

ÓSCAR GONZÁLEZ BENITO
CATEDRÁTICO DE UNIVERSIDAD (FULL PROFESSOR)
Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)

INSTITUTO MULTIDISCIPLINAR DE EMPRESA (IME)
DPTO. DE ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA DE LA EMPRESA
FACULTAD ECONOMIA Y EMPRESA
UNIVERSIDAD DE SALAMANCA

Campus Miguel de Unamuno, 37007 – Salamanca
Tfno: 923 294500 (ext. 6839)
Correo electrónico: oscargb@usal.es



FORMACIÓN ACADÉMICA

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

EXPERIENCIA DOCENTE

- Valoración positiva de 4 TRAMOS DE DOCENCIA (1996-2000, 2001-2005, 2006-2010, 2011-2015) por la Comisión de Evaluación de la Universidad de Salamanca.
- Desempeño docente evaluado como EXCELENTE en el Programa Español de Evaluación de la Actividad Docente (DOCENTIA). Última evaluación en 2016.
- Experiencia docente en diversas materias relacionadas con la dirección comercial y la investigación de mercados en diversas titulaciones (Licenciaturas, Ingenierías, Grados).
- Profesor en el Master en Investigación y Doctorado en Economía de la Empresa de la Universidad de Salamanca. Distinguido con la Mención de Calidad/Excelencia por el Ministerio de Educación desde la primera convocatoria.
- Colaboración habitual en diversas titulaciones de postgrado (MBAs, Masters, Expertos) y en diversos cursos de formación continua.
- Miembro del Claustro de Profesores de la IME Business School (<https://imeusal.com>) de la Universidad de Salamanca.

EXPERIENCIA INVESTIGADORA

- Valoración positiva de 4 TRAMOS DE INVESTIGACIÓN (1996-2001, 2002-2007, 2008-2013, 2014-2019) por la Comisión Nacional Evaluadora de la Actividad Investigadora. Solicitado el cuarto tramo (2014-2019).
- Valoración positiva de 1 TRAMO DE TRANSFERENCIA (2000-2016) por la Comisión Nacional Evaluadora de la Actividad Investigadora.
- Miembro del Instituto Multidisciplinar de Empresa (IME).
- Dirección o participación en más de 20 Proyectos de Investigación financiados en convocatorias públicas nacionales e internacionales.

- Investigador Principal de un Proyectos de Investigación dentro del Plan Estatal de I+D+i de manera continuada desde 2006.
- Dirección y participación en diversos Contratos de Investigación con organizaciones públicas y privadas.
- Publicación regular de resultados de investigación en revistas científicas (más de 50 artículos en revistas indexadas en el Journal of Citation Report; más de 20 en otras revistas/libros de carácter internacional; más de 30 en otras revistas/libros de ámbito nacional).
- Publicación de resultados de investigación en revistas de reconocimiento internacional como:
 - o Journal of Retailing,
 - o Marketing Letters,
 - o Industrial Marketing Management,
 - o Journal of Business Research,
 - o Journal of Business Ethics,
 - o Psychology and Marketing,
 - o European Journal of Marketing,
 - o British Journal of Management,
 - o Decision Support Systems,
 - o European Journal of Operations Research,
 - o Journal of the Operational Research Society,
 - o OMEGA, The International Journal of Management Science,
 - o European Management Journal,
 - o Services Industries Journal,
 - o Journal of Travel Research,
 - o Journal of Brand Management,
 - o Journal of Product and Brand Management,
 - o Journal of Retailing and Consumer Services
 - o International Review of Retail, Distribution and Consumer Research
 - o International Journal of Production Economics,
 - o International Journal of Production Research,
 - o Ecological Economics,
 - o Business Strategy and the Environment,
 - o Journal of Environmental Management,
 - o International Journal of Market Research,
 - o Innovation: Management, Policy and Practice Journal,
 - o Small Business Economics,
 - o Journal of Small Business Management,
 - o Journal of Knowledge Management,
 - o Business Research Quaterly,
 - o Journal of Business Economics and Management,
 - o International Journal of Innovation Management,
 - o Food Quality and Preference
 - o International Journal of Hospitality Management
 - o Frontiers in Psychology,
 - o Journal of Information Technology and Decision Making
 - o International Journal of Advertising
 - o Journal of Travel and Tourism Marketing,
 - o Cornell Hospitality Quaterly,
 - o Economic Research
 - o ...

- Citado regularmente en revistas internacionales de primer nivel en su área de conocimiento, como Journal of Marketing, Journal of Marketing Research, Marketing Science, Journal of Retailing, International Journal of Research in Marketing, Organization Science, Journal of Operations Management, o Management Studies.
- Participación regular en congresos y foros científicos (más de 80 ponencias en congresos internacionales y 60 en congresos nacionales).
- Diversos premios/reconocimientos de investigación otorgados por organizaciones y asociaciones de carácter nacional e internacional (AEMARK, ACEDE, IMTC, ASEDAS, FMRE, EMERALD).
- Dirección de 11 Tesis Doctorales defendidas (máxima calificación) y varias en proceso de realización. Todas han producido publicaciones en revistas indexadas de impacto internacional. Miembro del Tribunal evaluador en más de 30 Tesis Doctorales.
- Ha sido miembro del Comité Científico de Universia Business Review y miembro del Editorial Board del International Journal of Research in Marketing. Ha sido Editor Asociado de Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa y miembro del Consejo Editorial de la Revista Española de Investigación de Marketing. Colaboración habitual como revisor de múltiples revistas y congresos científicos nacionales e internacionales.
- Miembro de la Asociación Española de Marketing Académico y Profesional (AEMARK), Asociación Científica de Economía y Dirección de Empresas (ACEDE), y European Marketing Academy (EMAC)

EXPERIENCIA EN GESTIÓN

Posiciones académicas

- Catedrático de Universidad (Full Professor) en el área de conocimiento de Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing) de la Universidad de Salamanca (2007-actualidad).
- Profesor Titular de Universidad (Associate Professor) en el en el área de conocimiento de Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing) de la Universidad de Salamanca (2001-2007).
- Profesor Ayudante y Profesor Ayudante Doctor (Assistant Professor) en el en el área de conocimiento de Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing) de la Universidad de Salamanca (1998-2001).
- Becario de Formación de Profesorado Universitario (FPU) de la Universidad de Salamanca (1996-1998).

Gestión universitaria:

- Director-Gerente de la Fundación General de la Universidad de Salamanca (2013-actualidad).
- Miembro del Consejo de Administración de la sociedad anónima Cursos Internacionales de la Universidad de Salamanca (2015-actualidad).
- Miembro del Consejo de Administración de la sociedad limitada Escuelas de Lengua Española de la Universidad de Salamanca (2013-actualidad).
- Administrador Único de la Sociedad MERCATUS, comercializadora de productos Universidad de Salamanca (2014-2016).
- Director del Departamento de Administración y Economía de la Empresa de la Universidad de Salamanca (2008-2013).
- Vicepresidente de la Asociación Española de Marketing Académico y Profesional – AEMARK (2010-actualidad), y Vocal de su Junta Directiva (2008-2010).

- Coordinador Académico de Tercer Ciclo y Títulos Propios de la Universidad de Salamanca (2001-2008).
- Miembro de las Comisiones de Doctorado y Títulos Propios de la Universidad de Salamanca (2001-2008).
- Miembro de la Comisión Gestora de la Red Universitaria de Estudios de Postgrado y Educación Continua (RUEPEC) (2001-2008).
- Representante de la Universidad de Salamanca en la Task Force of Doctoral Studies and Research del GRUPO COIMBRA (2004-2008).

Gestión de formación

- Director/Coordinador del Master Universitario en Tecnologías de Gestión y Comercio Electrónico para PYMEs de la Universidad de Salamanca (2003-2009).
- Director del Título Propio de Especialista Universitario en Gestión Aeronáutica y Aeroportuaria de la Universidad de Salamanca (2009-2010).
- Director del Master en Marketing Digital y el Master in Digital Business Management de la Universidad de Salamanca (2015-actualidad).
- Coordinador de módulos de Comercio Exterior y el módulo de Dirección Comercial y Marketing en los MBA y programas executive de la IME Business School (2008-actualidad).
- Director de varios cursos/seminarios de formación continua.

Evaluación

- Colaborador habitual como asesor y evaluador en la verificación, seguimiento y acreditación de planes de estudio (Grados y Masters) en el ámbito de la economía de la empresa (DEVA – Andalucía; AQU – Catalunya; AVAP – Valencia; ACSUG – Galicia, UNIBASQ – País Vasco).
- Miembro del grupo de trabajo para el diseño de una certificación de títulos propios, ANECA (2004).
- Miembro de la Comisión de creación del Grado en Administración y Economía de la Empresa de la Universidad de Salamanca (2008-2009).
- Colaboración como experto independiente en varias organizaciones y agencias de evaluación de la actividad docente e investigadora de instituciones de educación superior (AKKORK, A3ES, AUIP).
- Experiencia como IP en Proyectos de Investigación financiados consecutivamente desde 2006 dentro del Programa Estatal de I+D+I.
- Colaboración como Experto de la Dirección General de Programas y Transferencia de Conocimiento del Ministerio de Ciencia e Innovación, en la evaluación de proyectos de la convocatoria del Plan Nacional correspondiente al año 2009.
- Colaborador habitual como evaluador en convocatorias competitivas de proyectos de investigación (Agencia Nacional de Evaluación de Proyectos - ANEP).
- Experiencia como evaluador en convocatorias competitivas de proyectos de investigación en agencias de evaluación autonómicas (Dirección General de I+D+I de la Xunta de Galicia; Dirección de Evaluación y Acreditación de la Agencia Andaluza del Conocimiento - DEVA-ACC; Agencia de Evaluación y Prospectiva - AVAP, Comunidad Valenciana).

EN REVISTAS

- GARRIDO-MORGADO, A.; GONZÁLEZ-BENITO, O. y MARTOS PARTAL, M. (en prensa): "Which Products Are More Responsive to In Store Displays: Utilitarian or Hedonic?", Journal of Retailing.
- MORALES-SERAZZI, M.; GONZÁLEZ-BENITO, O. y MARTOS-PARTAL, M. (forthcoming): "Achieving Useful Data Analysis for Marketing: Discrepancies in Information Quality for Producers and Users of Information", Business Research Quaterly.
- FERNANDEZ-HERRERO, M.; HERNÁNDEZ-MAESTRO, R. y GONZÁLEZ-BENITO, O. (en prensa): "Antecedents of Tourist Trip Planning Autonomy: The Moderating Effects of a Global Economic Crisis", Tourism Economics.
- NIETO-GARCÍA, M.; MUÑOZ-GALLEGO, P.A. y GONZÁLEZ-BENITO, O. (2020): "The More, The Merrier? Understanding How Travel Frequency Shapes Willingness to Pay", Cornell Hospitality Quaterly, 61(4), 401-415.
- SANCHEZ-CHAPARRO, T.; GÓMEZ-FRIAS, V. y GONZÁLEZ-BENITO, O. (2020): "Competitive Implications of Quality Assurance Processes in Higher Education: The Case of Engineering Higher Education in France", Economic Research, 33, 2825-2843.
- NIETO-GARCÍA, M.; MUÑOZ-GALLEGO, P.A.; VIGLIA, G. y GONZÁLEZ-BENITO, O. (2020): "Be Social! The Impact of Self-Presentation on Peer-To-Peer Accommodation Revenue", Journal of Travel Research, 59(7), 1268-1281.
- GONZÁLEZ-BENITO, O.; MORALES-SERAZZI, M. y MARTOS-PARTAL, M. (2020): "¿Qué Factores Determinan el Éxito de un Proyecto de Analítica de Datos?", Investigación & Marketing, 146 (marzo), 6-9.
- MARTOS-PARTAL, M. Y GONZÁLEZ-BENITO, O. (2019): "Capital de Marca: Pilares, Medición y Efectos sobre el Consumidor y la Empresa", Economía Industrial, 414 (cuarto trimestre).
- FERNANDEZ-HERRERO, M.; HERNÁNDEZ-MAESTRO, R. y GONZÁLEZ-BENITO, O. (2019): "Effects on the Self-Organization Relationship of Changes in the Economic Context", Asia Pacific Journal of Tourism Research, 24(7), 658-668.
- FERNANDEZ-HERRERO, M.; HERNÁNDEZ-MAESTRO, R. y GONZÁLEZ-BENITO, O. (2018): "Autonomy in Trip Planning and Overall Satisfaction", Journal of Travel & Tourism Marketing, 35(2), 119-129.
- SAN MARTÍN, S.; GONZÁLEZ-BENITO, O. y MARTOS-PARTAL, M. (2017): "To What Extent Does Need For Touch Affect Online Perceived Quality", International Journal of Retail and Distribution Management, 45(9), 950-968.
- HIDALGO-BAZ, M.; MARTOS-PARTAL, M. y GONZÁLEZ-BENITO, O. (2017): "Assessments of the Quality of Organic Versus Conventional Products by Category and Cognitive Style", Food Quality and Preference, 62, 31-37.
- HIDALGO-BAZ, M.; MARTOS-PARTAL, M. y GONZÁLEZ-BENITO, O. (2017): "Attitudes versus Purchase Behaviors as Experienced Dissonance: The Roles of Knowledge and Consumer Orientations in Organic Markets", Frontiers in Psychology, 8 (248), doi: 10.3389/fpsyg.2017.00248.
- HIDALGO-BAZ, M.; MARTOS-PARTAL, M. y GONZÁLEZ-BENITO, O. (2017): "Is Advertising Helpful for Organic Businesses? Differential Effects of Packaging Claims", International Journal of Advertising, 36 (4), 542-561.
- GONZÁLEZ-BENITO, O.; VENTURINI, W.T. y GONZÁLEZ-BENITO, J. (2017): "CRM Technology: Implementation Project and Consulting Services as Determinants of Success", International Journal of Information Technology and Decision Making, 16(2), 421-41.
- NIETO-GARCÍA, M.; MUÑOZ-GALLEGO, P.A. y GONZÁLEZ-BENITO, O. (2017): "Tourists' Willingness to Pay for an Accommodation: the Effect of eWOM and Internal Reference Price", International Journal of Hospitality Management, 62, 67-77.
- GONZÁLEZ-BENITO, O.; MUÑOZ-GALLEGO, P.A. y GARCÍA-ZAMORA, E. (2016): "The Role of Collaboration in Innovation Success: Differences for Large and Small Businesses", Journal of Business Economics and Management, 17(4), 645-662.
- GARRIDO-MORGADO, A.; GONZÁLEZ-BENITO, O. y MARTOS-PARTAL, M. (2016): "Influence of Customer Quality Perception on the Effectiveness of Commercial Stimuli for Electronic Products", Frontiers in Psychology, 7 (336), doi: 10.3389/fpsyg.2016.00336.
- VENTURINI, W.T. y GONZÁLEZ-BENITO, O. (2015): "CRM Software Success: A Proposed Performance Measurement Scale", Journal of Knowledge Management, 19 (4), 856-875.

- LANNELONGUE, G.; GONZÁLEZ-BENITO, J. y GONZÁLEZ-BENITO, O. (2015): "Input, Output and Environmental Management Productivity: Effects on Firm Performance", Business Strategy and the Environment, 24 (3), 145-158.
- MARTOS-PARTAL, M.; GONZÁLEZ-BENITO, O. and FUSTINONI-VENTURINI, M. (2015): "Motivational Profiling of Store Brand Shoppers: Differences across Quality Tiers", Marketing Letters, 26 (2), 187-200.
- GONZÁLEZ-BENITO, O.; MARTOS-PARTAL, M. y SAN MARTÍN, S. (2015): "Brands as Substitutes for the Need for Touch in Online Shopping", Journal of Retailing and Consumer Services, 27, 121-125.
- COTES-TORRES, A.; MUÑOZ-GALLEGO, P.A. y GONZÁLEZ-BENITO, O. (2015): "Modeling Store Brand Choice: Minimal Effects of Households' Demographic Features", Food Quality and Preference, 46, 113-118.
- GONZÁLEZ-BENITO, O.; MUÑOZ-GALLEGO, P.A. y GARCÍA-ZAMORA, E. (2015): "Entrepreneurship and Market Orientation as Determinants of Innovation: The Role of Business Size", International Journal of Innovation Management, 19 (4), 1-28.
- GONZÁLEZ-BENITO, O.; MARTOS-PARTAL, M. y FUSTINONI-VENTURINI, M. (2015): "Brand Equity and Store Brands Tiers: An Analysis Based on an Experimental Design", International Journal of Market Research, 57 (1), 73-94.
- GARRIDO MORGADO, A. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2015): "Merchandising at the Point of Sale: Differential Effect of End of Aisle and Islands", Business Research Quarterly, 18, 57-67.
- LANNELONGUE, G.; GONZÁLEZ-BENITO, J.; GONZÁLEZ-BENITO, O. y GONZÁLEZ-ZAPATERO, C. (2015): "Time Compression Diseconomies in Environmental Management: The Effect of Assimilation on Environmental Performance", Journal of Environmental Management, 147, 203-212.
- GONZÁLEZ-BENITO, O. y MARTOS-PARTAL, M. (2014): "Price Sensitivity versus Perceived Quality: Moderating Effects of Retailer Positioning on Private-Label Consumption", Journal of Business Economics and Management, 15 (5), 935-950.
- LANNELONGUE, G.; GONZÁLEZ-BENITO, O. y GONZÁLEZ-BENITO, J. (2014): "Environmental Motivations: the Pathway to Complete Environmental Management", Journal of Business Ethics, 124, 135-147.
- GONZALEZ-BENITO, O.; MARTOS-PARTAL, M. and FUSTINONI-VENTURINI, M. (2014): "Retailers' Price Positioning and the Motivational Profiling of Store Brand Shoppers: The Case of Spain", Psychology and Marketing, 31 (2), 115-125.
- GONZÁLEZ-BENITO, O. y MARTOS-PARTAL, M. (2014): "Efectos de la Extensión de la Marca de Distribuidor en el Eje Calidad-Precio", Universia Business Review, 41, 60-78.
- HERNANDEZ MAESTRO, R.M. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2014): "Rural Lodging Establishments as Drivers of Rural Development", Journal of Travel Research, 53 (1), 83-95.
- GONZÁLEZ BENITO, O.; GONZÁLEZ BENITO, J. y MUÑOZ-GALLEGO, P.A. (2014): "On the Consequences of Market Orientation across Varied Environmental Dynamism and Competitive Intensity Levels", Journal of Small Business Management, 52 (1), 1-21.
- MARTOS-PARTAL, M. y GONZÁLEZ-BENITO, O. (2013): "Studying motivations of store-loyal buyers across alternative measures of behavioural loyalty", European Management Journal, 31 (4), 348-358.
- GARCIA-ZAMORA, E.; GONZÁLEZ-BENITO, O. y MUÑOZ-GALLEGO, P.A. (2013): "Organizational and Environmental Factors as Moderators of the Relationship between Multidimensional Innovation and Performance", Innovation: Management, Policy and Practice Journal, 15 (2), 224-244.
- GONZÁLEZ BENITO, O. y MARTOS PARTAL, M.M. (2012): "Role of Retailer Positioning and Product Category on the Relationship between Store Brand Consumption and Store Loyalty", Journal of Retailing, 88 (2), 236-249.
- GONZÁLEZ BENITO, O. y GONZÁLEZ BENITO, J. (2011): "Enfoque de Marketing y Proactividad Medioambiental", CUIDES, Cuaderno Interdisciplinar de Desarrollo Sostenible, 7, 105-124.
- MARTOS PARTAL, M.M. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2011): "Store Brand and Store Loyalty: The Moderating Role of Store Brand Positioning", Marketing Letters, 22(3), 297-313.
- HERNANDEZ MAESTRO, R.M. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2011): "Objective Quality and Business Performance in Service Environments: Moderating Effects of Entrepreneurs' Knowledge and Involvement", The Services Industries Journal, 31(14), 2321-2354.
- GONZÁLEZ BENITO, O.; MARTÍNEZ RUIZ, M.P. y MOLLA DESCALS, A. (2011): "Determinación de Precios Óptimos en el Sector de la Distribución Comercial en España: Aplicación de un Enfoque de Competencia Asimétrica", INNOVAR Journal, 21(40), 53-65.

- GONZÁLEZ BENITO, J. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2010): "A Study of Determinant Factors of Stakeholder Environmental Pressure Perceived by Industrial Companies", Business Strategy and the Environment, 19(3), 164-181.
- GONZÁLEZ-BENITO, O.; LOYOLA-GALVÁN, Z. y MUÑOZ-GALLEGO, P. (2010): "Inter-Size and Inter-Brand Competition Analysis within a Product Category: Scope of Cannibalization Effects", Journal of Brand Management, 17(4), 254-265.
- GONZÁLEZ BENITO, O.; MARTÍNEZ RUIZ, M.P. y MOLLA DESCALS, A. (2010): "Retail pricing decisions and product category competitive structure", Decision Support Systems, 49, 110-119.
- HERNANDEZ MAESTRO, R.M. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2009): "Implicaciones de los Distintivos de Calidad: Análisis en el Contexto del Turismo Rural Español", Revista Turismo & Desarrollo – Journal of Tourism and Development, 12, 113-126.
- MARTOS PARTAL, M.M. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2009): "¿Qué Busca el Comprador de Marcas de Distribuidor? Caracterización del Comprador de Marca de Distribuidor por Beneficios Buscados", Universia Business Review, 24, 76-95.
- MARTOS PARTAL, M.M. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2009): "The Effects of Store Brand Loyalty on Store Loyalty: Evidence from de Spanish Market", The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research, 19 (3), 273-288.
- GONZÁLEZ BENITO, O.; GONZÁLEZ BENITO, J. y MUÑOZ-GALLEGO, P.A. (2009): "Role of Entrepreneurship and Market Orientation in Firms' Success", European Journal of Marketing, 43 (3/4), 500-522.
- GONZÁLEZ BENITO, O.; MARTÍNEZ RUIZ, M.P. y MOLLA DESCALS, A. (2009): "Using Store-Level Scanner-Data to Improve Category Management Decisions: Developing Positioning Maps", European Journal of Operational Research, 198, 666-674.
- GONZÁLEZ BENITO, O.; MARTÍNEZ RUIZ, M.P. y MOLLA DESCALS, A. (2009): "Spatial mapping of price competition using logit-type market share models and store-level scanner-data", Journal of the Operational Research Society, 60, 52-62.
- GONZÁLEZ BENITO, J. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2008): "Determinantes de la Proactividad Medioambiental en la Función Logística: Un Análisis Empírico", Cuadernos de Estudios Empresariales, 18, 51-71.
- JIMENEZ ZARCO, A.I.; MARTÍNEZ RUIZ, M.P. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2008): "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, 20, 54-67.
- 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 ZARZO, 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 ZARZO, 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 Practicas Logísticas Medioambientales: Papel de la Certificación Medioambiental", Distribución y Consumo, N° 88 (julio-agosto), 88-97.
- GONZÁLEZ BENITO, O. (2006): "Mix de Datos para el Analisis de la Localización Minorista: Una Propuesta", Investigación y Marketing, N° 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, N° 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, N° 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, N° 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, N° 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, N° 2, 35-54.
- GONZALEZ BENITO, O. y GONZÁLEZ BENITO, J. (2005): "The Role of Geodemographic Segmentation in Retail Location Strategy", International Journal of Market Research, Vol. 47, N° 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, N° 5, 462-475.
- GONZÁLEZ BENITO, O.; MUÑOZ GALLEGO, 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, N°1, 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, N° 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, N° 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, N° 94, 63-66.
- GONZÁLEZ BENITO, O. (2005): "Papel de la Localización en la Selección de Establecimiento Minorista: Un Enfoque Tridimensional", Distribución y Consumo, N° 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, N° 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, N° 2, 167-177.
- GONZALEZ 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, N° 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, N° 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, N° 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, N° 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, N° 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 GALLEG0, 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.; GREATOREX, M. y MUÑOZ GALLEG0, 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 GALLEG0, 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.

EN LIBROS

- MORALES-SERAZZI, M.A.; GONZÁLEZ-BENITO, O. y MARTOS-PARTAL, M. (2020): "Data Analytics: Challenges and Opportunities for the Family Business", en Palma-Ruiz, J.M.; Barros-Contreras, I. y Gnan, L. (Editores), Handbook of Research on the Strategic Management of Family Businesses, IGI Global, 344-361.
- GONZÁLEZ-BENITO, O.; MARTOS-PARTAL, M. y GARRIDO-MORGADO, A. (2018): "Retail Store Format Decisions", en Gielens, K. y Gijssbrechts, E. (Editors), Handbook of Research on Retailing, Edward Edgar Publishing, 331-343.
- GARRIDO-MORGADO, A.; GONZÁLEZ-BENITO, O. y MARTOS-PARTAL, M. (2018): "Influence of Customer Quality Perception on the Effectiveness of Commercial Stimuli for Electronic Products", en Martínez-Ruiz, M.P., Gómez-Suarez, M., Jiménez-Zarco, A.I. y Izquierdo-Yusta, A. (Editors), From Consumer Experience to Affective Loyalty: Challenges and Prospects in the Psychology of Consumer Behavior 3.0, Frontiers Media, Lausanne, 156-170. doi: 10.3389/978-2-88945-412-9
- NIETO GARCÍA, M.; MUÑOZ GALLEG0, P.A. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2017): "La Influencia del eWOM en la Disposición a Pagar por un Alojamiento Turístico y el Papel Moderador del Precio de Referencia", en Trespalacios Gutiérrez, J.A.; Vazquez Casielles, R.; Estrada Alonso, E. y González Mieres, C. (Coordinadores), Marketing Insights: La Respuesta del Comercio a las Tendencias de Comportamiento Social del Consumidor, Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial, Universidad de Oviedo, 33-48.
- GARRIDO MORGADO, A.; GONZÁLEZ BENITO, O. y MARTOS PARTAL, M. (2016): "Managing In-Store Stimuli for Different Private Label Tiers", Gómez-Suarez, M. y Martínez-Ruiz, M.P. (Editors), Handbook of Research on Strategic Retailing of Private Label Products in a Recovery Economy, IGI-Global, 225-243.
- GARRIDO MORGADO, A.; GONZÁLEZ BENITO, O.; CAMPO, K. y MARTOS PARTAL, M. (2015): "Improving Sales of Private Labels in Store", en Martínez-López, F.J.; Gázquez-Abad, J.C. y Sethuraman, R. (Editores), Advances in National Brand & Private Label Marketing, Springer, Suiza, 1-7.

- LANNELONGUE, G.; GONZALEZ-BENITO, J. y GONZALEZ-BENITO, O. (2012). "EMAS vs ISO 14001: is now the time to change?", en Prado Lorenzo, J.M. y García Sánchez, I.M. (Editores), Sustainable development: New Research, Nova Science Publishers, Inc., NY., 169-176.
- GONZÁLEZ BENITO, O. y MARTINEZ-RUIZ, M.P. (2012): "Datos de Escáner en el Punto de Venta: Aplicación a las Decisiones de Precio", en Vazquez Casielles, R.; Trespalacios Gutiérrez, J.A.; Estrada Alonso, E. y González Mieres, C. (Coordinadores), Estrategias Multicanal en Ámbito de la Distribución: Distribuidor y Fabricante Preocupados por Ofrecer Nuevas Experiencias de Compra Diferenciadas, Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial, Universidad de Oviedo, 99-113.
- LANNELONGUE, G.; GONZALEZ-BENITO, J. y GONZALEZ-BENITO, O. (2011). "ISO 14001 Research: An Academic Approach", en Dupont, H.C. (Editor), Environmental Management: Systems, Sustainability and Current Issues, Nova Science Publishers, Inc., NY, 133-158.
- GONZÁLEZ BENITO, O. y MARTOS PARTAL, M. (2011): "Tipología de las MDD", en Puelles, Gómez y Puelles (Coordinadores): Marcas de Distribuidor (MDD): Concepto, Evolución, Protagonistas y Adaptación a los Ciclos Económico, Pirámide, Madrid, 42-46.
- GONZÁLEZ BENITO, O. y MARTOS PARTAL, M. (2011): "MDD y Fidelización a la Enseña Comercial", en Puelles, Gómez y Puelles (Coordinadores): Marcas de Distribuidor (MDD): Concepto, Evolución, Protagonistas y Adaptación a los Ciclos Económico, Pirámide, Madrid, 132-142.
- GONZÁLEZ BENITO, O. y MARTOS PARTAL, M. (2010): "Marca de Distribuidor y Fidelización de Clientes", en Vazquez Casielles, R.; Trespalacios Gutiérrez, J.A.; Estrada Alonso, E. y González Mieres, C. (Coordinadores), Distribución Comercial y Comportamiento del Consumidor, Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial, Universidad de Oviedo, 85-100.
- GONZÁLEZ BENITO, O. (2010): "Modelos Probabilísticos de Elección del Consumidor: Aportaciones de la Estadística Bayesiana a la Representación de la Heterogeneidad de los Consumidores", en Berne Manero, C. y Marzo, M. (Coordinadoras), La Inferencia Bayesiana: Aplicaciones al Marketing, Prensas Universitarias de Zaragoza, Zaragoza, 17-69.
- JIMENEZ-ZARCO, A.I.; MARTINEZ-RUIZ, M.P. y GONZÁLEZ-BENITO, O. (2008): "Consequences and Strategic Implications of Networked Enterprise and Human Resources", en Torres-Coronas, T. y Arias-Oliva, M. (Editores), Encyclopedia of Human Resources Information Systems: Challenges in e-HRM, Information Science Reference, Hershey, 185-190.
- GONZÁLEZ BENITO, O.; MUÑOZ GALLEGO, P.A. y BUSTOS REYES, C.A. (2006): "Plásticos Durex S.A. Internacionalización en el Sector de Componentes del Automóvil", en Munuera Aleman, J.L. y Rodríguez Escudero, A.I., Estrategias de Marketing - de la Teoría a la Práctica, ESIC Editorial, 247-265.
- MUÑOZ GALLEGO, P.A. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2005): "Costes de Distribución Física: Almacenes vs. Entrega Directa", en González Vazquez, E. y Alén González, E. (Coordinadoras), Casos de Dirección de Marketing, Pearson - Prentice Hall, Madrid, 169-174.
- MUÑOZ GALLEGO, P.A. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2005): "Selección de Canal de Distribución", en González Vazquez, E. y Alén González, E. (Coordinadoras), Casos de Dirección de Marketing, Pearson - Prentice Hall, Madrid, 174-175.
- GONZÁLEZ BENITO, O. y MUÑOZ GALLEGO, P.A. (2005): "Consolidación del Hipermercado en España: Consolidación de la Red Comercial de Carrefour", en González Vazquez, E. y Alén González, E. (Coordinadoras), Casos de Dirección de Marketing, Pearson - Prentice Hall, Madrid, 169-175.