

Fecha del CVA	10/05/2024
---------------	------------

Parte A. DATOS PERSONALES

Nombre	M ^a José		
Apellidos	Sanzo Pérez		
Sexo		Fecha de Nacimiento	██████████
DNI/NIE/Pasaporte			
URL Web			
Dirección Email			
Open Researcher and Contributor ID (ORCID)	0000-0001-5510-5924		

A.1. Situación profesional actual

Puesto	Catedrática de Universidad		
Fecha inicio	2009		
Organismo / Institución	Universidad de Oviedo		
Departamento / Centro	Administración de Empresas / Facultad de Economía y Empresa		
País		Teléfono	
Palabras clave	Empresa		

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

Periodo	Puesto / Institución / País
2010 - 2014	Vicedecana de la Facultad de Economía y Empresa / Universidad de Oviedo / España
2009 - 2010	Subdirectora del Departamento de Administración de Empresas / Universidad de Oviedo / España

A.3. Formación académica

Grado/Master/Tesis	Universidad / País	Año
Dirección de Empresas	Universidad de Oviedo / España	1997
Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales	Universidad de Oviedo / España	1993

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 citas

- Artículo científico.** (1/4) Sanzo-Perez, M.J.; Santos-Vijande, M.L.; Vázquez-Casielles, R.; Álvarez-González, L.I. 2003. The Effect of Market Orientation on Buyer-Seller Relationship Satisfaction. *Industrial Marketing Management*. 32-4, pp.327-345. WOS (127)
- Artículo científico.** Santos-Vijande, M.L.; (2/4) Sanzo-Pérez, M.J.; Álvarez González, L.I.; Vázquez-Casielles, R. 2005. Organizational Learning and Market Orientation: Interface and Effects on Performance. *Industrial Marketing Management*. 34-3, pp.187-202. WOS (81)
- Artículo científico.** (1/4) Sanzo-Pérez, M.J.; Santos-Vijande, M.L.; Álvarez-González, L.I.; Vázquez Casielles, R. 2007. The Effect of a Buyer's Market Orientation on Attitudinal Loyalty towards a Supplier: Is Dependence a Moderator?. *Supply Chain Management. An International Journal*. 12-4, pp.267-283. WOS (16)
- Artículo científico.** García-Rodríguez, N.; (2/3) Sanzo-Pérez, M.J.; Trespalacios Gutiérrez, J.A. 2008. New Product Internal Performance and Market Performance: Evidence from Spanish Firms Regarding the Role of Trust, Interfunctional Integration, and Innovation Type. *Technovation*. 28-11, pp.713-725. WOS (42)

- 5 **Artículo científico.** García-Rodríguez, N.; (2/3) Sanzo-Pérez, M.J.; Trespalacios-Gutiérrez, J.A.2008. Can a Good Organizational Climate Compensate for a Lack of Top Management Commitment to New Product Development?. *Journal of Business Research.* 61/62-2, pp.118-131. WOS (33)
- 6 **Artículo científico.** (1/4) Sanzo-Pérez, M.J.; Santos-Vijande, M.L.; Trespalacios-Gutiérrez, J.A.; García-Rodríguez, N.2012. Trust as a Moderator of the Relationship between Organizational Learning and Marketing Capabilities: Evidence from Spanish SMEs. *International Small Business Journal.* 30-6, pp.700-726. WOS (14)
- 7 **Artículo científico.** (1/4) Sanzo-Pérez, M.J.; Álvarez-González, L.I.; Rey-García, M.; García-Rodríguez, N.2015. Business-Nonprofit Partnerships: Do Their Effects Extend Beyond the Charitable Donor-Recipient Model?. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly.* 44-2, pp.379-400. WOS (10)
- 8 **Artículo científico.** Viejo-Fernández, N.; (2/3) Sanzo-Pérez, M.J.; Vázquez-Casielles, R.2018. Webroomers versus Showroomers: Are They the Same?. *Journal of Business Research.* 92.
- 9 **Artículo científico.** Rey-García, M.; (2/3) Sanzo-Pérez, M.J.; Álvarez-González, L.I.2018. To Found or to Fund? Comparing the Performance of Corporate and Non-Corporate Foundations?. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly.* 47-3, pp.514-536.
- 10 **Artículo científico.** Viejo-Fernández, N.; (2/3) Sanzo-Pérez, M.J.; Vázquez-Casielles, R.2020. Is Showrooming Really So Terrible? Start Understanding Showroomers. *Journal of Retailing and Consumer Services.* ELSEVIER. Aceptado. ISSN 0969-6989.
- 11 **Artículo científico.** Mato-Santiso, V.; Rey-García, M.; (3/3) Sanzo-Pérez, M.J.2021. Managing Multi-stakeholder Relationships in Nonprofit Organizations through Multiple Channels: A Systematic Review and Research Agenda for Enhancing Stakeholder Relationship Marketing. *Public Relations Review.* 47-4.
- 12 **Artículo científico.** (1/3) Sanzo-Pérez, M.J. (AC); Rey-García, M.; Álvarez-González, L.I.2021. Downward Accountability to Beneficiaries in Social Enterprises: Do Partnerships with Nonprofits Boost It without Undermining Accountability to Other Stakeholders?. *Review of Managerial Science.*
- 13 **Artículo científico.** Sanzo-Pérez, M.J.; Álvarez-González, L.I.; García Rodríguez, N.; Rey-García, M.2023. Social Innovation in Non-profit Organizations: A Measurement Scale. *Innovation: The European Journal of Social Science Research.* Taylor & Francis.
- 14 **Artículo científico.** Mato-Santiso, V.; Rey-García, M.; Sanzo-Pérez, M.J.2023. Volunteer Omnichannel Behaviour in Nonprofit Organizations: Key Antecedents and Implications for Management. *Nonprofit Management & Leadership.* John Wiley & Sons.
- 15 **Artículo científico.** (1/2) Sanzo-Pérez, M.J.; Álvarez-González, L.I.2021. Partnerships between Spanish Social Enterprises and Nonprofits: A Rich Hybridity-Based Setting for Social Innovation. *Technovation.*
- 16 **Artículo científico.** Díaz-Perdomo, Y.; Álvarez-González, L.I.; Sanzo-Pérez, M.J.2020. Non-Profit Organization-Business Value Co-Creation: Conceptualization and Scale Development. *Harvard Deusto Business Research.* IX-1, pp.3-19.
- 17 **Artículo científico.** Viejo-Fernández, N.; (2/3) Sanzo-Pérez, M.J.; Vázquez-Casielles, R.2019. Different Kinds of Research Shoppers, Different Cognitive-Affective Consequences. *Spanish Journal of Marketing ESIC.* 23-1, pp.45-68.
- 18 **Artículo científico.** Álvarez-González, L.I.; García-Rodríguez, N.; Rey-García, M.; (4/4) Sanzo-Pérez, M.J.2017. Business-Nonprofit Partnerships as a Driver of Internal Marketing in Nonprofit Organizations. Consequences for Nonprofit Performance and Moderators. *Business Research Quarterly.* 20-2, pp.112-123. WOS (2)
- 19 **Artículo científico.** (1/3) Sanzo-Pérez, M.J.; Rey-García, M.; Álvarez-González, L.I.2017. The Drivers of Voluntary Transparency in Nonprofits: Professionalization and Partnerships with firms as Determinants. *VOLUNTAS.* 28-4, pp.1595-1621. WOS (1)
- 20 **Artículo científico.** (1/3) Sanzo-Pérez, M.J.; Rey-García, M.; Álvarez-González, L.I.2017. The Impact of Professionalization and Partnerships on Nonprofit Productivity. *Service Industries Journal.* 37-11/12, pp.783-799.

- 21 **Artículo científico.** (1/4) Sanzo-Pérez, M.J.; Álvarez-González, L.I.; Rey-García, M.; García-Rodríguez, N.2015. Business-Nonprofit Partnerships: A New Form of Collaboration in a Corporate Responsibility and Social Innovation Context. *Service Business. An International Journal.* 9-4, pp.611-636. WOS (6)
- 22 **Artículo científico.** (1/3) Sanzo-Pérez, M.J.; Álvarez-González, L.I.; Rey-García, M.2015. How to Encourage Social Innovations: A Resource-Based Approach. *Service Industries Journal.* 35-7/8, pp.430-447. WOS (9)
- 23 **Artículo científico.** (1/2) Sanzo-Pérez, M.J.; Vázquez-Casielles, R.2011. The Influence of Customer Relationship Marketing Strategies on Supply Chain Relationships: The Moderating Effects of Environmental Uncertainty and Competitive Rivalry. *Journal of Business-to-Business Marketing.* 18-1, pp.50-82. WOS (9)
- 24 **Artículo científico.** García-Rodríguez, N.; (2/3) Sanzo-Pérez, M.J.; Trespalacios-Gutiérrez, J.A.2007. Interfunctional Climate and a New Product Performance. Dependence as a Moderator. *Journal of Business & Industrial Marketing.* 22-7, pp.459-473. WOS (17)
- 25 **Artículo científico.** García-Rodríguez, N.; (2/3) Sanzo-Pérez, M.J.; Trespalacios-Gutiérrez, J.A.2007. Interfunctional Trust as a Determining Factor of a New Product Performance. *European Journal of Marketing.* 41-5/6, pp.678-702. WOS (13)
- 26 **Artículo científico.** García-Rodríguez, N.; (2/3) Sanzo-Pérez, M.J.; Trespalacios-Gutiérrez, J.A.2005. Dependence as a Moderator in the Relationship between Franchisors and Franchisees: The Case of Services Franchises. *Journal of Marketing Channels.* 13-2, pp.3-27.
- 27 **Artículo científico.** Santos-Vijande, M.L.; (2/4) Sanzo-Pérez, M.J.; Álvarez-González, L.I.; Vázquez-Casielles, R.2005. Effects of Market Orientation on Business Strategic Behaviour. *Journal of Strategic Marketing.* 13-marzo, pp.17-42.
- 28 **Artículo científico.** (1/4) Sanzo-Pérez, M.J.; del Río-Lanza, A.B.; Iglesias-Argüelles, V.; Vázquez-Casielles, R.2003. Attitude and Satisfaction in a Traditional Food Product. *British Food Journal.* 105-11, pp.771-790.
- 29 **Artículo científico.** (1/4) Sanzo-Pérez, M.J.; Santos Vijande, M.L.; Vázquez-Casielles, R.; Álvarez-González, L.I.2003. The Role of Market Orientation in Business Dyadic Relationships: Testing an Integrator Model. *Journal of Marketing Management.* 19-1/2, pp.73-107.
- 30 **Artículo científico.** (1/2) Sanzo-Pérez, M.J.; Trespalacios-Gutiérrez, J.A.2000. Determinants of the Sources of Conflict Perceived by Manufacturer and Distributors in the Spanish Chemical Sector. *Journal of Marketing Channels.* 7-3, pp.17-53.
- 31 **Artículo científico.** (1/4) Sanzo-Pérez, M.J.; Fernández-Barcala, M.; Trespalacios-Gutiérrez, J.A.; Prieto-Rodríguez, J.2000. La Demanda de Formación dentro del Pequeño Comercio Minorista. *Revista Española de Investigación de Marketing-ESIC.* 4-2, pp.179-204.
- 32 **Artículo científico.** Fernández-Barcala, M.; (2/3) Sanzo-Pérez, M.J.; Trespalacios-Gutiérrez, J.A.1999. Training in Small Business Retailing: Testing Human Capital Theory. *Journal of European Industrial Training.* 23-7, pp.335-352.

C.3. Proyectos o líneas de investigación

- 1 **Proyecto.** LA CO-CREACION DE VALOR EN LAS EMPRESAS SOCIALES. EFECTOS DE LA ESTRATEGIA OMNICANAL. Plan Nacional de I+D+i (2019). Convocatoria Nacional. Luis Ignacio Álvarez González. (Universidad de Oviedo). 01/06/2020-31/05/2023.
- 2 **Proyecto.** Marketing e Innovación Social. Consecuencias de los Acuerdos de Cooperación Empresa-Organización No Lucrativa sobre el Bienestar de la Sociedad (CI-MINECO-13-ECO2013-46391-R). MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD. M^a José Sanzo Pérez. (Universidad de Oviedo). 01/01/2014-31/12/2017. 16.542,16 €.
- 3 **Proyecto.** Social Innovation and Civic Engagement (ITSSOIN) (UE-14-ITSSOIN-613177). C.E.E.-COMUNIDAD ECONOMICA EUROPEA UE-Programa Marco Proyectos U.E.. M^a José Sanzo Pérez. (Universidad de Oviedo). 01/03/2014-28/02/2017. 48.490,19 €.

- 4 **Proyecto.** El papel del marketing en la estrategia de RSC y en sus consecuencias sobre los resultados empresariales. Las fundaciones como elemento para materializar el compromiso social de las empresas españolas (MICINN-09-ECO2009-11377). MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD. Plan nacional de I+d+i. M^a José Sanzo Pérez. (Universidad de Oviedo). 01/01/2010-31/12/2012. 33.880 €.