

CRISTÓBAL BARRA VILLALÓN



Nacionalidad

Chileno

Dirección, Teléfono, Fax, e-Mail

Diagonal Paraguay 257, Oficina 1006, Santiago, Chile

Phone: (562) 978 3790

Fax: (562) 222 0639

E-mail: cbarra@fen.uchile.cl

Educación

Ingeniero Comercial, Universidad de Chile, Santiago, Chile, 2005.

Magister (MSc) en Marketing (C), Universidad de Chile, Santiago, Chile, 2008.

Idiomas

Español, Inglés (intermedio)

Experiencia Laboral

Oct, 2005 / Feb, 2007: Cecinas San Jorge S.A.

Asistente de Marketing

Ene, 2005 / Sep, 2005: Universidad de Chile, Facultad de Economía y Negocios

Ayudante de Investigación

Jun, 2001 / Jun, 2003: Distribución y Servicios Empresariales S.A.

Asistente de Marketing

Dic, 1998 / Dic, 2000: IntraWeb Internet / Justice Telecom

Coordinador Comercial

Posición Académica

Marzo de 2007 – a la fecha

Académico Ayudante, Jornada Completa, Departamento de Administración / Escuela de Negocios, Facultad de Economía y Negocios, Universidad de Chile.

Experiencia Académica

Profesor. Escuela de Negocios para Ejecutivos, Facultad de Economía y Negocios, Universidad de Chile. Programa de Diplomado en Gestión de Marketing. Cursos: **Investigación de Mercados, Estadística para los Negocios, Plan de Marketing y Marketing Gerencial.**

Ayudante. Escuela de Postgrado, Facultad de Economía y Negocios, Universidad de Chile. Programas de MBA y Magister en Marketing. Cursos: **Marketing de Servicios, Inteligencia de Mercados, Tópicos en Marketing, Análisis Publicitario, Plan de Marketing y Aplicaciones de Marketing.**

Ayudante. Escuela de Negocios, Facultad de Economía y Negocios, Universidad de Chile. Programas de Pregrado, Carrera de Ingeniería Comercial. Cursos: **Dirección de Empresas, Marketing I, Marketing III, Gestión de la Publicidad y Creación de Nuevas Empresas.**

Investigación

Publicaciones en Journals ISI

Olavarrieta, S., Torres, E., Vásquez, A. y Barra, C. (Forthcoming, 2009), “Derived vs Full Brand Name Extensions: An Experimental Study”, *Journal of Business Research*.

Torres, E., Hidalgo, P. y Barra, C. (2008), “Determinación y Categorización de los Factores de Satisfacción e Insatisfacción en la Banca por Internet”, *Academia – Revista Latinoamericana de Administración*, Vol. 41, pp. 49-67.

Torres, E., Valenzuela, L. y Barra, C. (Forthcoming, 2009), “Factores determinantes de la confianza hacia el intermediario en la industria del trueque comercial”, *Innovar – Journal of Administrative and Social Sciences*

Publicaciones en Journals Internacionales

Torres, E., Vásquez, E. y Barra, C. (Forthcoming 2009), “The Path of Patient Loyalty and the Role of Doctor Reputation”, *Health Marketing Quarterly*, Vol. 26 (3).

Publicaciones en Journals Nacionales

Torres, E., Manzur, E., Hidalgo, P. y Barra, C. (Forthcoming 2008), “Relación entre las Dimensiones de la Calidad del Servicio y la Satisfacción. Un Análisis de los Componentes Higiénicos y Satisfactores”, *Estudios de Administración*, Vol. 15 (1).

Artículos Terminados (en revisión):

Torres, E., Vásquez, A., Barra, C. y Farías, A., “Customer Trust in Internet Banking: The Role of Service Quality and Customer Satisfaction”. (Revista: *Journal of Computer Information Systems* (ISI) – Enviado: 2008)

Torres, E., Vásquez, A. y Barra, C., “Lealtad del Paciente a su Médico. Rol de la Satisfacción, la Confianza y el Compromiso del Paciente”. (Revista: *ACADEMIA – Revista Latinoamericana de Administración* (ISI) – Enviado 2008)

Torres, E., Vásquez, A. y Barra, C., “Proposal of a Scale for Measuring Service Quality in Internet Banking: An Analysis of a Latin American Country”. (Revista: *Online Information Review* (ISI) – Enviado: 2008)

Torres, E., Vásquez, A. y Barra, C., “Antecedents of Donor Trust in an Emerging Charity Sector: The Role of Reputation, Familiarity, Opportunism and Communication”. (Revista: *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly* (ISI) – Enviado: 2008)

Torres, E., Manzur, E., Olavarrieta, S. y Barra, C., “Análisis de la Relación Compromiso-Confianza en la Banca en Internet”. (Revista: *Revista Venezolana de Gerencia* (ISI) – Enviado 2008)

Torres, E. y Barra, C., “El Efecto de la Usabilidad en la Formación de la Satisfacción y la Confianza en Ambientes Web: El Caso de los Sitios de Remates Online”. (Revista: *Innovar* (ISI) – Enviado: 2008)

Artículos Terminados (por enviar a revisión):

Vásquez, A., Torres, E. y Barra, C., “Loyalty Chain on Commercial Barter: A Case of Study”. (Revista Target: *Journal of Business and Industrial Marketing* - 2008)

Vásquez, A., Torres, E. y Barra, C., “Lealtad de los Consumidores hacia los Productos Electrónicos: Orientación a la Marca versus Orientación al Producto”. (Revista Target: *Journal of the Academy of Marketing Science* - 2008)

Seminarios y Conferencias

CLADEA 2008, UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS – Puebla, México

Torres, A., Vásquez, A., Barra, C. y Farías, A., (2008) “El rol de la Calidad del Servicio en la Confianza hacia la Banca en Internet”.

SLADE 2008, UNIVERSIDAD DIEGO PORTALES – Santiago, Chile

Torres, A. y Barra, C., (2008) “Propuesta y Desarrollo de una Escala para Medir la Calidad del Servicio en los Bancos por Internet”.

Cultural Perspectives in Marketing Conference 2008, ACADEMY OF MARKETING SCIENCE, – New Orleans, LA, USA:

Torres, E., Vásquez, A. y Barra, C., (2008) “Analysis of the Determinant Factors of Loyalty in the Commercial Barter Industry”.

BALAS 2007, INCAE – San José, Costa Rica:

Olavarrieta, S., Torres, E., Vásquez, A. y Barra, C., (2007) “Investigating the Advantages of Derived Brand Extensions versus Full Name Brand Extensions: An Experimental Study.”
Nominado a Mejor Paper del Congreso.

CLADEA 2005, UNIVERSIDAD DE CHILE – Santiago, Chile:

Torres, A., Barra, C. y Vásquez, A., (2005). “Extensión de Marca Derivada versus Extensión Tradicional: Un Análisis de la Similitud de la Categoría y del Impacto sobre la Marca”.

Revisor de Artículos

- Congreso BALAS 2008 (1 artículo)
- Congreso CLADEA 2008 (2 artículos)