

Fecha del CVA	10/03/2026
---------------	------------

Parte A. DATOS PERSONALES

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

A.2. Situación profesional anterior (incluye interrupciones en la carrera investigadora - indicar meses totales, según texto convocatoria-)

Periodo	Puesto / Institución / País
2007 - 2015	Rector / Universidad de Jaén
1999 - 2002	Vicerrector de Relaciones con la Sociedad / Universidad de Jaén
1997 - 2002	Titular de Universidad / Universidad de Jaén
1997 - 1999	Director de la Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación / Universidad de Jaén
1993 - 1998	Responsable del Área de Comercialización e Investigación de Mercados / Universidad de Jaén
1993 - 1997	Titular de Escuela Universitaria / Universidad de Jaén
1988 - 1993	Titular de Escuela Universitaria / Universidad de Granada
1986 - 1988	Secretario de la Escuela Universitaria de Estudios Empresariales de Jaén / Universidad de Granada
1987 - 1988	Titular de Escuela Universitaria Interino / Universidad de Granada
1984 - 1987	Profesor Colaborador / Universidad de Granada
2002 -	Catedrático de Universidad / Universidad de Jaén

A.3. Formación académica

Grado/Master/Tesis	Universidad / País	Año
Doctor en Administración y Dirección de Empresas	Universidad de Sevilla	1996
Licenciado, con grado, en Ciencias Económicas y Empresariales (Sección Empresariales. Especialidad de Dirección y Gestión)	Universidad de Málaga	1984

Parte B. RESUMEN DEL CV

En el ámbito de la I+D+i mi trabajo se ha enfocado a contribuir, mediante la generación y transferencia de conocimiento, a la mayor orientación al mercado del sector oleícola, un sector estratégico y de enorme importancia en Andalucía y en la provincia de Jaén; y a ayudar a mis colegas, puesto que soy el más veterano, a progresar en su carrera académica, transmitiéndoles la importancia del rigor y de la honestidad en la investigación.

En el año 1996 leo la Tesis Doctoral en la Universidad de Sevilla titulada: La demanda de aceite de oliva virgen en el mercado español y las posibilidades de su crecimiento: un enfoque de marketing estratégico, enmarcada se en mi línea principal de investigación: la gestión de marketing aplicada al sector de los aceites de oliva. De forma paralela, investigo el comportamiento de la oferta, especialmente, del cooperativismo oleícola. La Tesis obtuvo el XXIV Premio Nacional de Publicaciones Agrarias, Pesqueras y Alimentarias (Modalidad Ciencias Sociales), otorgado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Fue publicada en la Serie Estudios, con el número 119. El Jurado estaba formado por 12

miembros, entre los que destacamos a D. Gonzalo Anés y Álvarez-Castrillón. Premio Rey Juan Carlos I de Economía (2006). Premio “Rey Jaime I” a la Economía (2009). D. Ramón Tamames Gómez. Premio “Rey Jaime I” a la Economía (1997) y D. Juan Velarde Fuertes. Premio Príncipe de Asturias de Ciencias Sociales (1992). Premio Rey Juan Carlos I de Economía (2002). Premio “Rey Jaime I” a la Economía (1996). Otros premios obtenidos han sido: Premio Ensayo Jaén, 1998, concedido por La General. Premio UNICAJA de Investigación sobre Desarrollo Económico y Estudios Agrarios (Modalidad Divulgadora/Didáctica), en el año 2000. Premio Arco Iris del Cooperativismo 2005, en la Modalidad de Mejor Investigación sobre Cooperativismo. En el apartado de artículos publicados, si bien hay un buen número de aportaciones, en los últimos años es cuando he dado un giro a los soportes, publicando, junto con mi grupo, en revistas de impacto, que me han permitido obtener tres sexenios (dos de investigación y uno de transferencia). Poseo, desde el primer año de la convocatoria, los cinco complementos autonómicos, incluidos los dos de investigación. Mi labor de investigación ha estado mermada por las responsabilidades que he asumido en la gestión universitaria, siendo Rector durante ocho años -2007-2015, además de asumir otras responsabilidades.

Mis hallazgos de investigación y mi labor de transferencia y divulgación científica han hecho que imparta numerosas conferencias sobre marketing de los aceites de oliva, por invitación, en Australia, Brasil, Bélgica, Croacia, Egipto, España, Estados Unidos, Italia, Marruecos, Portugal, Turquía y Uruguay. Por otro lado, otorgo mucho valor a la transferencia de conocimiento, sobre todo, en una provincia y en una región líder mundial en la producción de aceites de oliva. Esta convicción me ha llevado a realizar investigaciones que han desembocado en iniciativas como la creación de Interóleo, una central de ventas y de compras de aceites de oliva; a que Australia adopte unas denominaciones de aceites de oliva más comprensivas para el consumidor -teoría de señales y eurísticos; a elaborar el Plan Estratégico Olivícola para el Gobierno de Uruguay por encargo del Banco Interamericano de Desarrollo; a que España legisle para prohibir los envases rellenables de aceites de oliva y de orujo de oliva en los establecimientos del canal HORECA. Por otro lado, presido la Indicación Geográfica Protegida (IGP) Aceite de Jaén, una responsabilidad que me permite aplicar los hallazgos de investigación propios y de nuestro equipo de la Universidad de Jaén. Por otro lado, en el año 2019 cree una Cátedra Universitaria (100.000 euros en cuatro años) destinada a elaborar informes, publicar monográficos, organizar jornadas, etc. Fundamentalmente, el objetivo es que las opiniones de la Cátedra sean influyentes, tanto en el sector público como en el privado <https://www.catedraaceitesdejaen.com/>.

De los 200 trabajos publicados (25 monografías, 75 capítulos de libros y 100 artículos), junto con los 60 proyectos de investigación y contratos suscritos con administraciones públicas y privadas, diría que un 15% ha contribuido a generar conocimiento, un 50% han provocado debates sobre ideas y un 25% han tenido influencia en el diseño de políticas públicas y privadas, como a las que antes he aludido.

Respecto de la vinculación de nuestra investigación con los ODS, diría que contribuimos muy modestamente en cuatro de ellos. 8: Promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos y todas; 9: Construir infraestructuras resilientes, promover la industria sostenible y fomentar la innovación; 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles; y 13: Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.

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 **Capítulo de libro.** Manuel Parras Rosa; Eva María Murgado Armenteros. 2017. El comportamiento comercial del cooperativismo oleícola. Barreras estructurales y estrategias de desarrollo para la mejora de la competitividad. Economía y comercialización de los aceites de oliva. Factores y perspectivas para el liderazgo español. Cajamar Caja Rural. Monografías-31, pp.131-158. ISBN 978-84-95531-85-8.
- 2 **Capítulo de libro.** Manuel Parras Rosa; José Antonio Gómez-Limón Rodríguez. 2017. Los retos del sector de los aceites de oliva en España: estrategias para el liderazgo a nivel global. Economía y comercialización de los aceites de oliva. Factores y perspectivas para el liderazgo español del mercado global. Cajamar Caja Rural. Monografías-31, pp.15-33. ISBN 978-84-95531-85-8.
- 3 **Artículo científico.** Antonio; Manuela; Manuel. 2024. Cadena de valor del aceite de oliva virgen extra. CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa. 112, pp.15-44.
- 4 **Artículo científico.** Manuel; Fatiha; Rocío. 2024. The ISO 14001 standard's effect on agrifood small- and medium-sized enterprises' performance: Literature review and empirical evidence. Business Strategy and the Environment. 33-Issue 7, pp.6547-6564.
- 5 **Artículo científico.** Francisco José Torres Ruiz; Manuela Vega Zamora; Manuel Parras Rosa;. 2018. False Barriers in the Purchase of Organic Foods. The case of Extra Virgen Olive Oil in Spain. Sustainability. MDPI. 10-2, pp.461-475. <https://doi.org/10.3390/su10020461>
- 6 **Artículo científico.** Francisco José Torres Ruiz; Manuela Vega Zamora; Manuel Parras Rosa;. 2017. Sustainable Consumption: Proposal of a Multistage Model to Analyse Consumer Behavior for Organic Foods. Business Strategy and the Environment. <https://doi.org/10.1002/bse.2022>
- 7 **Artículo científico.** Rocío Carrillo Labella; Manuel Parras Rosa; Fatiha Fort; Eva María Murgado Armenteros;. 2017. Certification of Quality as a Forerunner of Environmental Sustainability Standards Adoption in the Olive Oil Production Industry. European Journal of Sustainable Development. University of Modena and Reggio Emilia. 6-4, pp.195-204.
- 8 **Artículo científico.** Esther López Zafra; Manuel Parras Rosa; Carla Marano Marcolini;. 2015. Designations and consumer knowledge: an experimental study and implications for agricultural policy. Britihs Food Journal. Emerald Group Publishing Limited. 117-3, pp.1188-1204. <https://doi.org/10/1108/BFJ-06-2013-0152>
- 9 **Artículo científico.** Manuela Vega Zamora; Francisco José Torres Ruiz; Eva María Murgado Armenteros; Manuel Parras Rosa;. 2014. Organic as a heuristic cue: What Spanish consumers mean by organic foods. Psychology & Marketing. 31-5, pp.349-359. <https://doi.org/10.1002/mar.20699>
- 10 **Libro o monografía científica.** Manuel; Francisco José; José Antonio; Antonio; Manuela; Carlos; Samir; Sergio. 2021. Estrategias para una Oleicultura Jiennense más competitiva. Instituto de Estudios Giennenses. pp.1-117.
- 11 **Libro o monografía científica.** Manuel; Antonio; Francisco José; Sergio. 2020. Los costes del olivar en la provincia de Jaén: tipología de olivareros y aproximación a los costes en los municipios de la provincia de Jaén. Instituto de Estudios Giennenses. pp.1-98.
- 12 **Libro o monografía científica.** Carla Marano Marcolini; Esther López Zafra; Manuel Parras Rosa;. 2017. Las denominaciones de los aceites de oliva: un estudio experimental. Instituto de Estudios Giennenses. ISBN 978-84-92876-70-9.

C.3. Proyectos o líneas de investigación

- 1 **Proyecto.** Ecoinnovación en el sector oleícola andaluz: situación, factores conductores y estrategias. (Universidad de Jaén). 01/01/2020-31/12/2022. 16.497,57 €.
- 2 **Proyecto.** Diverfarming-Crop diversification and low-input farming across Europe: from practitioners engagement and ecosystems services to increased revenues and chain organisation H2020-RUR-06-2016-728003. (Universidad de Córdoba). 01/05/2017-01/05/2022. 462.998 €.
- 3 **Proyecto.** Olive Alive: Towards the design and certification of biodiversity frinedly olive groves LIFE14NAT/ES/001094. (Universidad de Jaén). 01/10/2015-01/10/2020. 189.378 €.

- 4 **Proyecto.** Implantación de medidas que mejoren la rentabilidad y sostenibilidad del olivar tradicional. Programa de ayudas para el funcionamiento de los Grupos Operativos de la Asociación Europea de Innovación (AEI) en materia de productividad y sostenibilidad agrícolas en el sector del olivar (Orden de 28 de julio de 2016) Convocatoria 2016. Operación 16.1.3 GOP3I-JA-16-0003. (Universidad de Jaén). 01/05/2018-01/05/2020. 191.237 €.
- 5 **Proyecto.** El uso de las TICs y del comercio electrónico como herramienta de desarrollo territorial en el sector del olivar. (Universidad de Jaén). 09/12/2016-31/07/2018. 7.500 €.
- 6 **Proyecto.** Calidad y Seguridad del Aceite de Oliva Virgen PP.AVA.AVA.201601.12. (Instituto de Investigación y Formación Agraria y Pesquera de Andalucía -IFAPA- (Fondos FEDER)). 20/04/2016-20/04/2018. 151.474,4 €.
- 7 **Contrato.** Regulación de la oferta en el mercado oleícola. Estudio de las variables de influencia para proponer una norma de comercialización con la finalidad de mejorar y estabilizar su funcionamiento, al amparo del Real Decreto 84/2021 Diputación Provincial de Jaén. 01/05/2024-01/05/2025. 14.278 €.
- 8 **Contrato.** Elaboración de la Cadena de Valor del Aceite de Oliva Virgen Extra. Campaña 2020-2021 MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACION. Parras Rosa. 24/06/2021-23/03/2022. 11.434,5 €.
- 9 **Contrato.** Elaboración de un Plan Estratégico de Marketing para la SCA Santa Isabel de Torres (Jaén) SCA Santa Isabel. 12/06/2020-10/10/2020. 5.000 €.
- 10 **Contrato.** Elaboración de la Cadena de Valor del Aceite de Oliva Virgen Extra. Campañas 2018-2019 y 2019-2020 MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACION. 05/06/2020-05/10/2020. 16.637,5 €.
- 11 **Contrato.** Los costes del olivar en la provincia de Jaén: tipología de olivareros y aproximación a los costes de los municipios de la provincia de Jaén Diputación Provincial de Jaén. Parras Rosa. 16/04/2020-11/12/2020. 6.200 €.
- 12 **Contrato.** Elaboración de un Plan Estratégico de Marketing para la SCA Hortofrutícola San Marcos de Torres (Jaén) SCA Hortofrutícola San Marcos. Parras Rosa. 26/02/2020-25/06/2020. 5.000 €.
- 13 **Contrato.** Calidad diferenciada, sostenibilidad y medio ambiente: estudio de la viabilidad de la DOP Miel de Jaén Diputación Provincial de Jaén. 23/11/2016-01/07/2017. 6.050 €.
- 14 **Contrato.** Rentabilidad del olivar jienense: estrategias y políticas públicas Diputación Provincial de Jaén. 01/04/2016-29/03/2017. 11.495 €.