de los estudios han utilizado marcas de productos adictivos (por ejemplo cerveza y cigarrillos) y solamente en los Estados Unidos.

Área de investigación 2: Percepción de riesgo de consumo abusivo de bebidas con alcohol.

Artículo publicado:

Bajac et al. "IUDICIUM: An educational intervention for addressing risk perception of alcohol abuse on adolescents",

Revista: Adicciones, vol. 28, nº 1 · 2016, Spain, 2015. JCR, factor de 1.78.

El abuso del consumo de bebidas con alcohol es una preocupación en muchos países. Este investigador diseñó e implementó una actividad que aumenta la percepción del riesgo del consumo abusivo de alcohol por parte de jóvenes. Esta actividad se testeó en 5 liceos y aproximadamente 500 jóvenes. La actividad, con una única aplicación de 3 hs., aumentó un 34% la percepción del



riesgo en la población más vulnerable.

Esta actividad ha sido incorporada por la Junta Nacional de Drogas entre sus programas recomendados. La actividad fue nominada "Best Practice" por el International Center for Alcohol Policies" y recibió el reconocimiento de DERES a las mejores prácticas de Responsabilidad Social en diciembre de 2016.

Area de investigación 3: Motivaciones, comportamiento del consumidor

Investigación en curso, en la que se profundiza en las motivaciones de las personas para elegir marcas.

## Producción bibliográfica

### ARTÍCULOS PUBLICADOS

#### ARBITRADOS

**Iudicium: An Educational Intervention for addressing Risk Perception of Alcohol Abuse in Adolescents (Completo, 2016)**

Hector Bajac, LAURA LATORRE, ALBERT FELIU-SOLER, DIANA MEERHOFF, 1  
Adicciones, v.: 28 1, p.:41 - 47, 2016

Palabras clave: Prevención del abuso de alcohol Consumo responsable

Areas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Psicología / Psicología /

Medio de divulgación: Internet

Lugar de publicación: España

ISSN: 02144840

Scopus<sup>®</sup>  

### ARTÍCULOS ACEPTADOS

#### ARBITRADOS

**Consumer-Brand Congruence and Conspicuousness: An International Comparison (Completo, 2017)**

Hector Bajac, ?, 1

International Marketing Review, 2017

Palabras clave: Brand congruence Brand personality Private public consumption

Fecha de aceptación: 15/09/2017

ISSN: 02651335

Este artículo recoge los hallazgos de mi tesis doctoral.

### LIBROS

**La Gestión del Marketing de Servicios ( Libro publicado Texto integral , 2003)**

Hector Bajac

Número de volúmenes: 1

Número de páginas: 499

Edición: 1,

Editorial: Granica, Buenos Aires

Palabras clave: marketing servicios

Areas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Marketing

Medio de divulgación: Papel

ISSN/ISBN: 9506414246

Este libro ha sido distribuido en varios países de América Latina y es libro de texto en varias universidades de distintos países. Fue escrito en en co-autoría con el Dr. Pablo Fernández

### PUBLICACIÓN DE TRABAJOS PRESENTADOS EN EVENTOS

**Implications for Promoting South American Tourism Destinations Based on Motivational Segmentation (2008)**

Completo

Hector Bajac

Evento: Internacional

Descripción: Congreso Anual de Cladea

Ciudad: Montpellier, Francia

Año del evento: 2008

Anales/Proceedings: Implications for Promoting South American Tourism Destinations Based on Motivational Segmentation

Volumen: 130

Editorial: ESIC MARKET

Ciudad: Madrid

Palabras clave: Marketing turístico

Áreas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Marketing turístico

Medio de divulgación: Papel

[http://www.esic.es/faculty\\_em.asp?num=130](http://www.esic.es/faculty_em.asp?num=130)

Implications for Promoting South American Tourism Destinations Based on Motivational Segmentation, investigación presentada en el congreso de CLADEA (Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración) a realizarse en Montpellier, Francia, en setiembre de 2006. Publicada por la revista ESIC Market, número 130, julio 2008

#### **Global o Local?: lineamientos para la toma de decisiones de Marketing (2003)**

Completo

Hector Bajac

Evento: Nacional

Descripción: 1er Encuentro Nacional de Universitarios en Dirección y Administración

Ciudad: Montevideo

Año del evento: 2003

Ciudad: Montevideo

Palabras clave: Marketing internacional

Áreas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Marketing marketing internacional

Artículo: Global o Local?: lineamientos para la toma de decisiones de Marketing, presentado en el 1er Encuentro Nacional de Universitarios en Dirección y Administración, organizado por el Colegio de Contadores y Economistas del Uruguay, agosto de 2003. Incluido en la publicación posterior.

#### **TEXTOS EN PERIÓDICOS O REVISTAS**

##### **Fascículo Construcción de Marcas, publicado como parte de un coleccionable del diario El Observador (2005)**

El Observador

Periodicos

Hector Bajac

Palabras clave: Marketing de marcas

Medio de divulgación: Papel

Fecha de publicación: 12/06/2005

Lugar de publicación: Montevideo

##### **Responsabilidad en el Marketing (2004)**

El Observador

Periodicos

Hector Bajac

Medio de divulgación: Papel

Fecha de publicación: 05/12/2004

Lugar de publicación: Montevideo

##### **Artículo: La Cultura Organizacional en las empresas de Servicios (1988)**

revista Cien %

Revista

Hector Bajac

Medio de divulgación: Papel

Fecha de publicación: 01/03/1998  
Lugar de publicación: Montevideo

## Producción técnica

### TRABAJOS TÉCNICOS

**Investigación: SERVQUAL en Uruguay: las dimensiones de la calidad de los servicios en cuatro sectores de la economía, en conjunto con el Dr. Pablo Fernández, publicado en la revista de la Universidad ORT Uruguay (1994)**

Informe o Pericia técnica

Hector Bajac

Investigación académica para comprobar la aplicación de un modelo en Uruguay

País: Uruguay

Idioma: Español

Ciudad: Montevideo

Disponibilidad: Irrestringida

Institución financiadora: Universidad ORT Uruguay

Palabras clave: Marketing de servicios

Áreas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Marketing de servicios

Medio de divulgación: Papel

Investigación: SERVQUAL en Uruguay: las dimensiones de la calidad de los servicios en cuatro sectores de la economía, en conjunto con el Dr. Pablo Fernández, publicado en la revista de la Universidad ORT Uruguay, 1994.

## Evaluaciones

### EVALUACIÓN DE EVENTOS Y CONGRESOS

**Nombre tentativo: Consumer Motivations ( 2017 )**

Comité programa congreso

Estados Unidos

Carolann Research Institute

Fui invitado y acepté participar en la organización de un Congreso de Marketing en conjunto con la University of Texas, San Antonio, que tendrá lugar en junio de 2019. Además de organizador, seré revisor de los trabajos que se presenten. Aun no está decidido si será un congreso arbitrado.

**Congreso anual de CLADEA ( 2007 )**

Revisiones

Estados Unidos

Florida International University

Jurado en el capítulo de Marketing

**Concurso Uruguay como Marca País ( 2005 )**

Uruguay

Jurado en el Concurso Uruguay como Marca País de la Cámara de Anunciantes y el Ministerio de Turismo, julio 2005

**Campana de Oro ( 2003 )**

Uruguay

Jurado en la Campana de Oro de la Cámara de Anunciantes, octubre 2003.

### EVALUACIÓN DE PREMIOS

## **Premio a la Excelencia Docente de la Escuela de Comunicación de Universidad ORT Uruguay ( 2017 )**

Comité de asignación de premios y concursos  
Uruguay

Cantidad: De 5 a 20

Este es un premio que se otorga todos los años. En mi nuevo rol de Secretario Docente participé en la elección del docente a ser premiado.

## **Formación de RRHH**

### **TUTORÍAS CONCLUIDAS**

#### **POSGRADO**

##### **Planta de procesamiento de sangre bovina (2008)**

Tesis de maestría  
Sector Educación Superior/Privado / Universidad ORT Uruguay / Universidad ORT Uruguay -  
Facultad de Administración y Ciencias Sociales , Uruguay  
Programa: Master en Administración de Empresas  
Nombre del orientado: Guillermo Pons  
Medio de divulgación: Papel  
País/Idioma: Uruguay, Español  
Palabras Clave: Marketing internacional  
Áreas de conocimiento:  
Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Marketing Internacional  
Grupo conformado por el Ing Guillermo Pons y el Ec Daniel Rico

##### **Tai Tea (2008)**

Tesis de maestría  
Sector Educación Superior/Privado / Universidad ORT Uruguay / Universidad ORT Uruguay -  
Facultad de Administración y Ciencias Sociales , Uruguay  
Programa: Master en Administración de Empresas  
Nombre del orientado: Levi Cortizas  
Medio de divulgación: Papel  
País/Idioma: Uruguay, Español  
Palabras Clave: Marketing minorista  
Áreas de conocimiento:  
Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Marketing Retailing  
Servicios  
Tesis realizada pro Levi Cortizas, Carolina Chiappara, Mauro Gerner

##### **Peptonas (2008)**

Tesis de maestría  
Sector Educación Superior/Privado / Universidad ORT Uruguay / Universidad ORT Uruguay -  
Facultad de Administración y Ciencias Sociales , Uruguay  
Programa: Master en Administración de Empresas  
Nombre del orientado: Santiago Ferro  
Medio de divulgación: Papel  
País/Idioma: Uruguay, Español  
Palabras Clave: Marketing industrial  
Áreas de conocimiento:  
Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Marketing Industrial  
Tesis realizada por Santiago Ferro, Pablo Moyal y Tatiana Rossi

##### **Ergon, empresa de generación y comercialización de energía eléctrica (2008)**

Tesis de maestría  
Sector Educación Superior/Privado / Universidad ORT Uruguay / Universidad ORT Uruguay -  
Facultad de Administración y Ciencias Sociales , Uruguay  
Programa: Master en Administración de Empresas  
Nombre del orientado: Graciela Pérez Montero  
Medio de divulgación: Papel  
País/Idioma: Uruguay, Español

Palabras Clave: Marketing industrial

Áreas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Marketing Industrial

Plan de Negocios elaborado por Graciela Perez Montero, Fabricio Melo y Héctor Acosta.

#### **Purificadores de agua (2008)**

Tesis de maestría

Sector Educación Superior/Privado / Universidad ORT Uruguay / Universidad ORT Uruguay -

Facultad de Administración y Ciencias Sociales , Uruguay

Programa: Master en Administración de Empresas

Nombre del orientado: Daniel Collato

Medio de divulgación: Papel

País/Idioma: Uruguay, Español

Palabras Clave: Marketing industrial

Áreas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Marketing Industrial

Tesis realizada por Daniel Collato y Eduardo Solano

#### **OTRAS**

##### **Rediseño del proceso de soporte de la empresa Presentia (2017)**

Otras tutorías/orientaciones

Sector Educación Superior/Privado / Universidad ORT Uruguay / Universidad ORT Uruguay -

Facultad de Administración y Ciencias Sociales , Uruguay

Tipo de orientación: Tutor único o principal

Nombre del orientado: Alfredo Cazes

País/Idioma: Uruguay, Español

Palabras Clave: Rediseño de procesos

Áreas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Procesos

Tutoría en el marco del Master en Gestión de Empresas Tecnológicas

##### **Rediseño del proceso técnico de la empresa SoftWorks (2017)**

Otras tutorías/orientaciones

Sector Educación Superior/Privado / Universidad ORT Uruguay / Universidad ORT Uruguay -

Facultad de Administración y Ciencias Sociales , Uruguay

Tipo de orientación: Tutor único o principal

Nombre del orientado: Marcos Mujica

País/Idioma: Uruguay, Español

Palabras Clave: Rediseño de procesos

Áreas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Procesos

Tutoría en el marco del Master en Gestión de Empresas de Tecnología

## **Otros datos relevantes**

### **PREMIOS, HONORES Y TÍTULOS**

#### **Premio a la Excelencia Docente en Postgrados y Ejecutivos (2013)**

(Nacional)

Facultad de Administración y Ciencias Sociales, Universidad ORT Uruguay

#### **Outstanding Teaching Award (2008)**

(Nacional)

Idaho State University

Premio a la excelencia docente recibido por la actuación en el dictado de tres cursos como docente invitado en Idaho State University.

#### **Primer premio a la mejor Cátedra de la Facultad (2007)**

Facultad de Administración y Ciencias Sociales

**Miembro "Alpha Mu Alpha" (1989)**

(Nacional)  
American Marketing Association  
Organización compuesta por los mejores estudiantes de postgrado de Marketing de EEUU.

**Beca PRA (1988)**

(Internacional)  
OEA-Organización de Estados Americanos  
Con esta beca financié los estudios del Master of Science in Marketing

**Presidente de la International Student Association (1987)**

(Nacional)  
Corpus Christi State University (hoy Texas A&M Corpus Christi)

**Beca Internacional (1986)**

(Internacional)  
Fundación Rotaria de Rotary Internacional  
Con esta beca financié los estudios del MBA.

**PRESENTACIONES EN EVENTOS****Congreso Anual de BALAS (2006)**

Congreso  
To Brand or not to Brand: Effects of Brand Names on Uruguayan Consumer's Perception of Product Quality  
Perú  
Tipo de participación: Otros  
Carga horaria: 2  
Nombre de la institución promotora: BALAS(Business Association of Latin American Studies)  
To Brand or not to Brand: Effects of Brand Names on Uruguayan Consumer's Perception of Product Quality, investigación realizada en co-autoría con John Story, PhD, y Robert Hoover, PhD, presentado en el congreso de BALAS (Business Association of Latin American Studies), Mayo de 2006, Lima, Perú. La presentación fue realizada por el Dr Story

**Congreso Anual de ESOMAR (2003)**

Congreso  
Key Note Speaker en la conferencia Latinoamericana de ESOMAR, Hotel Conrad Uruguay  
Tipo de participación: Conferencista invitado  
Carga horaria: 6  
Nombre de la institución promotora: ESOMAR  
Key Note Speaker en la conferencia Latinoamericana de ESOMAR (La Asociación Mundial de Profesionales de la Investigación), Hotel Conrad, Punta del Este, Uruguay, 4 de mayo de 2003.

**Políticas de Fijación de Precios (1998)**

Seminario  
Seminario: Políticas de Fijación de Precios, organizado por el Centro de Farmacias del Uruguay, Uruguay  
Tipo de participación: Expositor oral  
Carga horaria: 10  
Nombre de la institución promotora: Centro de Farmacias del Uruguay

**La Función de Marketing en las Empresas de Servicios, (1998)**

Seminario  
La Función de Marketing en las Empresas de Servicios, Instituto Universitario Francisco de Asís Uruguay  
Tipo de participación: Expositor oral  
Carga horaria: 10  
Nombre de la institución promotora: Instituto Universitario Francisco de Asís

#### **Desayuno de Trabajo (1998)**

Simposio  
El Balanced Scorecard o Cuadro de Mando Integral  
Uruguay  
Tipo de participación: Expositor oral  
Carga horaria: 6  
Nombre de la institución promotora: ADM  
Charla: El Balanced Scorecard, desayuno de trabajo de Asociación de Dirigentes de Marketing del Uruguay (ADM), julio de 1998.

#### **Marketing de Servicios Financieros (1996)**

Seminario  
Conferencista en la Bolsa de Valores sobre Marketing de Servicios Financieros  
Uruguay  
Tipo de participación: Expositor oral  
Carga horaria: 10  
Nombre de la institución promotora: Bolsa de Valores

#### **VIII Congreso Latinoamericano de Horticultura (1996)**

Simposio  
Conferencista sobre La Diferenciación de Producto como Estrategia de Marketing  
Uruguay  
Tipo de participación: Expositor oral  
Carga horaria: 10  
Nombre de la institución promotora: Intendencia Municipal de Montevideo

#### **Las Perspectivas Económicas del Cono Sur" (1994)**

Encuentro  
Conferencista Las perspectivas económicas del Cono Sur  
Estados Unidos  
Tipo de participación: Expositor oral  
Carga horaria: 10  
Nombre de la institución promotora: University of Texas, Austin

### **JURADO/INTEGRANTE DE COMISIONES EVALUADORAS DE TRABAJOS ACADÉMICOS**

#### **Varios, entre 2005 y 2008 (2007)**

Candidato: Varios  
Tipo Jurado: Tesis de Maestría  
Hector Bajac  
Master en Administración de Empresas / Sector Educación Superior/Privado / Universidad ORT Uruguay / Universidad ORT Uruguay - Facultad de Administración y Ciencias Sociales / Uruguay  
País: Uruguay  
Idioma: Español  
Corrector de varias tesis de MBA

## **Información adicional**

Presidente de la Cámara de Anunciantes del Uruguay, marzo 2014 a marzo de 2017.  
Miembro electo del Consejo Académico Consultivo de la Facultad de Administración y Ciencias Sociales de Universidad ORT, setiembre de 1997 a setiembre de 1999.

## **Indicadores de producción**

<b>PRODUCCIÓN BIBLIOGRÁFICA</b>	<b>8</b>
<b>Artículos publicados en revistas científicas</b>	1
Completo	1
<b>Artículos aceptados para publicación en revistas científicas</b>	1
Completo	1
<b>Trabajos en eventos</b>	2

<b>Libros y Capítulos</b>	<b>1</b>
Libro publicado	1
<b>Textos en periódicos</b>	<b>3</b>
Periodicos	2
Revistas	1
<b>PRODUCCIÓN TÉCNICA</b>	<b>1</b>
Trabajos técnicos	1
<b>EVALUACIONES</b>	<b>4</b>
Evaluación de eventos	4
<b>FORMACIÓN RRHH</b>	<b>7</b>
<b>Tutorías/Orientaciones/Supervisiones concluidas</b>	<b>7</b>
Tesis de maestría	5
Otras tutorías/orientaciones	2