

CURRÍCULUM VITAE



LESLIER MAUREEN VALENZUELA FERNÁNDEZ

lvalenzuela@unegocios.cl / lvalenzu@fen.uchile.cl

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5817-1879>

<https://www.linkedin.com/in/lesliermaureenvalenzuelafern%C3%A1ndez/>

ESTUDIOS

- Coach Ontológico, Newfield Network. Escuela Internacional de Coaching, 2015.
- PhD en Marketing, especialista en Comercialización e Investigación de Mercados. Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España, 2007. Cum Laude Sobresaliente con Unanimidad, 04 de Julio 2007.
- Premio Extraordinario de Doctorado, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España 2008.
- Diploma de Estudios avanzados (DEA) en comercialización e investigación de mercado, Universidad Complutense de Madrid, España, año 2005.
- MBA, University of Guelph, Guelph, Ontario, Canada, 2003.
- Diplomado en Marketing, Universidad del Bío-Bío, Concepción, Chile, 2000.
- Ingeniero Comercial y Licenciado en Ciencias de la Administración, Universidad del Bío-Bío, Concepción, Chile. 1996.

CURSOS DE FORMACIÓN

- Certificación sobre Prácticas Innovadoras en Educación Superior, otorgado por LASPAU, Harvard University, USA, 2015. Esta certificación fue evaluada en base a estándares internacionales, según el modelo CPI (Certificación de Prácticas Docentes Innovadoras en la Educación Superior).
- Beca para curso de *Management Research*, organizado por el Real Colegio Complutense, Madrid, España para profesores de Dirección de Empresas, realizado por Harvard University, Boston, USA, julio 2005.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

- *Making Decision Model, Strategic Marketing, Industrial Marketing, Sales Management, Sustainability and Business Ethics.*

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS INTERNACIONALES EN INVESTIGACIÓN (El orden en que se han listado los reconocimientos es descendente con el propósito de mostrar el reconocimiento más actual (n°14) hasta el más antiguo recibido (n°1).)

- 15. Reconocimiento a la calidad del trabajo y premio al mejor artículo titulado** “Antecedents of business tourist loyalty: the moderating role of familiarity and emotional and cognitive experiences” **en ACIEK 2024. Selección para ser publicado en la revista Review of Managerial, Rev Manag Sci (2025).** <https://doi.org/10.1007/s11846-025-00852-7>
- 14. Reconocimiento a la calidad del trabajo y selección para ser publicado en la revista ACADEMIA (WoS)** para el artículo “Understanding affective evaluation in retail. Consumers ‘perspective”, Conference Global Innovation Knowledge Academy, GIKA-LATAM 2019, organizado por la Universidad Católica de la Santísima Concepción. Concepción, Chile, **16 al 17 de enero de 2019.**
- 13. Reconocimiento a la calidad del trabajo y selección para ser publicado en la revista ACADEMIA (WoS)** artículo “The role of Organizational Justice in the effect of Customer Value Orientation on Performance” Conference Global Innovation Knowledge Academy, GIKA-LATAM 2019, organizado por la Universidad Católica de la Santísima Concepción. Concepción, Chile, **16 al 17 de enero de 2019.**
- 12. Reconocimiento a la calidad del trabajo y selección para ser publicado en el Special Issue Journal Business Industrial Marketing (WoS)** artículo “The most influential journals of the last 25 years. Bibliometric Analysis in B2B Marketing” **International Conference in Business and Industrial Marketing, CBIM 2018**, organized by Georgia State University, USA & Rey Juan Carlos University, Madrid, Spain during **18th June to 20th June 2018.**
- 11. Premio a la Mejor Ponencia Track 9: “Dirección General y Estrategia”** artículo “Universidades más influyentes en investigación sobre orientación al mercado: una visión general desde 1990 a 2014”. Otorgado por el “51° Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración CLADEA 2016: La Innovación en las Escuelas de Negocios” Medellín, Colombia, **2, 3,4 de octubre de 2016.**
- 10. Premio Estudios Gerenciales**, artículo “Universidades más influyentes en investigación sobre orientación al mercado: una visión general desde 1990 a 2014” otorgado por Estudios Gerenciales, Journal of Management and Economics for Iberoamérica, Conferencia CLADEA, **Colombia, 4 de octubre 2016.**
- 9. Reconocimiento institucional Leadership Award para la U. de Chile** entregado por la constante participación de la Dra. Leslier Valenzuela-Fernández por la contribución de trabajos durante la Global Conference on Business and Finance (GCBF), Honolulu, Hawaii, USA. **6 al 9 de enero de 2014.**
- 8. Reconocimiento Outstanding Research Award** article “The Influence of Product Placement in Movies on Explicit and Implicit Memory: A Study from the Consumers Perspective”, entregado por Global Conference on Business and Finance (GCBF), Honolulu, Hawaii, USA. **6 al 9 de enero de 2014.**
- 7. Premio Best in Session Award**, a la ponencia “Influencia del Placement en las Películas sobre la Memoria Explícita e Implícita: Estudio desde la Perspectiva de los Consumidores” durante la Global Conference on Business and Finance, organizada por The Institute for Business and Finance Research. Honolulu, Hawaii, USA. **6 al 9 de enero de 2014.**
- 6. Reconocimiento al Mejor Caso Internacional “FINAM: Orientación al Mercado en una empresa sin fines de lucro”** en la Reunión Anual de la Asociación Latinoamericana de Casos (ALAC), Universidad de Sao Paulo, Brasil. **25 de octubre de 2013.**
- 5. Premio Outstanding Research Award**, ponencia “Comunidades de Marca Virtuales en Redes Sociales” durante la Global Conference on Business and Finance, organizada por The Institute for Business and Finance Research. San José, Costa Rica, **28 al 31 de mayo de 2013.**
- 4. Premio Best in Session Award**, publicación “Comunidades de Marca Virtuales en Redes Sociales” durante la Global Conference on Business and Finance, organizada por The Institute for Business and Finance Research. San José, Costa Rica, **28 al 31 de mayo de 2013.**
- 3. Premio Outstanding Research Award**, publicación “Orientación al Valor del Cliente y los Resultados Organizacionales. Propuesta de un Modelo Explicativo” durante la Global Conference on Business and Finance, organizada por The Institute for Business and Finance Research. Las Vegas, Nevada, USA. **2 al 5 de enero de 2013.**
- 2. Premio Extraordinario de Doctorado, entregado por la Universidad Complutense de Madrid.** Los criterios para obtener el Premio Extraordinario de Doctorado son: obtener la máxima calificación con unanimidad, y de las tesis con

la máxima distinción se selecciona la o las mejores (2006-2007) basado en su originalidad y calidad científica de la tesis doctoral, la repercusión aplicativa de los resultados y de su línea de investigación. España. **24 de junio de 2008**

1. **Distinción grado de Doctor Cum Laude Sobresaliente con Unanimidad** Tesis Doctoral ISBN: 978-84-692-0059-9 Valenzuela L. 2007. Título “La Gestión del Valor de la Cartera de Clientes y su Efecto en el Valor Global de la Empresa. Diseño de un Modelo Explicativo como una Herramienta para la Toma de Decisiones Estratégicas de Marketing”, **julio, 2007.**

3.2.2 PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS NACIONALES EN INVESTIGACIÓN (El orden en que se han listado los reconocimientos nacionales es descendente con el propósito de mostrar el reconocimiento más actual (n°6) hasta el más antiguo recibido (n°1))

6. **Reconocimiento al Mejor Artículo Track de Marketing**, “Comunidades de Marca Virtuales en Redes Sociales. Estudio Aplicado a Consumidores Chilenos”, Congreso ENEFA, Talca, Chile, **noviembre, 2012.**
5. **Reconocimiento al Mejor Artículo Track de Responsabilidad Social Empresarial**, “Sensibilidad ética en los ejecutivos de negocios de Chile”, Congreso ENEFA, Talca, Chile, **noviembre de 2012.**
4. **Premio Mención Honrosa en el concurso “Management en las Universidades Chilenas”**. Edición Especial Trend Management, **mayo, 2012.**
3. **Premio Mención Honrosa** en el concurso “Management en las Universidades Chilenas”. Concurso “Management Made in Chile” Edición Especial Wobi, **mayo, 2013.**
2. **Reconocimiento al Mejor Artículo**, “Efecto de la gestión de marketing y ventas orientada al cliente y la ética sobre el valor del cliente”, Congreso de ENEFA, Antofagasta, Chile, **noviembre, 2009.**
1. **Reconocimiento a la Mejor Ponencia en Marketing**, “Orientación al valor del cliente como fuente de ventaja competitiva. Propuesta de un modelo explicativo de gestión”, Congreso ENEFA, Valdivia, Chile, **noviembre, 2007.**

3.2.3. RECONOCIMIENTOS NACIONALES EN DOCENCIA Y GESTIÓN El orden en que se han listado los reconocimientos enfocados a docencia es descendente con el propósito de mostrar el reconocimiento más actual (n°7) hasta el más antiguo recibido (n°1).

7. **Reconocimiento a la Destacada Participación Académica y Mejor Docente del Magíster en Marketing de FEN.** Otorgado por la Escuela de Postgrado, FEN, U. de Chile, **24 de noviembre, 2022.**
6. **Reconocimiento como la Mejor Directora Académica de Diplomas 2020**, Centro de Desarrollo Gerencial Unegocios, Departamento de Administración, FEN, U. de Chile, **noviembre, 2021.**
5. **Reconocimiento a la Destacada Participación Académica y Mejor Docente del Magíster en Marketing de FEN.** Otorgado por la Escuela de Postgrado, FEN, U. de Chile, **enero, 2021.**
4. **Reconocimiento al Mejor Académico durante el año académico 2017** evaluado en el **Área de Administración y Negocios de la Escuela de Postgrado**, FEN, U. de Chile, **abril de 2018.**
3. **Reconocimiento por su Entrega y Dedicación en el desarrollo del Programa de Metodologías de Aprendizaje y Servicio**, desde el año 2011 al 2016. Otorgado por la Unidad de Responsabilidad Social Universitaria (RSU) y el Centro de Desarrollo y Aprendizaje (CEA), FEN, U. de Chile, **junio de 2016.**
2. **Reconocimiento a la destacada Participación Académica y Mejor Docente en Magíster en Marketing**, FEN, U. de Chile. Otorgado por la Escuela de Postgrado, FEN, U. de Chile, **diciembre 2014.**
1. **Reconocimiento otorgada en Innovación en Docencia, Centro de Enseñanza y Aprendizaje (CEA)**, FEN, U. de Chile, **2011.**

EXPERIENCIA PROFESIONAL

2022 a la fecha	Directora Académica Doctorado en Administración de Negocios, FEN, U. de Chile.
2019 - 2022	Directora Académica MBA, Weekend, Santiago, FEN, U. de Chile.
2020-a la fecha	Consultor y Miembro del Comité de Evaluación de Economía y Administración de la Comisión Nacional de Acreditación (CNA) para Programas de Postgrado de Universidades en Chile.

2020 a la fecha	Mentorías y coaching para estudiantes de MBA, FEN, U. de Chile. Y también a través del equipo de HUMANA Consultores y Woomup, apoyando al empoderamiento y liderazgo de mujeres.
2018 a la fecha	Profesora Asociada en la categoría Académica Ordinaria del Departamento de Administración, FEN, U. de Chile. Santiago, 2018- a la fecha. Todas las Resoluciones de Comisión Calificadora durante toda mi vida académica he obtenido la calificación máxima de 3.0.
2013 a la fecha	Directora Académica Diplomado en Marketing y Ventas, FEN, U. de Chile.
2015 a la fecha	Directora del Observatorio de Marketing Industrial, FEN, U. de Chile.
2010 - 2018	Profesora Asistente en la categoría Académica Ordinaria (2010-2018), FEN, U. de Chile. * Resolución Comisión Calificadora 2013, 2015 y 2017 con evaluación calificación máxima de 3.0.
2011 a la fecha	Consultorías en marketing estratégico y gestión comercial (ORICA, CODELCO, Superintendencia de Electricidad y Combustible, ROCHE, BancoEstado/CajaVecina, EATON, Homecenter Sodimac S.A. Intersystem, SENAME Coquimbo, Municipio Lolol, Fundación América Solidaria. FINAM, entre otros).
2007 - 2010	Profesora Asistente en la categoría Académica Ordinaria, Departamento de Administración y Auditoría, Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad del Bío-Bío, Campus Concepción. Chile.

PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN A NIVEL INTERNACIONAL

4. **INVESTIGADORA Y MIEMBRO DE LA RED IBEROAMERICANA DE INVESTIGACIÓN EN DESARROLLO SOSTENIBLE (RIIDS)**, creada en 2022 y apoyada por la Asociación Universitaria Iberoamericana de Postgrado (AUIP). Esta Red está formada por 46 investigadores de 29 Universidades Iberoamericanas, pertenecientes a 13 países (2022 a la fecha). He generado 3 publicaciones WoS y he guiado 3 tesis de magíster en temas de marketing enfocado al consumo sustentable y ética, desde la perspectiva del consumidor.
3. **COINVESTIGADORA del Proyecto CYTED N° 616RT0515**. financiado con fondos concursables externos por CONICYT titulado “Cuantificación del Efecto Multiplicador de las Capacidades de Innovación Ligera en la Empresa y su impacto en el Progreso y Bienestar en Iberoamérica”, Programa Iberoamericano de Ciencia y Tecnología para el Desarrollo. (2016-2019. Generó 2 publicaciones WoS y un Capítulo de Libro.
2. **INVESTIGADORA RESPONSABLE del Proyecto de Tesis Doctoral** titulada “La Gestión del Valor de la Cartera de Clientes y su Efecto en el Valor Global de la Empresa. Diseño de un Modelo Explicativo como una Herramienta para la Toma de Decisiones Estratégicas de Marketing”. Proyecto de Investigación para optar al grado de Doctor (Cum Laude Sobresaliente con Unanimidad). (2005- 2007). Esta investigación basada en su calidad, originalidad, contribuciones a la teoría y práctica del marketing e impactos en los resultados obtenidos. Obtuvo el Reconocimiento con el Premio Extraordinario de Doctorado. Los objetivos de esta investigación fueron: 1. Aportar una visión teórica que respalde las primeras interpretaciones del efecto de esta nueva filosofía de gestión orientada al valor del cliente sobre el valor global de la empresa. 2. Explorar sobre las variables explicativas de la orientación al valor del cliente y 3. Aportar evidencia empírica por medio de una investigación con rigor científico aplicada al sector turístico de España. (junio 2008).
1. **INVESTIGADORA RESPONSABLE** del proyecto de titulado “Food Safety Regulations in the Development of Beef Exports from Bío-Bío Region of Chile”, Proyecto de Investigación para optar al grado de Master of Business Administration, University of Guelph, Ontario, Canadá. Publicado en revista Theoria, Vol. 14 (1), 73-81, 2005.

PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN A NIVEL NACIONAL

- 10. INVESTIGADORA RESPONSABLE DEL PROYECTO CONCURSABLE INTERNO PAI-FEN (2024-2026)** titulado “Influencia de La Teoría del Comportamiento Planificado, Preocupación Medioambiental y *Greenwashing* sobre la Intención de Compra de Moda Sustentable. Rol Mediador de la Disposición a Pagar” financiado con fondos internos de la Dirección de Investigación de la FEN, U. de Chile. El objetivo de este proyecto es examinar desde la perspectiva del consumidor la influencia de la teoría del comportamiento planificado, la preocupación medioambiental y *Greenwashing* como práctica no ética en la disposición a pagar e intención de compra de moda sustentable. Tema de la Investigación: Comportamiento del consumidor, consumo sostenible, industria de la moda. En desarrollo.
- 9. INVESTIGADORA RESPONSABLE** del estudio de investigación sobre “Tácticas de influencia en el desempeño de la venta en contexto COVID-19 y post pandemia” Estudio en conjunto con el equipo de Investigadores Professor Jorge F. Jaramillo, PhD.in Marketing y Profesor Narayanan Janakiraman, PhD.in Marketing, ambos de la University of Texas at Arlington., USA. En el primer estudio periodo 2020-2021 se levantó una data de 246 respuestas validas proveniente de vendedores, ejecutivo de ventas o KAM, 53.3%, supervisores, gerentes de ventas un 46,7%. Un total de 176 de género masculino (71,5%), y 70 personas de género femenino (28,5%). El segundo estudio realizado en 2022-2023 se levantó una data de 316 respuestas validas provenientes de vendedores en Chile. Financiado por el Observatorio de Marketing y Ventas, Departamento de Administración, de la FEN, U. de Chile. Se ha divulgado los estudios a nivel de revistas empresariales, se está elaborando reportes de divulgación de estos estudios y en un paper académico sobre Persuasion and Performance para enviar a un journal académico en la disciplina de marketing o sales management.
- 8. INVESTIGADORA RESPONSABLE** del estudio de investigación sobre “Qué factores influyen en el uso y prácticas de análisis de social media. En contextos B2B. Y su efecto en el desempeño organizacional” se levantó una data de 279 encuestados altos directivos, gerentes de marketing y área comercial, jefes comerciales (56,63% hombres y 36,56% mujeres). Financiado por el Observatorio de Marketing Industrial, Departamento de Administración, de la FEN, U. de Chile. 2020. Se ha divulgado los estudios a nivel de revistas empresariales y un paper académico para enviar y presentar en la XXXIV Conferencia Internacional de Marketing, AEMARK 2023.
- 7. INVESTIGADORA RESPONSABLE DEL PROYECTO CONCURSABLE INTERNO PAI-FEN (2015-2016)** titulado “Influencia de la orientación al mercado y responsabilidad social empresarial sobre la reputación corporativa y los resultados organizacionales” financiado con fondos internos de la Dirección de Investigación de la FEN, U. de Chile. (2015-2016). El objetivo de este trabajo de investigación fue analizar el impacto que podrían tener los distintos enfoques de gestión como la Orientación al Mercado (OM) y las acciones en Responsabilidad Social Empresarial (RSE) sobre la Reputación Corporativa (RC) y los Resultados de la Organización (RO), medidos en términos financieros a través del valor de mercado de los títulos y en términos sociales por medio del retorno social de la inversión (SROI) para medir el retorno de iniciativas relacionadas a la OM y a las acciones de RSE de las empresas. Generó dos artículos indexados en WoS (ver 8.4 revistas internacionales, numerales 13,16)
- 6. INVESTIGADORA RESPONSABLE DEL PROYECTO FONDECYT REGULAR DE INICIACIÓN N° 11100163.** Financiado con fondos concursables externos por CONICYT-Chile, titulado “Impact of Customer Value Management (CVM) and Information Technology (IT) on Profitability of the Company”. El objetivo de este Proyecto fue predecir cómo la orientación al valor del cliente y la adopción de tecnologías de información influyen positiva y significativamente sobre el desempeño de marketing y ventas y su efecto sobre el valor de la compañía. Este proyecto de investigación generó varias publicaciones WoS entre ellas una publicación en Journal of Business Research. (ver 8.4 Revistas Internacionales, numerales: 6, 9, 10, 11, 13, 15, 16, 34).
- 5. INVESTIGADORA RESPONSABLE del proyecto Regular 095816 2/R** titulado “Gestión de Venta Orientada al Valor de la Cartera de Clientes”, junto a co-investigadores Fernando Jaramillo, PhD. University of Texas at Arlington, USA, Jay Mulki, PhD. University Northeastern, Boston, USA y Héctor San Martín (Investigador Alterno), Universidad del Bío-Bío. (2009 – 2011). Los objetivos de esta investigación fueron: Determinar las variables relevantes en la gestión comercial y ventas y en el perfil de los vendedores para influir positiva y significativamente en la gestión orientada al valor de la cartera de clientes y en los resultados organizacionales. Esta investigación contribuye empíricamente porque

fue aplicada al sector financiero en Chile e incluyó variables relevantes en el mundo de los negocios tales como: ética, reputación corporativa, lealtad hacia la compañía, entre otras. Y derivó la publicación en el Journal of Business Ethics, que ya tiene más de 200 citas en el Google Scholar.

4. **INVESTIGADORA RESPONSABLE del proyecto Regular Interno** titulado “Análisis de la relación entre la orientación al valor del cliente y la productividad de la fuerza de venta. Captación y retención de clientes rentables”, proyecto financiado por el Fondo de la Dirección de Investigación del Bío-Bío. (año 2009). Esta investigación contribuye con una visión teórica-práctica de la nueva perspectiva de gestión del valor del cliente (Customer Value Management, CVM) y sus implicancias en los negocios. El objetivo fue: Testear la influencia de CVM sobre los resultados financieros, a través de métricas tales como: Market Share (MS), Gross Margin (GM) and Return on Equity (ROE). Los resultados apoyan la hipótesis de que CVM tendría una influencia positiva en la tasa de retención, así como en la optimización de los costos de adquisición de clientes y los ingresos generados a partir de la cartera. Los resultados además señalan que, para mantener un buen nivel de confianza, las empresas necesitan alcanzar un buen nivel de comunicación con sus clientes. Y, por ende, gestión del valor del cliente podría ser un atributo necesario para el desarrollo de relaciones a largo plazo con los clientes y lograr un crecimiento sostenible de las ventas.
3. **COINVESTIGADORA del proyecto Regular Interno** titulado “Interacción entre los sistemas de información y el desempeño en instituciones universitarias de Chile: Un estudio de los ámbitos de docencia y gestión institucional, bajo el enfoque de la teoría de recursos y capacidades”, Proyecto financiado por el Fondo de la Dirección de Investigación del Bío- Bío. Investigador responsable, Sr. Sergio Araya Guzmán, Universidad del Bío-Bío. (2008).
2. **INVESTIGADORA RESPONSABLE** del Proyecto Adjudicado de Transferencia Tecnológica, titulado “Estudio Demanda Actual y Proyectada Educacional Ránquil”. Licitado y financiado por la Municipalidad de Ránquil. Se realizó una investigación de Oferta y Demanda Presente y Futura de Servicios Educativos para la Localización, Relocalización o Fusión de Establecimientos Educativos para la comuna de Ránquil. El equipo del proyecto fue constituido por Reinier Hollander Sanhueza, Director del Departamento de Administración y Auditoría, Universidad del Bío-Bío e Investigadores: Leslier Valenzuela, Ana Barra Salazar y Patricia Huerta Riveros, Universidad del Bío-Bío. (2008). El objetivo general de este estudio fue conocer las proyecciones de la población objetivo de los siguientes doce años y la oferta con que cuenta el municipio con relación a servicios de gestión educativa y establecimientos educacionales para satisfacer dicha demanda.
1. **INVESTIGADORA RESPONSABLE del proyecto Regular 072316-4/R. titulado** “Grado de Orientación al Valor del Cliente y Desarrollo de Sistemas de Gestión de las Empresas del Sector Turístico de España” junto a coinvestigadores Jesús García de Madariaga, PhD. Universidad Complutense de Madrid, Francisca Blasco, PhD. Universidad Complutense de Madrid, Eduardo Torres, PhD U. de Chile y Héctor Saldía Barahona (Investigador Alterno), Universidad del Bío-Bío. Objetivo del estudio fue: Validar la escala de variables explicativas de la orientación al valor del cliente aplicado al sector turístico de España. Proyecto financiado por el Fondo de la Dirección de Investigación del Bío-Bío. (2007 - 2009). (Ver 8.3 revistas nacionales, numeral 2)

PUBLICACIONES

Ver <https://scholar.google.cl/citations?user=2mzciN8AAAAJ&hl=es>

53. E Marinao-Artigas, K Barjas-Portas, **L Valenzuela-Fernandez** (2025). “Antecedents of business tourist loyalty: the moderating role of familiarity and emotional and cognitive experiences” *Review of Managerial Science*, 1-35.
<https://doi.org/10.1007/s11846-025-00852-7>
52. **L Valenzuela-Fernández**, F Villegas Pinuer (2025). “Are Sales Successful Due to Salespeople Expertise and Adaptability? Gender and Age Dynamics in Investment Banking” *SAGE Open* 15 (1),
<https://doi.org/10.1177/21582440251318464> (Original work published 2025)
51. C Aravena-Aranda, **L Valenzuela-Fernández**, AM Mariano (2025). “Value Co-Destruction, An Integrative Model Application of the Consolidated Meta-Analytical Approach” *Revista de Gestão Social e Ambiental* 19 (1), 1-22

50. R Castillo-Alarcón, **Valenzuela-Fernández, Leslier** (2024). "Political Skill of B to B Sales Team as a Dynamic Capability: A Strategic Resource Perspective" *Journal of Business-to-Business Marketing* 31 (2), 197-223
49. **Valenzuela-Fernández, Leslier**, Ignacio Muñoz Quezada, José María Merigó (2023). "Mapping the most competitive journals in advertising research. A bibliometric analysis in a 25-year period" *Journal of Global Scholars of Marketing Science* 33 (3), 349-381
48. **Valenzuela-Fernández, Leslier**, Manuel Escobar-Farfán, Mauricio Guerra-Velásquez, Elizabeth Emperatriz García-Salirrosas (2023). "COVID-19 effects on environmentally responsible behavior: a social impact perspective from Latin American countries" *International Journal of Environmental Research and Public Health* 20(4), 3330 <https://doi.org/10.3390/ijerph20043330>
47. Enrique Marinao-Artigas, **Leslier Valenzuela-Fernández**, Coro Chasco (2023) "Antecedents and consequences of trust as a multidimensional construct. Cross-country analysis in the luxury retail sector" *Management Letters / Cuadernos de Gestión* 23 (2), 51-68.
46. **Valenzuela-Fernández, Leslier**, Manuel Escobar-Farfán, Mauricio Guerra-Velásquez, and Elizabeth Emperatriz García-Salirrosas (2023). "COVID-19 Effects on Environmentally Responsible Behavior: A Social Impact Perspective from Latin American Countries" *International Journal of Environmental Research and Public Health* 20, 4: 3330. <https://doi.org/10.3390/ijerph20043330> (WoS, Q1, Scopus)
45. **Valenzuela-Fernández, Leslier**, and Manuel Escobar-Farfán. (2022). "Zero-Waste Management and Sustainable Consumption: A Comprehensive Bibliometric Mapping Analysis" *Sustainability*, 14, 23: 16269. <https://doi.org/10.3390/su142316269> (WoS, Q2, Scopus)
44. **Valenzuela-Fernández, Leslier**, Mauricio Guerra-Velásquez, Manuel Escobar-Farfán, and Elizabeth Emperatriz García-Salirrosas. (2022). "Influence of COVID-19 on Environmental Awareness, Sustainable Consumption, and Social Responsibility in Latin American Countries" *Sustainability*, 14, 19: 12754. <https://doi.org/10.3390/su141912754> (WoS, Q2, Scopus).
43. Marinao-Artigas, E., **Valenzuela-Fernández, L.**, Chasco, C., & Laroze-Prehn, D. (2022). "Antecedentes y consecuencias de la confianza como un constructo multidimensional. Análisis transnacional en el sector minorista del lujo". *Management Letters /Cuadernos De Gestión*. <https://doi.org/10.5295/cdg.211490em> (WoS, *Emerging Sources Citation Index*, Scopus)
42. Villegas Pinuer, F., **Valenzuela-Fernández, L.**, Llonch Andreu, J., & López Belbeze, P. (2022). "Environmental sustainability and their factors in SMEs: A multiple case study of Spain and Chile". "La sostenibilidad medioambiental y sus factores en las PYMES: Un estudio de casos múltiples en España y Chile". *Management Letters /Cuadernos De Gestión*, 22(1), 35–50. (WoS *Emerging Sources Citation Index*, Scopus) <https://doi.org/10.5295/cdg.211370fv>
41. **Valenzuela-Fernández, I** Munoz Quezada, JM Merigo (2022). "Mapping the most competitive journals in advertising research. A bibliometric analysis in a 25-year period". *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, 1-33, 2022. Editor. Routledge (WoS, *Emerging Sources Citation Index* (ESCI), Scopus)
40. **Valenzuela-Fernández, Leslier**; Peñaloza-briones, Natacha; Barajas-Portas, Karla and Marinao-Artigas, Enrique (2021). "Organizational innovation capabilities. Empirical evidence from B2B contexts" "Capacidades de inovação organizacional. Evidência empírica em contextos B2B". *Estudios Gerenciales* [online]. 2021, vol. 37, (161), 647-656. 2021. ISSN 0123-5923. <https://doi.org/10.18046/j> (WoS, Scopus)
39. Nicolas Alarcón, Carolina; Gil-Lafuente, Jaime; Urrutia-Sepúlveda, Angélica & **Valenzuela-Fernández, Leslier**. (2021). "Using fuzzy Indicators in customer experience analytics", *Journal of Intelligent & Fuzzy Systems*, 40(2), 1983-1996 DOI:10.3233/JIFS-189201 (WoS, Q2 in Engineering/Statistics and Probability, Scopus)
38. Francisco Javier Villegas Pinuer & Joan Llonch Andreu & Pilar López Belbeze & **Leslier Valenzuela-Fernández** (2021). "Waste Management. The Disconnection between Normative and SMEs Reality," *Sustainability*, Vol. 13, 4, 1-20, February. (WoS, Q2, Scopus)
37. Trincado-Munoz, F., **Valenzuela-Fernández, L.** and Hebles, M. (2020), "The role of organizational justice in the customer orientation–performance relationship", *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, Vol. 33. 2, pp. 277-297. <https://doi.org/10.1108/ARLA-03-2019-0086> (WoS, Scopus) (Proyecto FONDECYT Chile N° 11100163).
36. Carolina Nicolas, **Leslier Valenzuela-Fernández** & José M. Merigó (2020). "Research Trends of Marketing: A

- Bibliometric Study 1990–2017”, *Journal of Promotion Management*, 26:5, 674-703, DOI: 10.1080/10496491.2020.1729315 (Scopus, Q2) (29 CITAS).
35. **Valenzuela-Fernández, L.M.**, Merigó, J.M., Nicolas, C. and Kleinaltenkamp, M. (2020). "Leaders in industrial marketing research: 25 years of analysis", *Journal of Business & Industrial Marketing*, Vol. 35 3, pp. 586-601. (WoS, Q2 in Marketing- Q1in Business and International Management,Scopus). <https://doi.org/10.1108/JBIM-12-2018-036Z>.
 38. **Valenzuela-Fernández, L.M.**, Arroyo-Cañada, F.-J. and Villegas Pinuer, F.J. (2020). "How would the management of human behavior variables influence customer-oriented management?", *Kybernetes*, Vol. 49 No. 3, 797-818. (WoS, Q1, Scopus) <https://doi.org/10.1108/K-07-2018-0376> (Proyecto FONDECYT Chile N° 11100163).
 33. Nicolas, Carolina, Rojas-Mora, Julio, and **Valenzuela-Fernández, Leslier**. (2020). “Causal Relationships Between Economic Activity and the Mining Industry in Chile”. *Journal of Intelligent & Fuzzy Systems*, 38, (5), 5405-5412, 1 Jan. 2020 (WoS, Q2 in Engineering/Statistics and Probability Scopus). Proyecto CYTED N° 616RT0515.
 32. Marinao-Artigas, E., **Valenzuela-Fernández, L.** and Barajas-Portas, K. (2019). "Understanding affective evaluation in retail: consumers perspective", *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 32 (4), 541-565 (WoS, Scopus) <https://doi.org/10.1108/ARLA-02-2019-0050>
 31. Carolina Nicolas, **Leslier Valenzuela-Fernandez** & José M. Merigó (2019). “Mapping retailing research with bibliometric indicators”, *Journal of Promotion Management*, 25:5, 664-680, DOI: 10.1080/10496491.2019.1585579 (Q2, Scopus)
 30. Nelson A. Andrade-Valbuena, José M. Merigó-Lindahl, **Leslier Valenzuela Fernández** & Carolina Nicolas (2019). Mapping leading universities in strategy research: Three decades of collaborative networks, *Cogent Business & Management*,6:1, DOI:10.1080/23311975.2019.1632569 (WoS, *Emerging Sources Citation Index*, Scopus).
 29. Janakiraman, N., Bullemore, J., **Valenzuela-Fernández, L.** and Jaramillo, J.F. (2019). "Listening and perseverance – two sides to a coin in quality evaluations", *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 36. 1, pp. 72-81. (WoS, Q2, Scopus) <https://doi.org/10.1108/JCM-11-2016-2000>
 28. **Leslier Valenzuela-Fernandez**, José M. Merigó, J. David Lichtenthal & Carolina Nicolas (2019). “A Bibliometric Analysis of the First 25 Years of the Journal of Business-to-Business Marketing”, *Journal of Business-to-Business Marketing*, 26:1, 75-94. DOI: 10.1080/1051712X.2019.1565142. (WoS, Q2, Scopus).
 27. **Valenzuela Fernandez, L.M.**, Nicolas, C., Merigó, J.M. and Arroyo-Cañada, F.-J. (2019), "Industrial marketing research: a bibliometric analysis (1990-2015)", *Journal of Business & Industrial Marketing*, Vol. 34, 3, pp. 550-560. (WoS, Q2 in Marketing- Q1in Business and International Management, Scopus) (25 CITAS) <https://doi.org/10.1108/JBIM-07-2017-0167>
 26. Carolina Nicolás, Jaime Gil-Lafuente, Angélica Urrutia Sepúlveda, **Leslier Valenzuela Fernández** (2018). “Fuzzy logic approach applied into balanced scorecard”, *Applied Mathematics and Computational Intelligence*, 24, 140-151, 2018 Springer International Publishing.
 25. **Leslier Valenzuela**, Oscar M. Jerez, Beatriz A. Hasbún, Verónica Pizarro, Gabriela Valenzuela & César A. Orsini (2018) “Closing the gap between business undergraduate education and the organisational environment: A Chilean case study applying experiential learning theory”, *Innovations in Education and Teaching International*, 55 (5), 575-584, DOI: 10.1080/14703297.2017.1295877 (WoS, Q1, Scopus).
 24. **Valenzuela-Fernández, L.**, Nicolas, C. and Merigó, J.M. (2018), "Overview of the leading countries in marketing research between 1990 and 2014: A bibliometric analysis", *American Journal of Business*, Vol. 33, 4, pp. 134-156. <https://doi.org/10.1108/AJB-09-2017-0030> (WoS, *Emerging Sources Citation Index*, Scopus).
 23. Martínez-López, F.J., Merigó, J.M., **Valenzuela-Fernández, L.** and Nicolás, C. (2018), "Fifty years of the European Journal of Marketing: a bibliometric analysis", *European Journal of Marketing*, Vol. 52, 1/2, pp. 439-468. <https://doi.org/10.1108/EJM-11-2017-0853> (430) (WoS, Q1, Scopus) (447 CITAS)
 22. **L. Valenzuela-Fernandez**, JM Merigo, C Nicolas (2018). “The most influential countries in market orientation: A bibliometric analysis between 1990 and 2016” *International Journal of Engineering Business Management*, 10, 1847979017751484 (18 CITAS) (WoS, Scopus)
 21. **Valenzuela, L.M.**, Merigó, J.M., Johnston, W.J., Nicolas, C. and Jaramillo, J.F. (2017), "Thirty years of the Journal of Business & Industrial Marketing: a bibliometric analysis", *Journal of Business & Industrial Marketing*, Vol. 32, 1, pp. 1-17. <https://doi.org/10.1108/JBIM-04-2016-0079> (201) (206 CITAS) (WoS, Q2 in Marketing- Q1in Business and International Management, Scopus)

20. **Valenzuela L., Merigó J. & Nicolás C. (2017).** “Universidades influyentes en 1990 a 2014” (14 CITAS) “Influencing universities in market orientation research. An overview between 1990 and 2014” *Estudios Gerenciales*, Vol. 33 (144), 221-227 (15 CITAS) (WoS, Scopus, Scielo)
19. Barajas K., Marinao E., **Valenzuela L. & Nicolás C. (2017).** “Understanding corporate reputation through satisfaction in Emerging Markets: A multi-group analysis” *International Journal of Sales Retailing and Marketing*, Vol. 6 (2), 17-30, 2017. ISSN 2045-810X. (Scopus)
18. **Valenzuela L. & Torres E. (2017).** “Does Customer Value-oriented Management Influence Financial Results? A Supplier's Perspective”, *Innovar, Revista de Ciencias Administrativas y Sociales* Vol. 27(63), 29-41, 2017. (WoS, Scopus, Scielo)
17. Jerez, O., **Valenzuela, L.,** Pizarro V., Hasbun, B., Valenzuela G. & Orsini, C. (2016). “Evaluation criteria for competency-based syllabi: a Chilean case study applying mixed methods”. *Teachers and Teaching Theory and Practice*, Vol. 22(4), 519-534, 2016. (WoS, Q1 Scopus)
16. **Valenzuela L. & Villegas F. (2016).** “Influence of customer value orientation, brand value, and business ethics level on organizational performance” (37 CITAS). Influência da orientação ao valor do cliente, do valor da marca e do nível de ética empresarial no desempenho organizacional (5 CITAS). *RBGN Revista Brasileira de Gestao de Negocios*, 18(59), 5, 2016. (WoS, Scopus) (42 CITAS) (Proyecto FONDECYT Chile N° 11100163).
15. **Valenzuela L., Nicolas C., Gil-Lafuente J., & Merigó, J. (2016).** “Fuzzy indicators for customer retention” *International Journal of Engineering Business Management*, 8, 1-8. (WoS, Scopus). (Proyecto FONDECYT Chile N° 11100163).
14. **Valenzuela L., Martínez C. & Yáñez F. (2015).** “Influence of placement on explicit and implicit memory of college students”. *Comunicar*, 44, 169-176. (12 CITAS). (WoS, Q1, Scopus)
13. **Valenzuela L., Jara M. & Villegas F. (2015).** “Social responsibility practices, corporate reputation and financial performance” (17 CITAS) “Prácticas de responsabilidad social, reputación corporativa y desempeño financiero”(188 CITAS) *RAE, Revista de Administração de Empresas*, 55(3), 329-344. (205 CITAS) (WoS) (Proyecto FONDECYT Chile N° 11100163).
12. Nicolas C., **Valenzuela L.,** Gutiérrez A. & Gil-Lafuente J. (2015). “Sensibilidad ética empresarial” *Innovar, Revista de Ciencias Administrativas y Sociales* 25(58), 49-64. (14 CITAS) (WoS Scopus, Scielo).
11. **Valenzuela L. & Martínez, C. (2015).** “Orientación al Cliente, Tecnologías de Información y Desempeño Organizacional: Caso empresa de consumo masivo en Chile”, *Revista Venezolana de Gerencia*, 20(70), 334-352. ISSN: 1315-9984 (WoS, Scopus). Proyecto FONDECYT Chile N° 11100163). (33 CITAS)
10. **Valenzuela L.,** Torres E., Hidalgo P. & Farías P. (2014). “Salesperson CLV orientation's effect on performance”. *Journal of Business Research*, Vol. 67, (2014) 550–557, 2014. (WoS, Q1, Scopus). (Proyecto FONDECYT Chile N° 11100163). (65 CITAS)
9. **Valenzuela L. & Villegas F. (2013).** “Customer Value Orientation and Organizational Performance: An Explanatory Model Proposal”, *Revista Internacional de Administración y Finanzas (RIAF)*, 6 (7), 1-25. (Proyecto FONDECYT Chile N° 11100163). (14 CITAS)
8. **Valenzuela L.,** Martínez C. & Jeréz O. (2013). “FINAM: Orientación al Mercado en una Empresa sin Fines de Lucro”. *Revista CIC: Centro Internacional de Casos del Tecnológico de Monterrey*, Vol. 7 octubre 2013, 89-99, 2013. Premio-Reconocimiento al Mejor Caso Internacional, 2013.
7. Torres E. & **Valenzuela L. (2011).** “Analysis of the Relation between Familiarity, Perceived Security and Trust Toward Internet Banking”. *Revista de Ciencias Sociales RCS* Vol. 17, 141-155, 2001. (WoS) (Indexada en Revista de Ciencias Sociales (Social Sciences) Q2)
6. **Valenzuela L (2011).** “Information and Communication Technologies (ICTs) as a tool for Profitable Customer Relationship Management” “Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICs) como Herramienta para la Gestión de Relaciones Rentables con el Cliente”. *Harvard Business Review*, Vol. 7(89), 65, 2011. (Proyecto FONDECYT Chile N° 11100163).
5. **Valenzuela, L.M.,** Mulki, J.P. & Jaramillo, J.F. (2010) “Impact of Customer Orientation, Inducements and Ethics on Loyalty to the Firm: Customers’ Perspective”. *Journal of Business Ethics*, 93, 277–291 (2010). <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0220-z> (WoS Q1, Scopus), 202 CITAS. (Proyecto Regular Fondos Internos N° 095816 2/R).

4. Torres E., **Valenzuela L.** & Barra C. (2009). "Factors Determining Confidence being Placed in Intermediaries in the Commercial Barter Industry". *Innovar, Revista de Ciencias Administrativas y Sociales* Vol. 19(34), 25-34. (WoS, Scopus, Scielo).
3. **Valenzuela L.** & Torres E. (2008). "Gestión empresarial orientada al valor del cliente como fuente de ventaja competitiva". *Estudios Gerenciales*, Vol. 24 (109), 65-86. (WoS, Scopus, Scielo) (Proyecto Regular con Fondos Internos N° 095816 2/R).
2. García de Madariaga J. & **Valenzuela L.** (2007). "¿Conocemos y reconocemos a nuestros clientes rentables?" *Manager Business Magazine*, Vol. 16, 35-42, 2007.
1. **Valenzuela L.** & Castillo E. (2007). "El cambio del marketing en dirección a una nueva era de gestión estratégica centrada en el cliente". *REA- Revista de Estudos da Administração*, Vol. 15, 97-108, 2007. (WoS)

LIBROS Y MONOGRAFÍAS.

"Temas Clave de Investigación de Mercado", Editores Valenzuela L.; Nicolas C. & Gutiérrez A. Editorial Copygraph Ltda. Registro de Propiedad Intelectual Inscripción N°: 259.239, ISBN: 978-956-7119-76-9. 2015. Santiago de Chile, 178 páginas.

"150 Casos para enseñar, aprender y emprender", Equipo Editor y responsable del Proyecto, Primera Edición, ISBN: 978-956-19-0900-7, Santiago de Chile, 2015, 366 páginas.

CAPITULOS DE LIBROS

7. Pizarro, V., Merigó, J.M., **Valenzuela, L.**, Aciaras, S. (2022). Chapter. "A Bibliometric Study of Key Journals in Corporate Social Responsibility". In: Gil-Lafuente, A.M., Boria, J., Torres, A., Merigó, J.M., Kacprzyk, J. (eds) *Computational and Decision Methods in Economics and Business. REDCID 2019. Lecture Notes in Networks and Systems*, vol 388. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-93787-4_12

6. L. Valenzuela-Fernández & F. Villegas Pinuer (2020). "Empowerment of the Sales Forces in 2000s" pp. 107-123, Chapters, in: Syed Abdul Rehman Khan & Selay Ilgaz Sumer (ed.), *Modern Perspectives in Business Applications*, IntechOpen. DOI: 10.5772/intechopen.83538

5. L. Valenzuela-Fernandez & N Peñaloza-Briones (2019). Chapter 7 "Organizational Capabilities, Value Cocreation, and Marketing Innovation: How Well Are We Prepared to Face Future Challenges?" pp 87-106. Book: *Modern Perspectives in Business Applications* IntechOpen.26, 04, 2019.

4. Nicolás C., Gutiérrez A., **Valenzuela L.**, Rojas J., Urrutía A. & Merigó J., (2019). Capítulo "Sistemas de Innovación en Latinoamérica: una mirada compartida desde México, Colombia y Chile. Análisis del entorno de innovación en Chile.", pp. 115-151 Libro "Sistemas de Innovación en Latinoamérica: una mirada compartida desde México, Colombia y Chile. Editora: © Real Academia de Ciencias Económicas y Financieras, Barcelona, 2019. ISBN-978-84-09-08037-3 (Proyecto CYTED N° 616RT0515)

3. Pizarro V. & **Valenzuela L.**, (2017). Capítulo "Innovación en educación superior en Chile: aprendizaje vinculado con el medio organizacional". Libro: "Innovación en Educación Superior: Experiencia Claves en Latinoamérica y el Caribe 2016- 2017". Volumen 2: Metodologías activas de enseñanza y aprendizaje". ISBN: 978-956-19-1036-2 (Volumen) e ISBN: 978-956-19-1014-0 (Obra Completa). Comité Académico Internacional en conjunto con LASPAU, Harvard University, Boston, USA. U. de Chile, 2017, Chile, pág. 207-215.

2. Fernando Jaramillo & **Leslier Valenzuela.** (2016). Chapter "Building Customer Trust and Loyalty: Does Salesperson Empathy Matter? Libro: *Marketing Challenges in a Turbulent Business Environment*, 2016, ISBN: 978-3-

1. Valenzuela L., “Segmentación en función del valor del cliente”, Editores: Valenzuela L., Nicolás C. & Gutiérrez A., Libro: “Temas clave en Investigación de Mercados”. Copygraph Ltda. Registro de Propiedad Intelectual Inscripción N°: 259.239, ISBN: 978-956-7119-76-9. 2015, Chile, 41-73

OTROS ANTECEDENTES RELEVANTES

A. A NIVEL INTERNACIONAL

- a. **Editora Invitada del Número Especial** “Bibliometric analysis reviews in Management topics”, que comprende un total de **19 artículos**, publicados en dos volúmenes 22(1) y 22(2) de 2022. *Journal Management Letters/Cuadernos de Gestión* ISSN: 1131-6837, eISSN: 1988-2157.
- b. **Integrante del Consejo de Redacción** del *Journal Management Letters/Cuadernos de Gestión*, desde mayo de 2020 a la fecha. (*WoS, Emerging Sources Citation Index, Scopus*),
- c. **Integrante del Comité del Editorial Review Board Guidelines**, *International Journal of Bank Marketing (Q1)* from January 2023. (*WoS, Scopus*).
- d. **Invitada a ser Revisora y Evaluadora de publicaciones en revistas internacionales indexadas.** Algunas de las revistas donde he colaborado en este rol:
 - i. *International Journal of Bank Marketing*
 - ii. *Management Letters*
 - iii. *Journal of Business Industrial Marketing*
 - iv. *Business Ethics, the Environment & Responsibility (BEER)*
 - v. *International Journal Consumer Study*
 - vi. *Kybernetes*
 - i. *Journal of Strategic Marketing*
 - ii. *Estudios Gerenciales*
 - i. *Sustainability*
 - ii. *International Marketing Management*
 - iii. *Applied Economics incorporating Applied Financial Economics*
 - iv. *Revista Academia*
 - v. *International Journal of Engineering Business Management*
 - vi. *Journal Consumer of Marketing*
 - i. *Innovar*
- e. Desde 2011 a la fecha ha participado como **revisor de artículos en conferencias** tales como: CLADEA, Asamblea Anual del Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración, Congreso Balas, Congreso Internacional de Marketing de la Asociación Iberoamericana de Marketing, International Marketing Trends Conference, AEMARK entre otros.

A. A NIVEL NACIONAL

- a. Evaluadora de Proyectos FONDECYT de Iniciación 2017 y 2018 y 2019
- b. Evaluadora de Proyecto FONDECYT Regular 2022, 2025.
- c. Revisora de artículos en Estudios de Administración

- d. Revisora de artículos para ENEFA, Encuentro Nacional de Facultades de Administración y Economía

SOCIEDADES ARTÍSTICAS, CIENTÍFICAS, ETC. Señale el nombre de cada sociedad de la cual es integrante y la fecha de ingreso a ella.

- a. **Miembro de la Asociación Española de Marketing Académico y Profesional (AEMARK)** organización dedicada a apoyar a los profesionales del área de Marketing (profesores e investigadores directivos y consultores).
- b. **Miembro e Investigadora** de la Red Iberoamericana de Investigación en Desarrollo Sostenible (RIIDS), creada en 2022 y apoyada por la Asociación Universitaria Iberoamericana de Postgrado (AUIP). Red formada por 46 investigadores de 29 Universidades Iberoamericanas, pertenecientes a 13 países.
- c. **Integrante del Grupo de Investigación** de la Alianza del Pacífico para el Desarrollo Sostenible, Marketing, Emprendimiento e innovación, noviembre 2021.
- d. **Miembro activo de la Asociación Iberoamericana de Marketing** (Núm. Miembro 19) desde 2017 a la fecha.
- e. **Miembro del Centro I+D CORFO** de FEN, U. de Chile, 2019 a la fecha.
- f. **Miembro del Editorial Review Board Guidelines, International Journal of Bank Marketing** (Q1) desde enero de 2023. La función es garantizar la calidad de los artículos aceptados para su publicación en la revista. **Los miembros del ERB recibirán hasta 8 manuscritos para evaluar por año.**
- g. **Miembro del Consejo de Redacción del Journal Management Letters/Cuadernos de Gestión** ISSN: 1131-6837, eISSN: 1988-2157, desde mayo de 2020 a la fecha, publicada desde 1985 por Empresa Institutua, Universidad del País Vasco UPV/EHU
- h. **Miembro y Coinvestigadora del Equipo RED CYTED** de Ciencia y Tecnología para el Desarrollo a través de la colaboración del proyecto CONICYT P615RT0145 incluido en el Área de Ciencia y Sociedad (2016-2019)

ADMINISTRACIÓN UNIVERSITARIA Y DIRECCIÓN ACADÉMICA. (Trayectoria en diversos cargos académicos y de Gestión universitaria).

- 2022 – a la fecha Directora del Doctorado en Administración de Negocios, FEN, U. de Chile.
- 2022 – a la fecha Miembro del Consejo de la Escuela de Postgrado, FEN, U. de Chile.
- 2022 – a la fecha Miembro de la Comisión de Calificación Académica, FEN, U. de Chile.
- 2022 – a la fecha Miembro de la Comisión de Análisis de Carrera de Pregrados, FEN, U. de Chile.
- 2019 – 2022 Miembro del Comité de Ética, FEN, U. de Chile.
- 2019 – 2022 Directora Académica del MBA Weekend Santiago, FEN, U. de Chile (2019 -2022) Con alta participación en el proceso de acreditación nacional (8 años de acreditación) e internacional con AACSB y AMBA
- 2017 – 2018 Directora Académica del Diploma en Gestión de la Innovación para Instituciones Públicas de la Región del Bío-Bío.
- 2016 – a la fecha Consultor Líder Área de Conocimiento de Marketing & Ventas, Área Corporativa Unegocios, FEN, U. de Chile.
- 2016 – a la fecha Directora del programa Diplomado en Dirección Comercial & Marketing Industrial. Centro de Desarrollo Gerencial, Departamento de Administración, FEN, de la U. de Chile.
- 2015 – a la fecha Directora del Observatorio de Marketing Industrial (OMI). Actualmente renombrado Observatorio de Marketing y Ventas, del Departamento de Administración FEN, de la U. de Chile.

- 2015 – 2016 Miembro del equipo en el proceso de acreditación nacional del programa de Magíster en Marketing.
- 2014 – 2016 Miembro del Consejo de Departamento de Administración, FEN, U. de Chile
- 2014 – a la fecha Miembro del Comité Académico del Centro de Desarrollo Gerencial, Unegocios, FEN, U. de Chile.
- 2014 – 2015 Participación y Colaboración en el proceso de evaluación del programa de Doctorado en Negocios.
- 2013 – a la fecha Directora del Diplomado en Marketing y Ventas, Unegocios, FEN, U. de Chile
- 2013 – 2015 Directora del Diplomado en Marketing Digital & Comercio Electrónico, Unegocios, FEN, U. de Chile.
- 2012 – a la fecha Miembro del Comité Académico del Magíster en Marketing, de la FEN, U. de Chile
- 2011 – a la fecha Miembro de la Comisión de Examen de Grado de Ingeniería Comercial, Mención en Administración para área de Marketing. FEN, U. de Chile.