

1. DATOS PERSONALES.

Apellidos y nombre	FRAIZ BREA, JOSÉ ANTONIO
D.N.I.	52.470.087-A
Lugar y fecha de expedición	Ourense, 03/11/1995
Nacimiento: Provincia y localidad	Pontevedra, A Estrada
Fecha de nacimiento	26/08/1962
Residencia: Provincia y localidad	Ourense, Ourense
Domicilio	Rúa Fonte do Bispo
Teléfono	988368700/368800/368738
E-mail	jafraiz@uvigo.es
Facultad o Escuela actual	Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo
Departamento o Unidad docente actual	Organización de Empresas y Marketing
Área	Comercialización e Investigación de Mercados
Categoría actual como Profesor	Profesor Titular de Universidad

2. TÍTULOS ACADÉMICOS.

- Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales (sección empresariales), con examen de grado, por la Universidad de Santiago de Compostela.
- Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales, por la Universidad de Santiago de Compostela.
- Título de Postgrado del Curso Superior de Comercio Exterior. UNED.

3. ACTIVIDAD DOCENTE DESEMPEÑADA.

- Desde el 20/11/1986 ejerzo docencia, con contratos diversos, primero en la Universidad de Santiago de Compostela y después, de la segregación, en la Universidad de Vigo, en áreas del Departamento de Organización de Empresas y Marketing; en los últimos años exclusivamente en el área de Comercialización e Investigación de Mercados, tanto en la Titulación Administración y Dirección de Empresas como en Turismo, en la Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo –Campus universitario de Ourense. Además imparto docencia en el doctorado que oferta el Departamento de Organización de Empresas y Marketing.

4. ACTIVIDAD INVESTIGADORA DESEMPEÑADA.

- ♦ Colaborador en el trabajo del profesor Dr. José Antonio Varela González: “Análisis Sociológico del Sector Alfarero y de la Comercialización”. Fecha: Verano de 1985.
- ♦ Coautor del proyecto “La provincia de Ourense. Especial consideración del sistema vitivinícola del Ribeiro” encargado y patrocinado por la Fundación FLORENCIO ALVAREZ-M^a TERESA ESTEBAN. Realizado durante el curso 1991-1992.
- ♦ Coautor del proyecto “Estudio de viabilidad. Proyecto de inversión. Ayuntamiento de Vilaríño de Conxo”. Realizado durante el año 1992 en el marco de un convenio de colaboración con el INEM, que tiene como finalidad el desarrollo de planes de empleo local.
- ♦ Tesis: “Análisis de los Canales de Distribución mediante el Enfoque Económico-Político Interno. Estudio Empírico en el Sector del Automóvil”. (15 de mayo de 1995). Calificación:

Apto "Cum Laude" por unanimidad.

- ◆ Colaborador en el estudio sobre "Capacidades comercializadoras de la industria gallega" encargado por la Xunta de Galicia. (Realizado a finales del año 1996).
- ◆ Investigador principal en el proyecto "Estudio del sector de producción y distribución del mueble gallego. Propuesta del modelo". Financiado por la Universidad de Vigo.
- ◆ Investigador principal en el proyecto "Estudio del plan estratégico de la zona sur del caso viejo de Ourense". Financiado por el Ayuntamiento de Ourense.
- ◆ Investigador principal en el proyecto "Comercio detallista de alimentación ourensán". Financiado por la empresa Ignacio de las Cuevas S.A.
- ◆ Investigador en el proyecto: "La competitividad de la empresa familiar: Una aplicación al sector conservero gallego" (PDIDTOOPXI30004PR). XUNTA DE GALICIA.
- ◆ Tutor de la profesora Dña Elisa Alén González, en el proyecto "Análisis actual de los balnearios de Galicia". Financiado por la Xunta de Galicia. Año 2001.
- ◆ Investigador, junto con la profesora Dña Elisa Alén González, en el proyecto "El termalismo como recurso turístico emergente de la ciudad de Ourense". Financiado por el Ayuntamiento de Ourense. Año 2001.
- ◆ Investigador principal del proyecto "Ourense: Estudio para el desarrollo de la sociedad de la información y del empleo". Financiado por la Diputación Provincial de Ourense.
- ◆ Investigador en el proyecto "Estudio de los aspectos estratégicos del sector turístico de Galicia". Financiado por Consellería de Comunicación Social y Turismo (Xunta de Galicia).
- ◆ Investigador principal en el proyecto "Diseño de indicadores de evaluación de la repercusión socioeconómica de las inversiones en deporte". Financiado por la Fundación Deporte Galego.
- ◆ Investigador principal en el proyecto "Diseño de indicadores de evaluación de la repercusión socioeconómica de las inversiones públicas en deporte en el Reino de España". Financiado por el Ministerio de Educación y Ciencia. Consejo Superior de Deportes.
- ◆ Investigador principal en el proyecto "Diseño del plan de comercialización de los productos de cosmética termal del Grupo Caldaria Hoteles y Balnearios, en la Comunidad Autónoma de Galicia". Financiado por la Universidad de Vigo y el Grupo Caldaria Hoteles y Balnearios.
- ◆ Investigador principal en el proyecto "Estudio de mercado en destino turístico: Ribeira Sacra". Financiado por el Consorcio de Turismo Ribeira Sacra.
- ◆ Investigador principal en el proyecto "Estudio de mercado del turismo accesible en España, oferta-demanda, y oportunidades de crecimiento en Galicia". Financiado por la Consellería de Innovación, Industria y Comercio. Xunta de Galicia.
- ◆ Co-director de la Tesis "Análisis de la calidad de servicio percibida en los establecimientos termales: conceptualización, medición y relevancia con otras variables de marketing" de M^a Elisa Alén González. Fecha: 05/12/2003.
- ◆ Director de la Tesis "Análisis de la orientación a largo plazo en la relación fabricante-distribuidor. La perspectiva del fabricante en el canal de distribución del mueble" de M^a de la Cruz del Río Rama. Fecha: 07/03/2005.
- ◆ Formo parte del Comité Científico de las sucesivas ediciones del Encuentro de Profesores de Marketing desde el año 2000.

5. PUBLICACIONES (LIBROS Y CAPÍTULOS DE LIBRO).

- La promoción de ventas. (En colaboración). Editorial: TÓRCULO. Fecha: Enero, 1990. ISBN: 84-86778-44-4.
- Comercio exterior y marketing internacional en las empresas. (Coordinador). Editorial: LÍNEA 4. Fecha: Enero, 1992. ISBN: 84-604-1146-X.
- Análisis de los canales de distribución mediante el enfoque económico-político interno. Estudio empírico en el sector del automóvil en microfilm por la universidad de santiago.

- Temas actuales de gestión empresarial: internacionalización e innovación tecnológica (co-coordinador). Editorial: AURIA S.L. Fecha: Diciembre, 1997. ISBN: 84-605-6861-X.
- La política de producto en el comercio al detalle: las estrategias de producto. (Capítulo del libro: herramientas de marketing para la mejora y el incremento de ventas en el comercio). Editorial: GAMESAL. Fecha: Diciembre, 1997. ISBN: 84-8498-428-1.
- Diferencias en el grado de control percibido en un canal de distribución contractual. Un análisis empírico. (Capítulo de libro: inquirens, docens, ducens –homenaje al prof. Dr. Emilio Soldevilla García). (En colaboración). Editorial: MILLADOIRO. Fecha: Enero, 1997.
- "El nuevo reto empresarial de los balnearios gallegos ante el auge del turismo termal", capítulo del libro homenaje a Emilio Soldevilla García. AEDEM. Editorial: MILLADOIRO. Fecha: Febrero, 2001.
- "Deporte, ocio y turismo", capítulo del libro: **organización y gestión del sector turístico**, editado por E. Alén, N. Rodríguez y J. Vázquez, 2002, Ourense.
- "Deporte y turismo", capítulo del libro: **deporte, empresa y sociedad**, editado por J.A. Fraiz y J. dosil, 2002, Ourense.
- "Psicología, marketing deportivo y alto rendimiento", capítulo del libro: **psicología y rendimiento deportivo**, editado por Joaquín Dosil. Ediciones Gersam, 2002, Ourense.
- "El Patrocinio", en colaboración, capítulo del libro: **Promoción Comercial**. ESIC editorial, 2003, Madrid.
- "Gestión empresarial del deporte", en colaboración, capítulo del libro: **Ciencias de la Actividad Física y del Deporte**. Editorial Síntesis, 2003, Madrid.
- Participación con 6 casos en el libro **Casos de Dirección de Marketing**. Editorial Prentice Hall, 2005, Madrid.

6. PUBLICACIONES (ARTÍCULOS).

- La desinversión. Revista: ECONOMÍA Y EMPRESA. (Nº 22). Fecha: Septiembre-diciembre 1988. Nº páginas: 12.
- Promociones orientadas a la prueba del consumidor. Análisis de su grado de estímulo. Revista: ECONOMÍA Y EMPRESA. (Nº 26). Fecha: Enero-abril 1990. Nº páginas: 21.
- Fuentes estructurales del poder intraorganizacional: una síntesis teórica. Revista: REVISTA DE ESTUDIOS EMPRESARIALES (JAÉN). (Nº 3). Fecha: Enero-abril 1990. Nº páginas: 15.
- Determinantes seleccionados de la búsqueda externa de información. (En colaboración). Revista: CUADERNOS DE GESTIÓN. (Nº 10). Fecha: Febrero, 1990. Nº páginas: 15.
- Factores de calidad determinantes en la relación empresa-universidad: especial consideración a la reforma de los planes de estudio y a las prácticas de empresa. (En colaboración). ACTAS DEL I CONGRESO INTERNACIONAL SOBRE CALIDAD DE LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA. Fecha: Marzo, 1991. Nº páginas: 10.
- La publicidad de la imagen corporativa como recurso estratégico de la empresa. ACTAS DEL II CONGRESO DE LA ASOCIACIÓN EUROPEA DE DIRECCIÓN DE EMPRESAS. Fecha: Septiembre, 1993.
- La percepción del tiempo del consumidor como determinante de su comportamiento de compra (en colaboración). V ENCUENTROS DE PROFESORES DE MARKETING. Fecha: Octubre, 1993. Nº páginas: 6.
- La publicity. ESIC MARKET. Fecha: Julio-septiembre, 1993 (Nº 81). Nº páginas: 14.
- As feiras e exposicións. Análise do salón do moble de Galicia. REVISTA GALEGA DE ECONOMÍA. Fecha: Diciembre, 1993 (V. 2, Nº 1). Nº páginas: 12.
- Promociones orientadas a fomentar la compra del consumidor. CUADERNOS DE ESTUDIOS EMPRESARIALES (Universidad Complutense de Madrid). Fecha: Diciembre, 1993 (Nº 3). Nº páginas: 14.

- La comunicación corporativa como recurso estratégico de la empresa. Especial referencia a la publicidad corporativa. ESIC MARKET. Fecha: Abril-junio, 1995 (Nº 88). Nº páginas: 14.
- Diferencias en el grado de control percibido en un canal de distribución contractual. un análisis empírico. (En colaboración). ACTAS DEL IV CONGRESO INTERNACIONAL DE LA AEDEM celebrado en Sophia (Bulgaria) en septiembre de 1995.
- Factores explicativos del nivel total de retribución de la fuerza de ventas. (En colaboración). ACTAS DEL IV CONGRESO INTERNACIONAL DE LA AEDEM celebrado en Sophia (Bulgaria) en septiembre de 1995.
- El poder del fabricante en el canal de distribución del automóvil. Repercusión de las fuentes de poder no coercitivo. (En colaboración). ESIC. Fecha: Septiembre, 1995. Nº páginas: 9.
- Las interrelaciones entre la generación de valor, la fidelidad de los clientes y el valor de la organización. (En colaboración). XII Congreso AEDEM. Fecha: Junio, 1998.
- Denominación de origen ribeiro: evolución y perspectivas. (En colaboración). Congreso A Economía de Galicia Desenvolvemento e Globalización. Fecha: Septiembre, 1998.
- La notoriedad y la eficacia como elementos claves de la publicidad en el próximo milenio: el caso visa electrón. (En colaboración). IX Jornadas Hispano Lusas de Gestión Científica. Fecha: Febrero, 1999.
- Potenciación de los cascos históricos como espacios comerciales abiertos. Un caso de gestión de la diversidad. XII Congreso Nacional y IX Congreso Hispano-Francés de AEDEM. Fecha: Junio, 1999.
- Incidencia de la notoriedad y la diferenciación en la eficacia/rentabilidad de las campañas publicitarias. El caso "Galopper". X Jornadas Luso-Espanholas de Gestao Científica. Fecha: Febrero, 2000.
- As alianças estratégicas no âmbito do marketing internacional. A sua utilização como forma de entrada em mercados exteriores ". (En colaboración). Revista Portuguesa de Marketing, nº 9. Fecha: Septiembre, 2000. Páginas: 29-34.
- Evolución do produto turístico: Turismo termal. (En colaboración). Revista Galega Hoxe. Fecha: Septiembre, 2003. Páginas: 24-27.
- An investigation of the relationship among service quality, customer satisfaction and behavioural intentions in Spanish health spas. (En colaboración). Journal of Hospitality and Leisure Marketing, Vol. 13, No. 2. Fecha: Septiembre, 2005. Páginas: 67-90.
- Calidad de servicio y satisfacción, ¿antecedente o consecuente? Su evaluación en el ámbito del turismo termal. (En colaboración). Revista Portuguesa de Marketing, Nº 17, 2005 (1).
- Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del consumidor. Su evaluación en el ámbito del turismo termal. (En colaboración). Revista Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa, Vol. 12, Nº 1, enero-abril, 2006.
- Análisis de la orientación a largo plazo en la relación fabricante-distribuidor: la perspectiva del fabricante en el canal de distribución del mueble. (En colaboración). Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, Vol. 15, No. 1, 2006.

7. COMUNICACIONES Y PONENCIAS PRESENTADAS A CONGRESOS.

- He presentado y defendido numerosas comunicaciones y ponencias en congresos nacionales e internacionales.

8. CURSOS Y SEMINARIOS IMPARTIDOS.

- He impartido numerosos cursos y seminarios tanto en universidades como en otros organismos.

9. CARGOS ACADÉMICOS DESEMPEÑADOS.

- DIRECTOR DE LA E.U. DE ESTUDIOS EMPRESARIALES DE OURENSE. Desde octubre de 1990 hasta enero de 1993.
- DECANO COMISARIO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES DE OURENSE. Desde el 16 de diciembre de 1998 hasta febrero de 2000.
- DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES DE OURENSE. Desde febrero de 2000 hasta febrero de 2006.
- COORDINADOR DEL DEPARTAMENTO DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING EN EL CAMPUS DE OURENSE. Desde el mes de febrero de 1999. Continúa.
- COORDINADOR DEL POSTGRADO OFICIAL INTERUNIVERSITARIO DE DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO. Desde el mes de mayo de 2006. Continúa.

10. OTROS MÉRITOS.

- CODIRECTOR DEL MASTER EN AGENTES DE EMPLEO: PLANIFICACIÓN, FINANCIACIÓN Y GESTIÓN DE PROYECTOS.
- CODIRECTOR DEL MASTER DE EMIGRACIÓN Y RETORNO.
- MIEMBRO DEL CLAUSTRO UNIVERSITARIO ACTUAL DE LA UNIVERSIDAD DE VIGO.
- COORDINADOR DE LA REVISTA GALEGA DE EMPREGO, EN SU EDICIÓN NÚMERO 5.
- DIRECTOR DE NUMEROSOS CURSOS DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA
- REPRESENTANTE DE LA UNIVERSIDAD DE VIGO PARA LA ELABORACIÓN DEL GRADO DE TURISMO.
- REPRESENTANTE DE LA UNIVERSIDAD DE VIGO PARA LA ELABORACIÓN DEL GRADO DE EMPRESA.
- REPRESENTANTE DE LA UNIVERSIDAD DE VIGO PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS DEL POSTGRADO OFICIAL INTERUNIVERSITARIO DE DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO.