

Profesor: Dr. Óscar González Benito

Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Salamanca
Catedrático de Universidad, Comercialización e Investigación de Mercados

	 VNIVERSIDAD D SALAMANCA	
Teléfono	923294500 (3008)	
Fax:	923294715	
Email:	oscargb@usal.es	
Página web		
Despacho en la USAL	320 Edificio FES	
Tutorías Primer Cuatrimestre	Martes y Viernes: 10-13	
Tutorías Segundo Cuatrimestre	Pendientes de fijar	
Tutorías para MBA	Pendientes de fijar con los alumnos	

Datos Académicos del Profesor

Titulaciones académicas

Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales, 1999, Universidad de Salamanca
Master of Science in Marketing, 1997, UMIST (U.K.)
Licenciado en Ciencias Matemáticas, 1995, Universidad de Salamanca

PUESTOS PREVIOS

2007-actualidad Catedrático de Universidad, Universidad de Salamanca
2001-2007 Profesor Titular de Universidad, Universidad de Salamanca,
1998-2001 Profesor Ayudante de Facultad, Universidad de Salamanca,
1996-1998 Becario de Investigación MEC, Universidad de Salamanca,

EXPERIENCIA DOCENTE EN POSTGRADO

Experiencia Docente en MBA

Master en Tecnologías de Gestión y Comercio Electrónico para PYMEs.
MBA en Empresas de Televisión, Santillana Formación con la Universidad de Salamanca.
MBA en Empresas e Instituciones Culturales, Santillana Formación con la Universidad de Salamanca.
Master en Turismo de Interior, Universidad de Salamanca.
Experto en Desarrollo Comunitario y Nuevas Tecnologías, Universidad de Salamanca.
Graduado Superior en Aviación Comercial, Piloto de Transporte de Línea Aérea, Universidad de Salamanca.

Experiencia Docente en Otros Postgrados

Departamento de Administración y Economía de la Empresa, Universidad de Salamanca.
Departamento de Gestao, Escola Superior de Tecnología do Instituto Politécnico de Viseu (Portugal).
Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados, Universidad de Valencia.

ARTÍCULOS RECIENTES

- GONZÁLEZ BENITO, J. y GONZÁLEZ BENITO, O. (en prensa): "A Study of Determinant Factors of Stakeholder Environmental Pressure Perceived by Industrial Companies", Business Strategy and the Environment.
- GONZÁLEZ BENITO, J. y GONZÁLEZ BENITO, O. (en prensa): "Determinantes de la Proactividad Medioambiental en la Función Logística: Un Análisis Empírico", Cuadernos de Estudios Empresariales.
- JIMENEZ ZARCO, A.I.; MARTÍNEZ RUIZ, M.P. y GONZÁLEZ BENITO, O. (en prensa): "Implicaciones de la Orientación al Mercado, la Cooperación y el Uso de las TIC en los Procesos de Innovación de Productos y Servicios", Universia Business Review.
- GONZÁLEZ BENITO, O.; GONZÁLEZ BENITO, J. y MUÑOZ-GALLEGO, P.A. (en prensa): "Role of Entrepreneurship and Market Orientation in Firms' Success", European Journal of Marketing.
- GONZÁLEZ BENITO, O.; MARTÍNEZ RUIZ, M.P. y MOLLA DESCALS, A. (en prensa): "Spatial mapping of price competition using logit-type market share models and store-level scanner-data", Journal of the Operational Research Society.
- BUSTOS REYES, C.A. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2008): "Store and Store Format Loyalty Measures Based on Budget Allocation", Journal of Business Research, 61 (9), 1015-1025.
- GONZÁLEZ BENITO, J. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2008): "Operations Management Practices linked to the Adoption of ISO14001: An Empirical Analysis of Spanish Manufacturers", International Journal of Production Economics, 113 (1), 60-73.
- GONZÁLEZ BENITO, O.; MARTÍNEZ RUIZ, M.P. y MOLLA DESCALS, A. (2008): "Latent Segmentation Using Store-Level Scanner Data", Journal of Product and Brand Management, Vol. 17, Nº 1, 37-47.
- GONZÁLEZ BENITO, O. y GONZÁLEZ BENITO, J. (2008): "Implications of Market Orientation on the Environmental Transformation of Industrial Firms", Ecological Economics, Vol. 64, 752-762.
- GONZÁLEZ BENITO, O. y GONZÁLEZ BENITO, J. (2007): "Enfoque de Marketing y Proactividad Medioambiental", Mediterráneo Económico, Colección de Estudios Socioeconómicos, Vol. 11, 129-146.
- GONZÁLEZ BENITO, O.; BUSTOS REYES, C.A. y MUÑOZ-GALLEGO, P.A. (2007): "Isolating the Geodemographic Characterisation of Retail Format Choice from the Effects of Spatial Convenience", Marketing Letters, Vol. 18, 45-59.
- JIMENEZ ZARCO, I.; MARTINEZ RUIZ, M.P. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2006): "Success Factors in New Services Performance: A Research Agenda", The Marketing Review, Vol. 9, Nº 3 (Autumn), 265-283.
- JIMENEZ ZARCO, I.; MARTINEZ RUIZ, M.P. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2006): "Performance Measurement System (PMS) Integration into New Product Innovation: A Literature Review and Conceptual Framework", Academy of Marketing Science Review, Nº 9, 1-16.
- GONZÁLEZ BENITO, O. (2006): "Mapas de Posicionamiento Competitivo Basados en Modelos Logit con Heterogeneidad Latente: Aplicación a las Cadenas de Supermercados", Revista Española de Investigación de Marketing, ESIC, Vol. 10, Nº 2, 117-138.
- GONZÁLEZ BENITO, O. y GONZÁLEZ BENITO, J. (2006): "Implantación de Prácticas Logísticas Medioambientales: Papel de la Certificación Medioambiental", Distribución y Consumo, Nº 88 (julio-agosto), 88-97.
- GONZÁLEZ BENITO, O. (2006): "Mix de Datos para el Análisis de la Localización Minorista: Una Propuesta", Investigación y Marketing, Nº 90 (marzo), 56-62.
- GONZÁLEZ BENITO, J. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2006): "The Role of Stakeholder Pressure and Managerial Values in the Implementation of Environmental Logistics Practices", International Journal of Production Research, Vol. 47, Nº 7, 1353-1373.
- BUSTOS REYES, C.A. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2006): "Papel del Formato Comercial en la Lealtad al Establecimiento Minorista", Información Comercial Española, Nº 828 (enero-febrero), 269-288.
- GONZÁLEZ BENITO, J. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2006): "A Review of Determinant Factors of Environmental Proactivity", Business Strategy and the Environment, Vol. 15, Nº 2, 87-102.
- GONZÁLEZ BENITO, O. y GONZÁLEZ BENITO, J. (2005): "Cultural vs. Operational Market Orientation and Objective vs. Subjective Performance: Perspective of Production and Operations", Industrial Marketing Management, Vol. 34, Nº 8, 797-829.
- GONZÁLEZ BENITO, O. (2005): "Gestión de Categorías en el Establecimiento Minorista: Modelización de la Decisión de Precios con Datos de Escáner", Revista Española de Investigación de Marketing, ESIC, Vol. 9, Nº 2, 35-54.
- GONZÁLEZ BENITO, O. y GONZÁLEZ BENITO, J. (2005): "The Role of Geodemographic Segmentation in Retail Location Strategy", International Journal of Market Research, Vol. 47, Nº 3, 295-316.
- GONZÁLEZ BENITO, J. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2005): "A Study of Motivations of Environmental Transformation of Companies", Industrial Marketing Management, Vol. 34, Nº 5, 462-475.
- GONZÁLEZ BENITO, O.; MUÑOZ GALLEGU, P.A. y KOPALLE, P.K. (2005): "Asymmetric Competition in Retail Store Formats: Evaluating Inter- and Intra-Format Spatial Effects", Journal of Retailing, Vol. 81, Nº1, 65-79.
- GONZÁLEZ BENITO, J. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2005): "An Analysis of the Relationship Between Environmental Motivations and ISO14001 Certification", British Journal of Management, Vol. 16, 133-148.
- GONZÁLEZ BENITO, J. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2005): "Environmental Proactivity and Business Performance: An Empirical Analysis", OMEGA The International Journal of Management Science, Vol. 33, Nº 1, 1-15.
- GONZÁLEZ BENITO, O. (2005): "Spatial Competitive Interaction of Retail Store Formats: Modeling Proposal and Empirical Results", Journal of Business Research, Vol. 58, Nº 4, 457-466.

- GONZÁLEZ BENITO, J. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2005): "¿Qué Contingencias Determinan el Desarrollo de una Logística Más Respetuosa con el Medioambiente?", Logística Profesional, Nº 94, 63-66.
- GONZÁLEZ BENITO, O. (2005): "Papel de la Localización en la Selección de Establecimiento Minorista: Un Enfoque Tridimensional", Distribución y Consumo, Nº 80 (marzo-abril), 100-107.
- GONZÁLEZ BENITO, J. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2005): "Perfiles de Proactividad Medioambiental: Evidencia en las Empresas Industriales Españolas", Universia Business Review, Nº 5, 92-101.
- GONZÁLEZ BENITO, O. (2004): "Random Effects Choice Models: Seeking Latent Predisposition Segments in the Context of Retail Store Format Selection", OMEGA The International Journal of Management Science, Vol. 32, Nº 2, 167-177.
- GONZÁLEZ BENITO, O. y GONZÁLEZ BENITO, J. (2004): "Geographic Price Discrimination as a Retail Strategy: Role of the Geodemographic Profile of the Market", International Journal of Market Research, Vol. 46, Nº 4, 443-464.
- GONZÁLEZ BENITO, O. y SANTOS REQUEJO, L. (2002): A Comparison of Approaches to Exploit Budget Allocation Data in Cross-Sectional Maximum Likelihood Estimation of Multi-Attribute Choice Models, OMEGA The International Journal of Management Science, Vol. 30, Nº 5, 315-324.
- GONZÁLEZ BENITO, O. y SANTOS REQUEJO, L. (2002): Características del Consumidor en la Búsqueda de Perfiles Latentes de Respuesta de Mercado: Aplicación a la Selección de Establecimiento Minorista, Revista Española de Investigación de Marketing, ESIC, Vol. 6, Nº 1, 37-58.
- GONZÁLEZ BENITO, O. (2002): Overcoming Data Limitations for Store Choice Modelling: Exploiting Retail Chain Choice Data by Means of Aggregate Choice Models, Journal of Retailing and Consumer Services, Vol. 9, Nº 5, 257-266.
- GONZÁLEZ BENITO, O. y SANTOS REQUEJO, L. (2002): Competencia Horizontal Inter-Formato del Descuento Español: Análisis en el Marco de la Estrategia de Localización, Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, Vol. 11, Nº 1, 145-162.
- GONZÁLEZ BENITO, O. (2002): Geodemographic and Socioeconomic Characterisation of Retail Attraction of Leader Hypermarket Chains in Spain, The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research, Vol. 12, Nº 1, 81-103.
- GONZÁLEZ BENITO, O. (2001): Modelización LOGIT de la Selección de Establecimiento Minorista: Fundamentos Teóricos, ESIC Market, Nº 110, 65-91.
- GONZÁLEZ BENITO, O.; MUÑOZ GALLEGO, P.A. y MATÍAS FERNÁNDEZ, A. (2001): Determinantes Estratégicos de la Selección de Establecimiento Minorista: Aplicación de un Modelo MCI Subjetivo de Asignación de Recursos, Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, Vol. 10, Nº 1, 177-194.
- GONZÁLEZ BENITO, J. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2001): Logística Inversa: Un Análisis Conceptual de Nuevos Flujos Físicos en los Canales de Distribución, ESIC Market, Nº 110, 9-21.
- GONZÁLEZ BENITO, O. (2001): Interformat Spatial Competition of the Spanish Hypermarket, The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research, Vol. 11, Nº 1, 63-81.
- GONZÁLEZ BENITO, O. y GONZÁLEZ BENITO, J. (2000-2001): Estrategias de Cobertura Espacial del Mercado Español de las Cadenas Líderes de Hipermercados, Información Comercial Española, Revista de Economía, Nº 789, 139-151.
- SANTOS REQUEJO, L. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2000): Comercio Minorista Independiente Español, Boletín Económico de Información Comercial Española, Nº2652, 15-27.
- SANTOS REQUEJO, L. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2000): Economic Success Factors in Spanish Small Retail Businesses. An Analysis Based on Sector-Relative Definitions, Small Business Economics, Vol. 15, Nº 3, 209-222.
- GONZÁLEZ BENITO, O. (2000): Competencia Espacial Intraurbana de las Cadenas Líderes de Hipermercados en España: Modelización Explicativa en el Marco de la Estrategia de Localización, Revista Española de Investigación de Marketing, ESIC, Vol. 4, Nº 1, 113-141.
- GONZÁLEZ BENITO, O.; GREATORREX, M. y MUÑOZ GALLEGO, P.A. (2000): Assessment of Potential Retail Segmentation Variables: An Approach Based On a Subjective MCI Resource Allocation Model, Journal of Retailing and Consumer Services, Vol. 7, Nº 3, 171-179.
- GONZÁLEZ BENITO, O.; MUÑOZ GALLEGO, P.A. y CARRASCO HERNÁNDEZ, D. (1999): Interacción Competitiva de las Fórmulas Comerciales: Fidelidad al Formato Comercial de los Consumidores, Distribución y Consumo, Nº 47 (agosto-septiembre), 52-65.

PRESENTACIONES EN CONGRESOS

EMAC Conference, Murcia 2004, Milan 2005, Atenas 2006, Reykiavik 2007.

EIRASS Conference, Zagreb 2008.

IAM Conference, Lisboa 2005, Santo Domingo 2007.

EAERCD Conference, Lovaina 1997, Barcelona 2000.

ESCP-EAP Conference, Venecia 2006, 2008.

AEMARK, Murcia 1997, Santander 1998, Valladolid 1999, Santiago de Compostela 2000, Málaga 2001, Granada 2002, Córdoba 2003, Alicante 2004, Madrid 2005, Almería 2006, Vigo 2007, Gran Canaria 2008.

ACEDE, Oviedo 2000, Zaragoza 2001, Salamanca 2003, La Laguna 2005.

Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica, Évora 2006, Logroño 2007, Oporto 2008.

PREMIOS RECIBIDOS

MENCIÓN ESPECIAL del MEC en la convocatoria de Premios Nacionales de Terminación de Estudios Universitarios del curso 1994-95.

IX PREMIO TESIS DOCTORAL EN MARKETING concedido por el Comité Evaluador constituido en el XII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing, 2000.

ACCESIT de los Premios “Sanchís Alcover” a la Comunicación “*Interacción Competitiva Espacial entre Formatos Comerciales: Propuesta de Modelización y Resultados Empíricos en el Contexto Minorista Español*”, XI Congreso Nacional de ACEDE, 2001.

PREMIO EXTRAORDINARIO DE DOCTORADO de la Universidad de Salamanca, 2002.

CITATION OF EXCELENCE, Recognized as the authors of one of the top fifty management articles of 2005, EMERALD MANAGEMENT REVIEW, INDEPENDENT REVIEW BOARD.

PREMIO AEMARK AL MEJOR ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN EN MARKETING 2008, concedido por la Asociación Española de Marketing Académico y Profesional (AEMARK).