

EDUARDO TORRES MORAGA



Nationality

Chilean

Address, Phone, Fax and e-mail

Diagonal Paraguay 257, Oficina 1105, Santiago, Chile

Phone: (562) 978 3366

Fax: (562) 222 0639

E-mail: eduardot@negocios.uchile.cl

Education

Doctor en Gestión (Especialidad Marketing), Universidad de Zaragoza, España.

Diplomado en Estudios Avanzados en Comercialización e Investigación de mercados, Universidad de Zaragoza, España.

Ingeniero Comercial, Licenciado en Administración de Empresas, Universidad del Bío-Bío, Chile.

Languages

Spanish, English

Work Experience

Academic Positions

Académico e Investigador jornada completa, Departamento de Administración, Universidad de Chile, Chile.

Director Académico, Magíster en Administración para Ejecutivos, Universidad de Chile, Chile.

Director Diploma de Gestión de Empresas, Universidad de Chile, Chile.

Scholarships and Awards

Premio al académico destacado del año 2004. Otorgado por la facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad del Bío-Bío. Concepción, 26 de noviembre de 2004.

Premio al mejor profesor de la mención administración 2006. Otorgado por el Centro de Estudiantes de Ingeniería Comercial de la Universidad de Chile (CEIC). Santiago, 18 de agosto de 2006.

Publications

“How bricks-and-mortar attributes affect online banking adoption”. *International Journal of Bank Marketing*, Flavián, C.; Guinalú, C. and Torres, E.; (Forthcoming, 2006).

“Estrategias de posicionamiento basadas en la cultura del consumidor: un análisis de la publicidad en televisión”, *Estudios Gerenciales*, Torres, M. y Muñoz, C. (Forthcoming, 2006).

“Propuesta de una metodología para la obtención de requerimientos de responsabilidad social corporativa”, *Panorama Socioeconómico*, N° 32 (Enero-Julio), pp. 58-69. Jara, L.A.; Torres; E. y Moneva, J.M. (2006).

“Determinantes de la confianza del consumidor aragonés hacia la compra a través de Internet: Un estudio confirmatorio del comportamiento de compra”, *Documentos de Trabajo Fundación de Economía Aragonesa*, Vol. 20, pp. 07-46. Flavián, C.; Díaz de Rada, V.; Lozano, J.; Torres, E.; Gurrea, R. y Guinalú, M. (2006).

“The influence of corporate image on consumer trust. A comparative analysis in traditional vs Internet banking”, *Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy*, Vol. 15 (4), pp. 447-470. Flavián, C.; Guinalú, C. and Torres, E. (2005).

“Integrando los beneficios para el cliente de servicios bancarios: banca convencional versus banca en Internet” *Revista Panorama Socioeconómico*, N° 31 (julio-diciembre), pp. 8-21. Torres, E. y Vásquez, A. (2005).

“Corporate image measurement a further problem for the tangibilisation of Internet banking services”, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 22, N° 5, pp. 366-384. Flavián, C.; Torres, E. and Guinalú, C. (2004).

“Distribución de valor al usuario: una cuestión de expectativas y satisfacción”. *Revista Panorama Socioeconómico*, N° 26 (Mayo), pp. 34-43. Medina, A. y Torres, E. (2003).

“Factores relacionados con la lealtad: un análisis del compromiso con la compra y de los atributos de los supermercados”, *Theoría*, Vol. 12, pp. 97-106. Flavián, C. y Torres, E. (2003).

“Proposition development of a scale to measure the image of Internet banking”. Flavián, C. and Torres, C. (2003). *Proceeding: Congreso Internacional de Comercio Electrónico LatAm*. Universidad de Talca.

Papers in Progress

“Análisis de la publicidad exterior: un estudio exploratorio de la recordación y motivación de compra“. Enviado a publicar a *Revista Venezolana de Gerencia*.

“Extensión de marca derivada. Efectos del mercado objetivo y similitud de las categorías“. En preparación para ser enviado a publicar.

“¿Son todas las dimensiones de la calidad del servicio reales satisfactorios?. Un análisis de los factores higiénicos y satisfactorios”. En preparación para ser enviado a publicar.

“Identificando a los consumidores leales a través de sus características: Un contraste entre productos y supermercados”. En preparación para ser enviado a publicar.

“Como influyen las dimensiones de la imagen corporativa sobre la banca en Internet”. En preparación para ser enviado a publicar.

“Reflejo del posicionamiento cultural: Comparación entre Chile, Argentina y España”. En preparación para ser enviado a publicar.

“Diseño de una escala para medir la calidad del servicio de los supermercados”
En preparación para ser enviado a publicar.

“¿Es el banco en Internet el que más necesita de la imagen corporativa?”
En preparación para ser enviado a publicar.

“La relación confianza-compromiso en el contexto de la banca en Internet”
En preparación para ser enviado a publicar.

“Marca versus producto en la relación satisfacción-lealtad del consumidor”
En preparación para ser enviado a publicar.

Research Projects

“Análisis de la influencia de la usabilidad del interfaz en la respuesta del consumidor”
Financiado: Diputación General de Aragón- Ministerio de Educación
y Ciencia (España). Año: 2005- 2006

“Determinantes de la confianza del consumidor aragonés hacia la compra a través de Internet. Un estudio confirmatorio del comportamiento de compra”
Financiamiento: Universidad de Zaragoza/ Fundación de Economía Aragonesa (FUNDEAR)
(España). Año: 2004-2005

“La confianza del cliente bancario. Un análisis de la percepción de los atributos del banco”
Financiamiento: Universidad del Bío-Bío/ Dirección de investigación (Chile)
(43118 3/R). Año: 2004.

“El posicionamiento basado en la cultura del consumidor: una comparación entre Chile y Argentina”
Financiado: Universidad Central de la Provincia de Buenos Aires (Argentina). Año: 2004

“Desarrollo y proposición de una escala para medir la imagen bancaria”
Financiamiento: Universidad del Bío-Bío/ Dirección de investigación (Chile).
(032414 3/I). Año 2003

“Análisis de las principales consecuencias derivadas de la confianza en las relaciones a través de Internet”

Financiamiento: Universidad de Zaragoza/ Servicio de Gestión de Investigación (España). Año 2003.

“Gestión de la confianza en las relaciones online: Un estudio de sus factores antecedentes”

Financiamiento: Universidad de Zaragoza/ Gobierno de Aragón, Dirección General de Enseñanza Superior (España). Año: 2003

Research Groups

Forma parte de un grupo investigador “Gestión de la confianza- Orientación al mercado” del Departamento de Economía y Gestión de Empresas de la Universidad de Zaragoza, reconocido y clasificado por el Gobierno de Aragón (Boletín Oficial de Aragón número 58 del 24 de abril de 2003).

Coordina grupo de investigación de marketing donde participan investigadores de la Universidad Central de la Provincia de Buenos Aires (Argentina).

Teaching

Graduate Programs

“Gerencia de Marketing”, Magíster en Dirección de Negocios, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina (año: 2006).

“Marketing de Servicios”, Magíster en Administración, Universidad de Chile (año: 2005-2006).

“Tópicos en Marketing”, Magíster en Administración, Universidad de Chile (año: 2005-2006).

“Dirección Comercial”, Magíster en Dirección de Empresas, Universidad del Bío-Bío (año: 2004).

“Marketing Internacional”, Magíster en Dirección de Empresas, Universidad del Bío-Bío (año: 2004).

“Administración Estratégica en Salud” (Marketing de servicios), Magíster en Salud Pública, Universidad del Bío-Bío (año: 2003-2004).

Diplomas

“Marketing Deportivo”, Diplomado en Gestión Deportiva, Universidad de Chile (año: 2006).

“Plan de Marketing”, Diplomado en Gestión de Empresas, Universidad de Chile (año: 2005).

“Marketing de Servicios (Tópicos de Marketing)”, Diploma en Gestión de Marketing, Universidad de Chile (año: 2005).

“Marketing”, Diploma en Management, Universidad Andrés Bello (año: 2004).

“Política y Estrategia de Marketing”, Diplomado en Administración, Universidad del Bío-Bío (año: 2003).

“Marketing”, Diplomado en Gestión Agropecuaria, Universidad del Bío-Bío (Años: 2002 y 2003).

“Investigación de Mercados”, Diplomado en Marketing, Universidad del Bío-Bío (año 1998).

Presentations in Congress

“Extensión de marca derivada versus extensión convencional: un estudio experimental”, ENEFA 2007, Universidad de Santiago, Algarrobo, 15-17 de noviembre de 2006.

“La banca en internet: una mirada hacia la relación con sus clientes a través de la confianza y el compromiso”, ENEFA 2007, Universidad de Santiago, Algarrobo, 15-17 de noviembre de 2006.

“Relación satisfacción-lealtad en el contexto de los productos electrónicos”, Primer Congreso Chileno de Psicología, Universidad de Talca, 19-21 de octubre de 2006.

“Propuesta de un modelo de lealtad. Un análisis independiente entre la lealtad al producto y la lealtad a la marca”, Congreso Latinoamericano de Estrategia SLADE, Universidad de las Américas, Puebla, México, 25-27 de mayo de 2006.

“Propuesta metodológica para la creación de una escala de medida para la responsabilidad social corporativa”, ENEFA, Universidad del Bío-Bío, Chillán, 17-19 de noviembre de 2005, Universidad del Bío-Bío.

“Extensión de marca derivada versus extensión tradicional: un análisis de la similitud de la categoría y del impacto sobre la marca”, CLADEA, Universidad de Chile, Santiago de Chile, 20-22 de Octubre de 2005, Universidad de Chile.

“A proposal for corporate image measurement: The case of online financial services distribution”. EIRASS Conference, Orlando, USA, July 21-24, 2005.

“Reflejo del posicionamiento cultural en la publicidad emitida por la televisión chilena”. XX Encuentro Nacional de Escuelas y Facultades de Administración y Economía (ENEFA), Universidad de Tarapacá, Arica , 18 al 20 de Noviembre de 2004.

“Relación de la imagen corporativa sobre la confianza en el contexto bancario”. XX Encuentro Nacional de Escuelas y Facultades de Administración y Economía (ENEFA), Universidad de Tarapacá, Arica, 18 al 20 de Noviembre de 2004.

“Relación de la lealtad con el compromiso y los atributos de la Imagen”
VI encuentro nacional de marketing. Universidad de Chile. Santiago de Chile. Enero de 2003.

“Proposition development of a scale to measure the image of internet banking”
Congreso internacional de comercio electrónico. Universidad de Talca. Santiago de Chile. Octubre 2003.

Presentations in Seminars

“La imagen corporativa y de la marca”
Seminario Gestión de marcas: Branding.

Universidad Diego Portales. Temuco. Abril de 2003

“Estableciendo posicionamiento de las marcas en mercados Internacionales”
Seminario Comunicación e imagen corporativa para mercados internacionales.
Prochile- Duoc. Concepción. Octubre de 2003.

Professional Societies / Service / Other Activities

Revisor Cladea
Revisor Proyectos Fodecyt
Miembro del Comité Internacional de la Revista Innovar (Universidad Nacional de Colombia)
Revisor Revista Panorama Socioeconómico

Consulting

Capacitación: “Visión estratégica de negocios”
SERCOTEC. Junio de 1998.

Capacitación: “Visión estratégica de negocios”
PROFO Metalúrgico Chillán. Octubre de 1998.

Capacitación: “Atención de público y técnicas de ventas”
Empresa Construmart. Noviembre de 1998.

Capacitación: “Excelencia en atención de público”
I. Municipalidad de Chillán. Octubre de 2002.

Capacitación: “Excelencia en atención de público”
I. Municipalidad de Ninhue. Diciembre de 2002.

Capacitación: “Atención de público”
I. Municipalidad de San Ignacio. Diciembre de 2002.

Capacitación: “Marketing para agricultores”
INDAP. Julio de 2003.

Capacitación: “Curso de imagen y comunicación integrada de marketing”
Dirigido a los profesores del Duoc-UC
Duoc-UC Concepción. 28 y 29 de Abril de 2004.

Capacitación: “Atención al cliente”
I. Municipalidad de San Carlos. I. Municipalidad de Coihueco. I. Municipalidad de San Fabián. I.
Municipalidad de Ñiquen. Julio-agosto de 2004.

Capacitación: “Estrategias de comercialización y marketing para el desarrollo económico local”
16 y 23 de octubre de 2004.

Asesoría “Readecuación del plan estratégico de la empresa SOCODER Ltda.”
Enero-Marzo de 2003.

Asesoría: “Situación financiera laboratorio LECYCA”
Mayo 2004.

Asesoría: “Investigación de mercado para determinar las necesidades del Laboratorio LECYCA”
Mayo-Noviembre 2004.

Asesoría: “Marketing de servicios”, Multimédical.
Marzo 2006 hasta la fecha.

Capacitación: “Marketing de servicios e Imagen corporativa para la red asistencial”, Directores
Servicio de Salud Aconcagua
Julio de 2006.

Asesoría: “Desarrollo de soluciones para el comercio”
FUNDES CHILE
Agosto de 2006 hasta la fecha.