

Parte A. DATOS PERSONALES

Fecha del CVA	11-11-24
---------------	----------

Nombre y apellidos	ANA MARIA DIAZ MARTIN		
DNI/NIE/pasaporte		Edad	
Núm. identificación del investigador	Researcher ID	H-8977-2015	
	Código Orcid	0000-0002-7190-3018	

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad Autónoma de Madrid		
Dpto./Centro	Financiación e Investigación Comercial. Facultad de CCEE y EE		
Dirección	Ciudad Universitaria de Cantoblanco. Madrid. 28049		
Teléfono		correo electrónico	
Categoría profesional	Catedrática de Universidad	Fecha inicio	2020-20-12
Espec. cód. UNESCO	531105		
Palabras clave	COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS		

A.2. Formación académica (*título, institución, fecha*)

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Doctorado. DOCTOR EN CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES	Universidad de Oviedo	1997

**A.3. Indicadores generales de calidad de la producción científica** (véanse instrucciones)

Nº de Sexenios: 4 (Año último Concedido: 2019)

1 tramo de transferencia

Nº de Tesis Dirigidas: 2 (últimos 10 años)

**Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM** (máximo 3500 caracteres, incluyendo espacios en blanco)

Mi actividad investigadora se ha desarrollado dentro del área de Comercialización e Investigación de Mercados, primero en la Universidad de Oviedo (noviembre 1993-septiembre 2006) y después en la Universidad Autónoma de Madrid (septiembre 2006-actualidad).

Esta actividad ha estado estrechamente ligada a la del Grupo de Investigación de Mercados y Diseño de Políticas de Marketing de la Universidad de Oviedo, del que formé parte más de una década. En la actualidad soy miembro de INNOGROUP (equipo multidisciplinar integrado por 8 grupos de investigadores universitarios) y formo parte del Grupo de Investigación en Comportamiento del Consumidor mediante Nuevas Tecnologías, en el que colaboran 9 investigadores de 3 universidades: Universidad Autónoma de Madrid, Universidad de Castilla La Mancha y City University of New York.

En el campo del Marketing de Servicios mis investigaciones se han centrado en dos sectores: el turismo y la distribución minorista. En el primer caso, la experiencia y los conocimientos adquiridos a través de la realización de la tesis doctoral me llevaron a codirigir la tesis titulada "El Marketing de Relaciones como Fuente de Ventaja Competitiva en el Sector Turístico: Una Aplicación a las Agencias de Viaje Minoristas", defendida por Leticia Suárez Álvarez y merecedora del premio a la Mejor Tesis Doctoral en el XVI Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing (2004). Con respecto a la distribución comercial, la colaboración en un proyecto sobre la calidad de los servicios prestados por detallistas y en un estudio sobre la formación en dicho sector, sentaron las bases para codirigir la tesis titulada "El Riesgo Percibido por el Consumidor. Una Aplicación Empírica a la Elección de Marcas del Distribuidor", de la cual es autora Celina González Mieres y que recibió el premio a la Mejor Tesis Doctoral en el XIV Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing (2002). Este trabajo me permitió participar como investigador principal en un estudio financiado a través del Plan de I+D+I del Principado de Asturias 2001-04 sobre el consumo de medicamentos genéricos.

La financiación obtenida por los grupos de investigadores con los que he colaborado en diferentes convocatorias del Plan Nacional I+D+I, me ha permitido abrir líneas de investigación complementarias a la de la calidad del servicio, como por ejemplo la gestión de los fallos y el abandono en los servicios, la innovación en el sector turístico y la marca.

A continuación, se presentan algunos datos a modo de resumen:

- 4 Tesis Doctorales dirigidas.
- 2 estancias de investigación (1 de ellas en un centro extranjero, 7 meses).
- Participación activa en 15 proyectos de investigación competitivos y experiencia relevante en contratos con empresas.

Publicaciones:

Research Gate: [https://www.researchgate.net/profile/Ana\\_Diaz-Martin](https://www.researchgate.net/profile/Ana_Diaz-Martin)

Scholar Google:

[https://scholar.google.es/citations?hl=es&user=cxOGcWYAAAAAJ&sortby=pubdate&scilu=&scisig=AMD79ooAAAAAXGQzBReOG9xOifZXiE8GCB5AYHI9L7b8&qmla=AJsN-F7k2jCaCIAWg90u5E0jqengQqkzt2CCCAMuNdrXV3CWprQNGlp\\_o0Aggo8WVbMdERTlpLz-9\\_Bp431gY6\\_wvYw0C0PXSYL-Wu41ur0EnsLuw35ZV-w-zU-xcSNUxAgY30T\\_pHWM&sciund=9636162391925219230](https://scholar.google.es/citations?hl=es&user=cxOGcWYAAAAAJ&sortby=pubdate&scilu=&scisig=AMD79ooAAAAAXGQzBReOG9xOifZXiE8GCB5AYHI9L7b8&qmla=AJsN-F7k2jCaCIAWg90u5E0jqengQqkzt2CCCAMuNdrXV3CWprQNGlp_o0Aggo8WVbMdERTlpLz-9_Bp431gY6_wvYw0C0PXSYL-Wu41ur0EnsLuw35ZV-w-zU-xcSNUxAgY30T_pHWM&sciund=9636162391925219230)

## Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES (a partir de 2010, ordenados por tipología)

### C.1. Publicaciones

QUINONES, M., ROMERO, J., SCHMITZ, A., & DÍAZ-MARTÍN, A. M. (2024).  
What factors determine the intention to use and recommend public autonomous shuttles in a real-life setting?  
EUROPEAN JOURNAL OF MANAGEMENT AND BUSINESS ECONOMICS.  
CLAVE: A vol. ahead-of-print DOI 10.1108/EJMBE-07-2023-0224

SCHMITZ, A., DÍAZ-MARTÍN, A. M., & YAGÜE GUILLÉN, M. J. (2024).  
Telemedicine Beyond Borders: A Mixed-Methods Approach to Understanding Cross-National Usage Intention. Telemedicine and e-Health.  
CLAVE: A vol. ahead-of-print

QUINONES, M., DÍAZ-MARTÍN, A. M., & GÓMEZ-SUÁREZ, M. (2023).  
Retail technologies that enhance the customer experience: a practitioner-centred approach.  
HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES COMMUNICATIONS  
CLAVE: A Vol. 10, (1), pp. 1-8.

QUIÑONES GARCÍA, MYRIAM; GÓMEZ SUÁREZ, MÓNICA; CRUZ ROCHE, IGNACIO y ANA M<sup>a</sup> DÍAZ MARTÍN (2023). "Technology: A Strategic Imperative for Successful Retailers"  
INTERNATIONAL JOURNAL OF RETAIL & DISTRIBUTION MANAGEMENT  
CLAVE: A Vol. 51, (4), pp. 546-566. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-03-2022-0088>

SCHMITZ, ANNE; DÍAZ-MARTÍN, ANA M., & GUILLÉN, MARÍA J. Y.  
"Modifying UTAUT2 for a cross-country comparison of telemedicine adoption".  
COMPUTERS IN HUMAN BEHAVIOR  
CLAVE: A Vol. 130, p. 107-183. May 2022

ANA M<sup>a</sup> DÍAZ MARTÍN, ANNE SCHMITZ y M<sup>a</sup> JESÚS YAGÜE GUILLÉN  
"Are health e-mavens the new patient influencers?"  
FRONTIERS IN PSYCHOLOGY  
CLAVE: A Vol. 11, art 779, 2020

ANA M<sup>a</sup> DÍAZ MARTÍN, IGNACIO CRUZ ROCHE, MÓNICA GÓMEZ SUÁREZ, MYRIAM QUIÑONES GARCÍA y ANNE SCHMITZ  
"Transformación digital en distribución: Soluciones tecnológicas y estrategias competitivas de las empresas minoristas españolas"  
REVISTA IBÉRICA DE SISTEMAS Y TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN  
CLAVE: A Vol. 24 (11) 2019, pp. 151-167

LETICIA SUÁREZ-ÁLVAREZ, ANA BELÉN DEL RÍO-LANZA, RODOLFO VÁZQUEZ-CASIELLES y ANA MARÍA DÍAZ-MARTÍN

“Switching Barriers in Online Travel Agencies: The Impact on Positive Word of Mouth”  
TOURISM ANALYSIS

CLAVE: A Vol. 24 (2), 2019, pp. 213-225

SHINTARO OKAZAKI, ANA M<sup>a</sup> DÍAZ-MARTÍN, M. ROZANO y H.D. MENÉNDEZ-BENITO  
"Using Twitter to Engage with Customers: A Data Mining Approach"

INTERNET RESEARCH

CLAVE: A Vol. 25 (3), 2015, pp. 416-434.

SHINTARO OKAZAKI, ANA M<sup>a</sup> DÍAZ-MARTÍN, M. ROZANO y H.D. MENÉNDEZ-BENITO  
“How to Mine Brand Tweets: Procedural Guidelines and Pretest”

INTERNATIONAL JOURNAL OF MARKET RESEARCH

CLAVE: A Vol. 56 N<sup>o</sup> 4, 2014, pp. 467-488.

SARA CAMPO.; ANA M<sup>a</sup> DÍAZ y M<sup>a</sup> JESÚS YAGÜE.

“Hotel innovation and performance in times of crisis”.

INTERNATIONAL JOURNAL OF CONTEMPORARY HOSPITALITY MANAGEMENT

CLAVE: A Vol. 26 (8), 2014, pp. 1292 – 1311.

SARA CAMPO; ANA M<sup>a</sup> DÍAZ y M<sup>a</sup> JESÚS YAGÜE.

“Market Orientation in Mid-range Service Urban Hotels: How to Apply the MKTOR Instrument”

INTERNATIONAL JOURNAL OF HOSPITALITY MANAGEMENT.

CLAVE: A Vol. 43, 2014, pp. 76 – 86.

M<sup>a</sup> LETICIA SANTOS, A. BELÉN DEL RÍO, LETICIA SUÁREZ y ANA M<sup>a</sup> DÍAZ

“The Brand Management System and Service Firm Competitiveness”

JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH (special edition on Brand Management)

CLAVE: A Vol. 66 N<sup>o</sup> 2, 2013, pp. 148-157.

M<sup>a</sup> LETICIA SANTOS, ANA M<sup>a</sup> DÍAZ, LETICIA SUÁREZ y A. BELÉN DEL RÍO

"An Integrated Service Recovery System (ISRS): Influence on Knowledge-Intensive Business Services Performance"

EUROPEAN JOURNAL OF MARKETING

CLAVE: A Vol. 47 N<sup>o</sup> 5/6, 2013, pp. 934-963.

M<sup>a</sup> LETICIA SANTOS, ANA M<sup>a</sup> DÍAZ, LETICIA SUÁREZ y A. BELÉN DEL RÍO.

“Configuración de un Sistema Integral de Recuperación del Servicio (SIRS): aplicación en empresas de servicios industriales”

INFORMACIÓN COMERCIAL ESPAÑOLA, ICE

CLAVE: A Septiembre-Octubre, N<sup>o</sup> 856, pp. 103-122, 2010.

RODOLFO VÁZQUEZ CASIELLES, LETICIA SUÁREZ ÁLVAREZ y ANA M<sup>a</sup> DÍAZ MARTÍN

“Perceived Justice of Service Recovery Strategies: Impact on Customer Satisfaction and Quality Relationship”

PSYCHOLOGY & MARKETING

CLAVE: A Vol. 27 (5), pp. 487-509, 2010.

LETICIA SUÁREZ ÁLVAREZ y ANA M<sup>a</sup> DÍAZ MARTÍN

“Evolución del sector de agencias de viaje”.

LA ACTIVIDAD TURÍSTICA ESPAÑOLA EN 2019 (pp. 49-56). Ed. Síntesis

CLAVE: CL Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo, 2021.

ANA M<sup>a</sup> DÍAZ MARTÍN y LETICIA SUÁREZ ÁLVAREZ

“Evolución del sector de agencias de viaje”

LA ACTIVIDAD TURÍSTICA ESPAÑOLA EN 2020 (pp. 47-54). Ed. Síntesis

CLAVE: CL Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo, 2021.

ANA M. DÍAZ-MARTÍN; MYRIAM QUINONES; IGNACIO CRUZ ROCHE

“The Post-COVID-19 Shopping Experience: Thoughts on the Role of Emerging Retail Technologies”. In *Marketing and Smart Technologies* (pp. 55-67).

CLAVE: CL Ed Springer. 2021.

LETICIA SUÁREZ ÁLVAREZ y ANA M<sup>a</sup> DÍAZ MARTÍN

“La actividad de las agencias de viaje. El turismo 2.0”

LA ACTIVIDAD TURÍSTICA ESPAÑOLA EN 2019

CLAVE: CL Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo, 2020.

RODOLFO VÁZQUEZ CASIELLES, LETICIA SUÁREZ ÁLVAREZ y ANA M<sup>a</sup> DÍAZ MARTÍN

LA ACTIVIDAD TURÍSTICA ESPAÑOLA EN 2018. Parte I, Capítulo 4

CLAVE: CL Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo, Ed. Síntesis, pp. 43-50, 2019

ANA M<sup>a</sup> DÍAZ MARTÍN, IGNACIO CRUZ ROCHE, MÓNICA GÓMEZ SUÁREZ, MYRIAM QUIÑONES GARCÍA y ANNE SCHMITZ

ESTRATEGIAS DE LAS EMPRESAS MINORISTAS ESPAÑOLAS Y NUEVAS SOLUCIONES TECNOLÓGICAS, “Omnichannel Marketing: Las nuevas reglas de la distribución y el consumo en un mundo omnicanal” Estrada-Alonso, E., Iglesias-Argüelles, V., Sanzo-Pérez, M.J., Suárez-Vázquez, A., Trespalacios-Gutiérrez, J.A., y Vázquez-Casielles, R. (eds.),

CLAVE: CL Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial, 2019.

RODOLFO VÁZQUEZ CASIELLES, LETICIA SUÁREZ ÁLVAREZ y ANA M<sup>a</sup> DÍAZ MARTÍN

LA ACTIVIDAD TURÍSTICA ESPAÑOLA EN 2017. Parte I, Capítulo 4

CLAVE: CL Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo, Ed Síntesis, pp. 43-50, 2018

SHINTARO OKAZAKI, ANA M<sup>a</sup> DÍAZ, MERCEDES ROZANO y HÉCTOR D. MENÉNDEZ

“Explotando datos de Twitter: Cómo captar las relaciones entre clientes”

EXPERIENCIAS Y COMPORTAMIENTO DEL CLIENTE EN UN ENTORNO DE MARKETING MULTICANAL, Estrada-Alonso, E. et al. (eds.),

CLAVE: CL Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial, 2014

SARA CAMPO MARTÍNEZ, ANA M<sup>a</sup> DÍAZ MARTÍN Y M<sup>a</sup> JESÚS YAGÜE GUILLÉN

“Innovation and Performance in Spanish Hotels: The Role of Technological Turbulence”

TOURISM MARKETING: ON BOTH SIDES OF THE COUNTER. Edited by M. Kozak et al

CLAVE: CL Cambridge Scholars Publishing, pp. 188-202, 2013.

ANA M<sup>a</sup> DÍAZ MARTÍN y CELINA GONZÁLEZ MIERES

“Riesgo Percibido en Marcas de Distribuidor”

MARCAS DE DISTRIBUIDOR

CLAVE: CL Editorial Pirámide, pp. 250-262, 2011.

LETICIA SUÁREZ ÁLVAREZ, ANA M<sup>a</sup> DÍAZ MARTÍN y RODOLFO VÁZQUEZ CASIELLES

“Complaint Management in Relational Exchanges: Effect on Loyalty versus Probability of Ending Relationship”

PROGRESS IN TOURISM MARKETING LAVE: CL Routledge, pp. 244-254, 2010.

## **C.2. Proyectos**

“El marketing de relaciones: del capital de marca al valor del cliente” (ECO2008-004488/ECON). PLAN NACIONAL DE I+D +I 2008-2011

Enero 2009 – Diciembre 2011 Universidad Autónoma de Madrid

M<sup>a</sup> Jesús Yagüe Guillén

“Estrategias proactivas y reactivas de recuperación del servicio en el sector turístico: Análisis del papel de la innovación guiada por el mercado como instrumento competitivo a largo plazo” (ECO2008-03698/ECON). PLAN NACIONAL DE I+D +I 2008-2011

Enero 2009 – Diciembre 2011 Universidad de Oviedo, Universidad de Santiago de Compostela y Universidad Autónoma de Madrid

M<sup>a</sup> Leticia Santos Vijande

“El marketing de relaciones: la creación de valor en el marco de la lógica dominante de los servicios” (ECO2012-31517). MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD

2012-2015 Universidad Autónoma de Madrid

Yagüe Guillén, María Jesús

“La experiencia de compra multicanal en la construcción del valor del cliente” (ECO2015-69103-R). MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD

2016-2018 Universidad Autónoma de Madrid

Yagüe Guillén, María Jesús y Rubio Benito, Natalia Maria.

“Impacto de las comunicaciones digitales en la elección de marca. Análisis experimental y neurocientífico en servicios” PID2019-111195RB-I0. MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACIÓN

2020-24

Universidad de Valencia

J. Enrique Bigne Alcañiz y Carla Ruiz Mafé

“Customer Journey Design: Touchpoint Automation Through Artificial Intelligence”. PID2020-113561RB-I00. MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACIÓN

2021-24

Universidad Autónoma de Madrid

Natalia Rubio Benito y Jaime Romero Lafuente

## **C.5 Dirección de trabajos**

Tesis Doctoral: Análisis Internacional de la Intención de Uso de las Vídeo Consultas Médicas: Una Adaptación de la Teoría UTAUT2. Universidad Autónoma de Madrid. 2019

Tesis Doctoral: Aproximación a los factores determinantes del churn desde un enfoque de marketing relacional innovador: el punto de vista de los proveedores y clientes de servicios. Universidad Autónoma de Madrid. 2014.

Tesis Doctoral: El Marketing de Relaciones como Fuente de Ventaja Competitiva en el Sector Turístico: Una Aplicación a las Agencias de Viaje Minoristas. Universidad de Oviedo. 2004.

Tesis Doctoral: El Riesgo Percibido por el Consumidor. Una Aplicación Empírica a la Elección de Marcas del Distribuidor. Universidad de Oviedo. 2002.

### **C.6. Participación en tareas de evaluación**

Evaluadora en revistas internacionales (5 de ellas incluidas en el SSCI).

Evaluadora de proyectos de investigación para el Ministerio de Economía y Competitividad.

Comisión de expertos del área de Economía, convocatorias 2012/13 y 2013/14.

### **C.7. Premios**

- Best Paper Award del 8º Congreso IAPNM, 2009.
- Best Paper Award del Congreso Thought Leaders in Brand Management, 2011.
- Premio Fundación 3M Mejor proyecto emprendedor Ciencia y Tecnología: CIADE UAM 2013
- Premio de la Cátedra UAM-ASISA, Convocatoria 2020 Premios sobre Gestión Sanitaria y Economía de la Salud

Diligencia de refrendo de Currículum

El abajo firmante, Dña. Ana María Díaz Martín

Número de Registro de personal \_\_0940383502 A0504\_\_

Perteneiente al Cuerpo de \_ Catedrático de Universidad \_\_\_\_

se responsabiliza de la veracidad de los datos contenidos en el presente Curriculum comprometiéndose a aportar, en su caso, las pruebas documentales que le sean requeridas.

Ana Maria  
Diaz Martin -  
DNI  
09403835D

Firmado digitalmente por Ana Maria Diaz Martin -  
DNI 09403835D  
Fecha: 2024.11.11  
14:44:44 +01'00'