

Fecha del CVA	09/03/2026
---------------	------------

## Parte A. DATOS PERSONALES

Nombre			
Apellidos			
Sexo		Fecha de Nacimiento	
DNI/NIE/Pasaporte			
URL Web			
Dirección Email			
Open Researcher and Contributor ID (ORCID)			

### A.1. Situación profesional actual

Puesto	Profesora Titular de Universidad		
Fecha inicio	2021		
Organismo / Institución	Universidad de Jaén		
Departamento / Centro	Organización de Empresas, Marketing y Sociología / Facultad Ciencias Sociales y Jurídicas.		
País		Teléfono	
Palabras clave	Educación para la salud; Comercialización; Estudio de mercado		

### A.3. Formación académica

Grado/Master/Tesis	Universidad / País	Año
Doctorado	Universidad de Jaén	2011
Máster en Marketing y Comportamiento del Consumidor	Universidad de Jaén	2008
Administración y Dirección de Empresas	Universidad de Jaén	2004

## Parte B. RESUMEN DEL CV

Licenciada en Administración y Dirección de Empresas, Máster en Marketing y Comportamiento del Consumidor y Doctora por la Universidad de Jaén. Miembro del grupo de investigación Marketing UJA (MARKUJA), código SEJ-315. Cuenta con 1 sexenio de investigación y 5 tramos de complementos autonómicos.

Ha participado en 46 proyectos y contratos de investigación a nivel provincial, autonómico, nacional y europeo. En esta línea, destaca, por un lado, su participación en tres proyectos de concurrencia competitiva a nivel europeo, así como en otros dos dentro del Programa/ Plan de Proyectos de Investigación de Excelencia. Por otro lado, es destacable que más de la mitad de los contratos de investigación en los que ha participado se han suscrito con administraciones públicas como la Junta de Andalucía, la Diputación Provincial de Jaén o el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Autora y coautora de 28 artículos indexados en revistas con índice de calidad relativo, 4 libros, 8 capítulos de libro y 57 contribuciones a congresos nacionales e internacionales. Entre sus líneas de investigación principales destacan el marketing agroalimentario, sostenibilidad, comportamiento del consumidor y comunicación. Dentro de estos campos de investigación, ocupa un lugar preferente la comercialización de los aceites de oliva y la mejora de la competitividad del sector. Ha recibido 4 premios de investigación: Premio de Investigación del Consejo Económico y Social de la Provincia de Jaén, 2009; Premio a la Mejor Comunicación Autor Joven, 2015, del X Congreso de esta Asociación; Premio a la mejor comunicación en el área de Marketing de las XXVI Jornadas Luso-Espanholas de Gestão Científica, 2016; Premio a la Mejor Comunicación en el Área Científica de Marketing de las XXXIV Jornadas Luso-Espanholas de Gestión Científica, 2025. Ha dirigido 34 Trabajos Fin de Máster y codirigido 2 tesis doctorales.

Ha realizado varias estancias de investigación postdoctorales de media/larga duración. Dos de ellas internacionales, en el Dipartimento di Scienze Agrarie, Alimentari ed Ambientali de

la Università Politecnica delle Marche (Italia). La segunda de éstas se realizó con una beca obtenida en convocatoria pública competitiva (Programa “José Castillejo” para estancias de movilidad en el extranjero de jóvenes doctores). Coordinadora del Máster interuniversitario en Marketing y Comportamiento del Consumidor en la sede de Jaén, Coordinadora del Área de Comercialización e Investigación de Mercados, Miembro de la Junta de Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas, y Miembro del Claustro universitario de la Universidad de Jaén.

## Parte C. LISTADO DE APORTACIONES MÁS RELEVANTES

### C.1. Publicaciones más importantes en libros y revistas con “peer review” y conferencias

AC: Autor de correspondencia; (nº x / nº y): posición firma solicitante / total autores. Si aplica, indique el número de citaciones

- 1 **Artículo científico.** (1/4) Manuela Vega Zamora (AC); Eva María Murgado Armenteros; Francisco José Torres Ruíz; Manuel Parras Rosa. 2025. Eco-innovation adoption in the olive oil sector: a sustainability analysis. Business Strategy and the Environment. Wiley. pp.1-15. ISSN 0964-4733.
- 2 **Artículo científico.** Francisco José Torres Peña; (2/4) Manuela Vega Zamora (AC); Eva María Murgado Armenteros; Francisco José Torres Ruíz. 2025. Unveiling the heuristic influence: How certifications shape consumer perceptions and inferences in the agri-food market. British Food Journal. EMERALD GROUP PUBLISHING LTD. 127-13, pp.465-483. <https://doi.org/10.1108/BFJ-11-2024-1211>
- 3 **Artículo científico.** Manuel Parras Rosa; Manuela Vega Zamora; (3/3) Antonio Ruz Carmona (AC). 2024. Cadena de valor del aceite de oliva virgen extra. CIRIEC-España, Revista De economía Pública, Social Y Cooperativa. CIRIEC-ESPAÑA. 112, pp.15-44. ISSN 19896816. <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.112.29540>
- 4 **Artículo científico.** Eva María Murgado Armenteros; (2/3) Manuela Vega Zamora; Manuel Parras Rosa. 2024. Drivers for eco-innovation in the agro-industrial sector: the case of olive oil. International Journal of Innovation and Sustainable Development. Inderscience Publishers. ISSN 1740-8830. <https://doi.org/10.1504/IJSD.2023.10061088>
- 5 **Artículo científico.** Javier Calatrava Leyva; David Martínez; Raúl Zornoza; Manuel González Rosado; Beatriz Lozano García; (6/7) Manuela Vega Zamora; María Dolores Gómez López. 2021. Barriers and opportunities for the implementation of sustainable farming practices in Mediterranean agroforestry systems. Agronomy. MDPI Multidisciplinary Digital Publishing Institute. 11-5, pp.821. <https://doi.org/10.3390/agronomy11050821>
- 6 **Artículo científico.** María Gutiérrez Salcedo; Manuel Parras Rosa; Francisco José Torres Ruiz; (4/4) Manuela Vega Zamora. 2021. Do chefs value health in their olive oil purchasing decisions?. Nutrients. MDPI Multidisciplinary Digital Publishing Institute. 13-445, pp.1-10. ISSN 2072-6643. <https://doi.org/10.3390/nu13020445>
- 7 **Artículo científico.** (1/3) Vega-Zamora, Manuela (AC); Simona Naspetti; Raffaele Zanolì. 2020. Principales motivaciones del consumidor de alimentos ecológicos en Italia. El caso del aceite de oliva. Agrociencia. Colegio de Postgraduados. 54-3, pp.327-336. ISSN 14053195. WOS (1) <https://doi.org/10.47163/agrociencia.v54i3.1909>
- 8 **Artículo científico.** (1/3) Manuela Vega Zamora (AC); Francisco José Torres Ruiz; Manuel Parras Rosa. 2019. Towards sustainable consumption: Keys to communication for improving trust in organic foods. Journal of Cleaner Production. 216, pp.511-519. WOS (34) <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.12.129>
- 9 **Artículo científico.** Torres-Ruiz, Francisco Jose; (2/3) Vega-Zamora, Manuela (AC); Parras-Rosa, Manuel. 2018. Sustainable Consumption: Proposal of a Multistage Model to Analyse Consumer Behaviour for Organic Foods. Business Strategy and the Environment. 27, pp.588-602. WOS (14) <https://doi.org/10.1002/bse.2022>

### C.2. Congresos

- 1 Francisco José Torres Peña; Manuela Vega Zamora; Eva María Murgado Armenteros; Francisco José Torres Ruiz. ¿Un producto de una cooperativa? Inferencias de las características del producto causadas por incluir la palabra cooperativa en la etiqueta de un producto alimentario. XXXVI CONGRESO INTERNACIONAL DE MARKETING. AEMARK 2025. Universidad de Murcia y Asociación Española de Marketing Académico y Profesional. 2025. España. Participativo - Póster. Congreso.
- 2 Fatima Ezzahra Mahssoun; Manuela Vega Zamora; María Gutiérrez Salcedo. Export market orientation of Moroccan companies toward the European Union market: olive oil sector. XXII Simposio Internacional Científico-Técnico y de Transferencia. EXPOLIVA 2025. Fundación para la promoción y el desarrollo del olivar y del aceite de oliva. 2025. España. Participativo - Póster. Congreso.
- 3 Sergio Valdelomar Muñoz; Cecilia López Boronat; Eva M. Murgado Armenteros; Manuela Vega Zamora; María Gutiérrez Salcedo. ¿Cómo influyen las emociones del consumidor en el proceso de compra de alimentos proambientales?. XXXIV Jornadas Luso-Espanholas de Gestão Científica. Universidade da Beira Interior. 2025. Portugal.
- 4 Carla Marano Marcolini; Francisco José Torres Peña; Manuela Vega Zamora; Francisco José Torres Ruíz. ¿Etiquetado nutricional o saludable? Una aproximación heurística. Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2024. Universidad de Castilla-La Mancha y Asociación Española de Marketing Académico y Profesional. 2024. España.
- 5 Eva María Murgado Armenteros; Sergio Valdelomar Muñoz; María Gutiérrez Salcedo; Manuela Vega Zamora; Manuel Parras Rosa; Manuel Jesús Cobo Martín. ¿Qué temas le preocupan al consumidor sobre el medio ambiente? Un análisis de las conversaciones digitales en redes sociales. XXXIII Jornadas Hispano Lusas de Gestión Científica. Universidad de Granada. 2024. Participativo - Ponencia oral (comunicación oral). Congreso.
- 6 María Gutiérrez Salcedo; Eva María Murgado Armenteros; Manuel Jesús Cobo Martín; Manuel Parras Rosa; Francisco José Torres Ruíz; Manuela Vega Zamora. The Study of Sustainability in Agri-Food Marketing. 2nd IAAE Inter-Conference Symposium, 6to Congreso Regional de Economía Agraria and 1st Latin-American Workshop on Productivity and Efficiency. International Association of Agricultural Economists. 2023. Uruguay.
- 7 Murgado-Armenteros, Eva M.; Torres-Ruiz, Francisco J.; Vega-Zamora, M.; Gutiérrez-Salcedo, M.; Parras-Rosa, M.. Indicios de eficacia de la estrategia multi-sello de calidad diferenciada en productos agroalimentarios. XXVIII Congreso Internacional AEDEM 2019. Management in a Smart Society: business and technological challenges. European Academy of Management and Business Economics. 2019. Japón.

### C.3. Proyectos o líneas de investigación

- 1 **Proyecto.** HORIZON-MISS-2023-SOIL-01-08, Healthy Soil to Permanent Crops Living Labs (LivingSoiLL). Comisión Europea. Manuela Vega Zamora. (Universidad de Jaén). 01/06/2024-30/11/2028. 1.081.352,5 €. Miembro de equipo.
- 2 **Proyecto.** LIFE20 NAT/ES/001087, LIFE Olivares VIVOS + Increasing the impact of Olivares Vivos in the EU. Comisión Europea. Eva M. Murgado Armenteros. (Universidad de Jaén). 01/09/2021-30/09/2026. 468.263 €. Estudio del comportamiento del consumidor hacia la biodiversidad como atributo del aceite de oliva en Portugal, Italia y Grecia. Plan de comunicación.
- 3 **Proyecto.** Ecoinnovación en el sector oleícola andaluz: situación, factores conductores y estrategias.. Junta de Andalucía. Manuel Parras Rosa. (Universidad de Jaén). 01/01/2020-31/08/2022. 16.497,57 €. Diseño de estrategias para la puesta en valor de prácticas ecoinnovadoras en el sector oleícola andaluz.
- 4 **Proyecto.** H2020-RUR-06-2016-728003, Diverfarming-Crop diversification and low-input farming across Europe: from practitioners engagement and ecosystems services to increased revenues and chain organisation. Comisión Europea. Luis Parras Alcántara. 01/05/2017-30/04/2022. 462.998,75 €. Colaboración en el diseño de la cadena de valor del aceite de oliva, considerando la diversificación del olivar con otros cultivos, centrándose en la parte del consumidor.

- 5 **Proyecto.** 2015/00201, Olivares Vivos. Hacia el diseño y certificación de olivares reconciliados con la biodiversidad. Comisión Europea. Eva María Murgado Armenteros. (Universidad de Jaén). 01/10/2015-31/05/2020. 189.378 €. Estudio del comportamiento del consumidor hacia la biodiversidad como atributo del aceite de oliva en España, Dinamarca, Alemania y Reino Unido. Estudio para la creación de una marca.
- 6 **Proyecto.** La oleicultura ecológica en la provincia de Jaén: Factores inhibidores de su desarrollo y eficacia de las políticas públicas de desarrollo sostenible. Instituto de Estudios Giennenses. Diputación Provincial de Jaén. Manuela Vega Zamora. (Universidad de Jaén). 14/12/2018-26/10/2019. 6.500 €. Investigador principal. Plantear el proyecto de I+D+i así como dirigir, organizar y coordinar el trabajo del equipo investigador para dar respuesta a los objetivos planteados en la investigación.
- 7 **Proyecto.** Retos de la comercialización eficiente de los aceites de oliva: Correcto etiquetado y aprovechamiento de las ventajas asociadas a una web site. Instituto de Estudios Giennenses. Diputación Provincial de Jaén. Ángel Martínez Gutiérrez. (Universidad de Jaén). 10/11/2017-20/10/2018. 5.000 €.
- 8 **Proyecto.** 2011/00047, Estrategias de mejora de la comercialización de los aceites de oliva.. Consejería de Economía, Innovación y Ciencia. JUNTA DE ANDALUCIA. FRANCISCO JOSE TORRES RUIZ. (Universidad de Jaén). 09/02/2011-30/04/2016. 161.994,84 €.
- 9 **Contrato.** Investigación de la sostenibilidad de los territorios de olivar en la provincia de Jaén: propuestas de instrumentación de la PAC post 2027 (CO 2025/1030) Diputación Provincial de Jaén. Manuel Parras Rosa. 05/05/2025-04/01/2026.
- 10 **Contrato.** Impacto de la certificación IGP en la percepción de los consumidores Consejo Regulador I.G.P Aceite de Jaén. Francisco José Torres Ruíz. (Instituto Universitario De Investigación En Olivar Y Aceite De Oliva). 10/02/2025-30/03/2025. 4.297,52 €.
- 11 **Contrato.** GO AOVE-Tradicional. Certificación Blockchain de la trazabilidad del aceite de oliva virgen extra de olivar tradicional Wealize S.L., Izertis, S.A.. MANUELA VEGA ZAMORA. 01/01/2023-01/03/2025. 43.801,65 €.
- 12 **Contrato.** Elaboración de contenidos divulgativos del estudio de rentabilidad del olivar jiennense: oleicultura más competitiva, transferencia a la cadena de valor Diputación Provincial de Jaén. Manuel Parras Rosa. 09/08/2022-09/08/2023. 10.000 €.
- 13 **Contrato.** Actualización de la cadena de valor del aceite de oliva virgen extra Dirección General de Industria Alimentaria. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Manuel Parras Rosa. 24/06/2021-23/03/2022. 9.450 €.
- 14 **Contrato.** Elaboración de un plan estratégico de marketing S.C.A. Santa Isabel. Manuela Vega Zamora. 12/06/2020-12/10/2020. 5.000 €.
- 15 **Contrato.** Elaboración de la cadena de valor del aceite de oliva virgen extra Dirección General de Industria Alimentaria. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Manuel Parras Rosa. 09/06/2020-09/10/2020. 13.750 €.