

SUMARIO / SUMMARY N° 52



Calculation of marketing ROI in marketing mix models, from ROMI, to marketing-created value for shareholders, EVAM

18-75

Cálculo del ROI de marketing en modelos de marketing mix, del ROMI, al valor creado del marketing para los accionistas EVAM

Mariano Méndez Suárez & Macarena Estevez



Related-Party-Transactions in the spanish stock market

76-113

Las operaciones entre partes vinculadas en la bolsa española

Marina Elistratova, Carolina Bona Sánchez & Jerónimo Pérez Alemán



New Strategic Direction and Restructuring: The NH Hotel Group Case

114-167

Nuevo rumbo estratégico y reestructuración: el caso NH Hotel Group

Enrique de Diego Ruiz, Lourdes Susaeta Erburu, José Ramón Pin Arboledas & Esperanza Suárez Ruz



The challenge faced by Insurance Companies with the introduction of the Expected Return in Spain

168-197

El reto de las Entidades Aseguradoras ante la introducción de la Rentabilidad Esperada en España

José Enrique Devesa Carpio, Mar Devesa Carpio, Juan José Alonso Fernández, Inmaculada Domínguez Fabián, Robert Meneu Gaya & Borja Encinas Goenechea



The effects of the combination of quality standards on company results in the hotel sector

198-221

Los efectos de la combinación de estándares de calidad sobre los resultados empresariales en el sector hotelero

F.J de la Ballina Ballina & L. Valdés Peláez