



**HECTOR EMILIO BAJAC
LOPEZ**

Dr.

bajac@ort.edu.uy
099581626

SNI

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

Fecha de publicación: 28/07/2018
Última actualización SNI: 28/07/2018

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 / Uruguay
Teléfono: (2) 29080677
Correo electrónico/Sitio Web: 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

Areas 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

Areas 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

Areas 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

Areas 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

Areas 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

Areas 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

Areas 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

Areas 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

Areas 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

Áreas de conocimiento:

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

Marketing turístico, un estudio comparativo en América 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

Áreas 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, Bangkok

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

Áreas 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

Judicium: 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[®] [latindex](#)

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 (2003)

Libro publicado, Texto integral

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 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
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: Irrestriccta

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

Carolan 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 Internacional 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

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

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