

**CURRICULUM VITAE ABREVIADO (CVA)**

**AVISO IMPORTANTE** – El *Curriculum Vitae* abreviado **no podrá exceder de 4 páginas**. Para rellenar correctamente este documento, lea detenidamente las instrucciones disponibles en la web de la convocatoria.

**IMPORTANT** – The *Curriculum Vitae* **cannot exceed 4 pages**. Instructions to fill this document are available in the website.

Fecha del CVA	octubre/2024
---------------	--------------

**Parte A. DATOS PERSONALES**

Nombre	Sara		
Apellidos	Campo Martínez		
Open Researcher and Contributor ID (ORCID) (*)			0000-0002-8918-0639

\* *datos obligatorios*

**A.1. Situación profesional actual**

Puesto	Profesora Catedrática de Universidad
Fecha inicio	Octubre de 1999
Organismo/ Institución	Universidad Autónoma de Madrid
Departamento/ Centro	Financiación e Investigación Comercial/F.C. Económicas y Empresariales

**A.2. Situación profesional anterior (incluye interrupciones en la carrera investigadora, de acuerdo con lo indicado en la convocatoria, indicar meses totales)**

Periodo	Puesto/ Institución/ País / Motivo interrupción
1999-2007	Profesora Asociado. Universidad Autónoma de Madrid
2007-2010	Profesora Contratada Doctora. Universidad Autónoma de Madrid
2010-2022	Profesora Titular de Universidad. Universidad Autónoma de Madrid. Acreditada a cátedra en marzo de 2015
2022-actu	Profesora Catedrática de Universidad. Universidad Autónoma de Madrid

*(Incorporar todas las filas que sean necesarias)*

**A.3. Formación Académica**

Grado/Master/Tesis	Universidad/Pais	Año
Diplomada en estudios empresariales	Universidad de Oviedo	1997
Licenciada en Investigación y Técnicas de Mercado	Universidad Autónoma de Madrid	1999
Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales (Especialidad: Comercialización e Investigación de Mercados)	Universidad Autónoma de Madrid	Octubre de 2004

*(Incorporar todas las filas que sean necesarias)*

**Parte B. RESUMEN DEL CV (máx. 5.000 caracteres, incluyendo espacios):**

El CV de la solicitante presenta una amplia experiencia investigadora y de gestión de la investigación reconocido a través de tres sexenios de investigación (último 2019). Ha formado parte activa de equipos de investigación de proyectos competitivos nacionales desde 2004, que han sido evaluados por los resultados obtenidos como excelentes. Ha dirigido tres proyectos de investigación competitivos (dos I+D+i) centrados en las nuevas tecnologías, la experiencia del cliente y la



recuperación de la industria turística. Adicionalmente es la investigadora principal del equipo de la UAM del proyecto internacional liderado por la U. Boğaziçi (Turquía) titulado: “Tourism in Zones of Conflict” en el que también la Universidad Ben-Gurion del Negev (Israel).

En la difusión científica de la investigación destaca la productividad en la publicación de artículos en revistas científicas indexadas JCR con alto impacto, posicionadas como Q1. En total dispone de 54 publicaciones. 32 artículos publicados en los últimos 10 años en revistas indexadas en JCR o SJR. DE ellas 26 artículos son JCR (14 clasificados como Q1) y 32 artículos SJR (20 clasificados como Q1).

En el ranking de la U. Stanford 2025 sale posicionada en el primer puesto como investigadora tanto del área de marketing como del de organización de empresa de la UAM y en el puesto 26 del área de marketing de España (<https://www.adscientificindex.com/scientist/sara-campo/1131067>)

Entre las publicaciones científicas indexadas destacan las investigaciones aplicadas al turismo, una de las principales líneas de investigación de la candidata, la experiencia del cliente y la gestión de los destinos en crisis. Adicionalmente destacan las investigaciones realizadas sobre e-marketing y nuevas tecnologías en revistas JCR también posicionadas en el primer cuartil de su categoría.

Ha asistido como ponente y como miembro del comité científico a múltiples congresos nacionales e internacionales de marketing y de marketing turístico. Del mismo modo, tiene amplia experiencia en organización y gestión de congresos nacionales e internacionales que fortalecen las redes de investigación.

Su trayectoria investigadora destaca por la capacidad de formar a jóvenes investigadores que han tenido gran éxito en su carrera académica. Ha dirigido 5 tesis doctorales en los últimos años de gran relevancia.

Ha co-dirigido la tesis doctoral de **Elena Cerdá Mansilla**, adjudicaría de una beca de investigación FPU dirigida por la Dra. Campo, titulada: “Desarrollo e integración de un enfoque holístico de los destinos inteligentes: una aplicación a Madrid” defendida el 20 de diciembre de 2023 con mención internacional (calificación Sobresaliente Cum Laude). Su excelente difusión de la investigación puede verse en <https://scholar.google.es/citations?user=iTc6qGkAAAAJ&hl=es&oi=ao>.

Co-Dirección de tesis doctoral de **Jano Jiménez Barreto** “Consumption experiences, authenticity, and the sense of coherence in the relationship with brands: A multisectoral approach from the multi-channel and omni-channel perspectives” con mención internacional defendida en enero de 2020 en la Universidad Autónoma de Madrid. Tesis que ha obtenido el Premio a la Mejor Tesis Doctoral (Asociación Española de Marketing Académico y Profesional) AEMARK 2020. De esta tesis doctoral se han obtenido diferentes publicaciones internacionales en revistas JCR como Tourism Management, International Journal of Tourism Research o el European Journal of Management and Business Economics. <https://scholar.google.es/citations?user=8jz1cSQAAAAJ&hl=es>. Este joven investigador ha obtenido plaza como profesor permanente en Oxford Brookes University.

Dirección de tesis doctoral de **Elisa Hernando Calero** “El valor percibido del arte: desarrollo de una escala de medida” defendida en Mayo de 2014 en la Universidad Autónoma de Madrid. De esta tesis doctoral se obtienen dos publicaciones en la revista indexada en el JCR, International Journal of Arts Management (índice de impacto 2017 = 0,703). Su tesis doctoral ha sido de gran impacto y transferencia al mercado del arte, pues se crea un indicador de la evolución del precio de las obras de arte. Actualmente Elisa está considerada una de las personas más influyentes en el mercado del arte español. <https://forbes.es/empresarios-arte/>

Co-Dirección de tesis doctoral, de **Arturo Berrozpe** “Identificación del turista con el destino: Efecto sobre el capital de marca” defendida en septiembre de 2014 en la Universidad Autónoma de Madrid. De esta tesis doctoral se obtienen hasta el momento dos publicaciones en revistas indexadas en el JCR con alto impacto: Journal of Destination Marketing & Management (índice de impacto 2017 = 3,667) y Journal of Travel & Tourism Marketing (índice de impacto 2017 = 1,975).

### Parte C. LISTADO DE APORTACIONES MÁS RELEVANTES –

Se limitan las 10 publicaciones a las más relevantes de los últimos años relacionadas con la temática del proyecto (se incluyen en negrita los profesores que participan en esta solicitud). Puede verse el historial completo de la solicitante en: [Sara Campo - Google Académico](#)

1. **Jiménez-Barreto, J., Gutiérrez-Taño, D., Díaz-Armas, R. & Campo, S.** (2023) Residents’ fresh start mindset and attitudes towards tourism after a natural disaster: the case of the volcano

in La Palma, *Current Issues in Tourism*, 26:22, 3721-

3733, DOI: 10.1080/13683500.2022.2147269

- Índice de impacto **JCR 2022: 8.00**. Clasificada como **Q1** en la categoría de Hospitality, Leisure, Sport & Tourism.
2. **Jiménez-Barreto, J.**, Rubio, N., Mura, P., Shapit, E. & **Campo, S.** (2022): “Ask Google Assistant Where to Travel” Tourists’ Interactive Experiences With Smart Speakers: An Assemblage Theory Approach, *Journal of Travel Research*, <https://doi.org/10.1177/00472875221094073>
    - Índice de impacto **JCR 2020: 10.982**. Clasificada como Q1 en la categoría de Hospitality, Leisure, Sport & Tourism (2/58).
  3. **Jiménez-Barreto, J.**, Rubio, N., **Campo, S.** & Molinillo, S (2020): “Linking the online destination brand experience and brand credibility with tourists’ behavioral intentions toward a destination”, *Tourism Management*, 79, 104101. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104101>
    - Índice de impacto **JCR 2019: 7.432**. Clasificada como **Q1** en las categorías de Management (9/226) y de Hospitality, Leisure, Sport & Tourism (2/56).
  4. **Jiménez-Barreto, J.**, Rubio, N. & **Campo, S.** (2020): Destination brand authenticity: What an experiential simulacrum! A multigroup analysis of its antecedents and outcomes through official online platforms, *Tourism Management*, 77, 104022. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104022>
    - Índice de impacto JCR 2019: 7.432. Clasificada como Q1 en las categorías de Management (9/226) y de Hospitality, Leisure, Sport & Tourism (2/56).
  5. **Alvarez, M.D.** & **Campo, S.** (2020): Consumer animosity and its influence on visiting decisions of US citizens, *Current Issues in Tourism*, 23 (9), 1166-1180. <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1603205>
    - Índice de impacto JCR 2019: 4.147. Clasificada como Q1 en la categoría de Hospitality, Leisure, Sport & Tourism (10/56).
  6. Berrozpe, A., **Campo, S.** & Yagüe, M.J. (2019): Am I Ibiza? Measuring brand identification in the tourism context, *Journal of Destination Marketing & Management*, 11, 240-250. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.04.005>
    - Índice de impacto **JCR 2019: 4.279**. Clasificada como **Q1** en la categoría de Hospitality, Leisure, Sport & Tourism (9/56) y como **Q1** en la categoría de Management (47/226).
  7. **Jiménez-Barreto, J.**, Sthapit, E., Rubio, N. & **Campo, S.** (2019): Exploring the dimensions of online destination brand experience: Spanish and North American tourists' perspectives, *Tourism Management Perspectives*, 31, 348-360. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.07.005>
    - Índice de impacto **JCR 2019: 3.648**. Clasificada como Q1 en la categoría de Hospitality, Leisure, Sport & Tourism (14/56) y como Q2 en la categoría de Management (65/226).
  8. **Jiménez-Barreto, J.**, Rubio, N. & **Campo, S.** (2019): The Online Destination Brand Experience: Development of a Sensorial-Cognitive-Conative Model. *International Journal of Tourism Research*, 21(2), 245–258. <https://doi.org/10.1002/jtr.2258>
    - Índice de impacto **JCR 2019: 2.58**. Clasificada como Q2 en la categoría de Hospitality, Leisure, Sport & Tourism (26/56).
  9. Berrozpe, A., **Campo, S.** & Yagüe, M. J. (2017): Understanding the identity of Ibiza, Spain, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 1-14. DOI/10.1080/10548408.2016.1272525.
    - Índice de impacto JCR 2017: 1.975. Clasificada como Q3 en la categoría de Hospitality, Leisure, Sport & Tourism (26/50) y pasa a Q1 en 2018 (12/52).
  10. **Alvarez, M.D.** & **Campo, S.** (2014): “The influence of political conflicts on country image and intention to visit. A study of Israel’s image”, *Tourism Management*, Vol. 40, pp. 70-78. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.05.009>
    - Índice de impacto JCR 2014: 2.554. Clasificada como Q1

### **C.1. Publicaciones más importantes en libros y revistas con “peer review” y conferencias (ver instrucciones).**

Dispone de más de 5 capítulos de libros de investigación publicados por editoriales de reconocido prestigio como Springer, Emerald, o la European Advertising Academy.

### **C.2. Congresos,**



Contribuye habitualmente con sus investigaciones a través de ponencias en congresos nacionales e Internacionales de reconocido prestigio del área de marketing y de turismo, como AECIT, AEMARK, European Marketing Academy, Advances in Tourism Marketing Conference, entre otros.

### **C.3. Proyectos o líneas de investigación en los que ha participado,**

Proyectos dirigidos por la solicitante:

- “Recuperación de la industria turística: Generación de conocimiento para la acción dirigida” Proyecto Plan Nacional de I + D + i. Ministerio de Economía, Industria y Competitividad. (PID2020-114788RB-I00). Duración 2021-2023 (27.757,40 €). **IP: Sara Campo Martínez** y Joan Garau Vadell.
- “La co-creación de valor y las estructuras de los canales del comercio móvil” Proyecto Plan Nacional de I + D + i. Ministerio de Economía, Industria y Competitividad. (ECO2014-59356-P). **IP: Sara Campo Martínez**. (30.000 €)
- “Realidad aumentada en la experiencia del cliente” Proyecto de cooperación interuniversitaria UAM-Santander con EEUU. (convocatoria 2017). **IP: Sara Campo Martínez** (15.000 €)

Proyectos más destacados en los que está incluida la solicitante como parte activa del equipo de investigación:

- “Tourism in Zones of Conflict” financiado por la Universidad de Boğaziçi (dirigido por la profesora **María D. Alvarez**) en colaboración con las Universidades Ben-Gurion del Negev (dirigido por la profesora Galia Fuchs) y con la Universidad Autónoma de Madrid (**dirigido por la profesora Sara Campo**). 12 meses (01-03-2018 a 01-03-2019).
- "Desafíos y oportunidades para el comercio electrónico mediante Internet móvil". Proyecto Plan Nacional de I + D + i. Subprograma de Proyectos de Investigación Fundamental no orientada, aprobado y financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación en Resolución. (ECO2011-30105/ECON). **IP: Shintaro Okazaki** (131.588 €).
- "El marketing de relaciones: la creación de valor en el marco de la lógica dominante de los servicios". Proyecto Plan Nacional de I + D + i. Subdirección General de Proyectos de Investigación. DIRECCIÓN GENERAL DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TÉCNICA. Ministerio de Economía y Competitividad (ECO2012-31517). **IP: María Jesús Yagüe Guillén** (40.000 €).
- "Difusión y utilización de Internet en teléfono móvil en la comercialización de productos y servicios". Entidad Financiadora: Plan nacional de I+D+I financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación (ECO2008-01557/ECON). **IP: Shintaro Okazaki**. (66.000 €)
- "El marketing de relaciones: Del capital de marca al valor del cliente". Entidad Financiadora: Plan Nacional de I+D. Financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación. (ECO2008-00488/ECON). **IP: María Jesús Yagüe Guillén**. (424.000 €).
- "La marca y su historia: valor económico, empresarial y social". Entidad Financiadora: Universidad Autónoma de Madrid. Primera convocatoria propia de proyectos de Investigación multidisciplinares. (CEMU-2012-03). **IP: María Jesús Yagüe Guillén**. (40.000€)