9-10

GUÍA DE ESTUDIO DE LDI

VALORACIÓN DE EMPRESAS

CÓDIGO 01653342

UNED

9-10

VALORACIÓN DE EMPRESAS

CÓDIGO 01653342

ÍNDICE

OBJETIVOS
CONTENIDOS
EQUIPO DOCENTE
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA
SISTEMA DE EVALUACIÓN
HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE
IGUALDAD DE GÉNERO

OBJETIVOS

La determinación del valor resulta de máxima importancia en la empresa porque ayuda a conocer el estado de las inversiones y sirve de instrumento a los gestores para identificar cuáles son los factores clave en la creación de valor.
La valoración está vinculada a múltiples acontecimientos y situaciones concretas, como fusiones y adquisiciones, transmisiones accionariales, colaboraciones entre empresas, etc., hasta el punto de que se trata de una necesidad periódica, lo que ha hecho que se haya convertido en una tarea fundamental dentro del ámbito financiero.
Esta asignatura pretende mostrar al alumno cuáles son los mecanismos, procesos e indicadores necesarios para la valoración de compañías o proyectos completos, así como su idoneidad, en función del tipo de empresa, del nivel de endeudamiento o política de inversiones y de las particularidades que presente cada caso concreto.

CONTENIDOS

1. Métodos de valoración de empresas
2. El PER, la rentabilidad de la empresa, el crecimiento y el coste del capital
3. Valor de mercado y valor contable
4. Dividendos y valor de la empresa
5. Influencia de los tipos de interés en la valoración
6. Valoración por múltiplos
7. Cash flow y beneficio. El beneficio es sólo una opinión, pero el cash flow es un hecho
8. Definición y conceptos básicos sobre creación de valor para los accionistas
9. Medidas propuestas para medir la creación de valor: EVA, Beneficio Económico, CVA,…

10. El EVA, beneficio económico y CVA no miden la creación de valor
11. Revisión de la literatura financiera sobre valoración de empresas por descuento de flujos

12. CAPM. Relación entre la rentabilidad esperada, la beta y la volatilidad
13. ¿Sirven para algo las betas calculadas?
14. Prima de riesgo del mercado (risk premium)
15. Valoración de empresas por descuento de flujos
16. APV (Adjusted Present Value)
17. Estructura óptima de capital
18. Diez métodos y siete teorías para valorar empresas por descuento de flujos
19. Valoración de bonos y ejercicios sobre el valor actual y la TIR
20. Duración, convexidad y estructura temporal de los tipos de interés
21. Valoración de marcas e intangibles

22. Errores frecuentes en valoraciones de empresas

EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellidos	RODRIGO MARTIN GARCIA
Correo Electrónico	rmarting@cee.uned.es
Teléfono	91398-8463
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

ISBN(13):9788480889803
Título:VALORACIÓN DE EMPRESAS: CÓMO MEDIR Y GESTIONAR LA CREACIÓN DE VALOR (3ª ED., 1ª IMP.)
Autor/es:
Editorial:GESTIÓN 2000

FERNÁNDEZ, P. (2005): *Valoración de empresas: cómo medir y gestionar la creación de valor*. 3ª Edición. Gestión 2000, Barcelona.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

El contenido del texto base es suficiente para la preparación del programa. No obstante, el alumno interesado en ampliar conocimientos, puede consultar la bibliografía complementaria que figura a continuación:

ANSÓN LAPEÑA, J. A. (1997): *Valoración de empresas. Análisis de los métodos utilizados en la práctica.* Instituto de auditores-censores jurados de cuentas.

BREALEY, R., MYERS, S. (2004): *Fundamentos de finanzas corporativas.* McGraw-Hill, Madrid.

BREALEY, R., MYERS, S. (2004): *Principios de finanzas corporativas.* 8ª Edición. McGraw-Hill, Madrid.

CABALLER MELLADO, V (1994): *Métodos de valoración de empresas*. Pirámide.

CABALLER, V., MOYA, I. (1997): *Valoración de las empresas españolas*. Pirámide.

COPELAND, T; KOLLER, T; MURRIN, J (1996): *Valuation. Measuring and Managing the Value of Companies*. John Wiley &Sons. Nueva York. Edición en español: 2003. Valoración. Medición y gestión del valor. Traducción: Luis Corrons.

DAMODARAN, A. (2002): *Investment valuation: tools and techniques for determining the value of any asset.* John Wiley &Sons. Nueva York.

DAMODARAN, A. (2001): *Dark side of valuation*. Prentice Hall.

QUESADA, F. J. ET AL. (2001): *Sistemas informativos contables para el análisis empresarial. Una visión integrada para la valoración de empresas*. Prentice.

REVELLO DE TORO CABELLO, J. M. (2004*): La valoración de los negocios. Una guía teórica y práctica para valorar empresas*. Ariel Economía.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Las pruebas de la asignatura constarán de varias preguntas de tipo test, entre las cuales se incluirá una parte práctica. Para ello, se contará con un tiempo que oscilará entre 60 y 90 minutos.

Para la realización del examen se permitirá ÚNICAMENTE el uso de calculadora **NO PROGRAMABLE**.

Deberá entregar el enunciado del examen junto con la hoja de respuestas. Si no lo hace así, la prueba será calificada de "no apto".

Las pruebas de reserva podrán ser tanto de desarrollo como tipo test. Los exámenes de desarrollo constarán de cuatro o cinco preguntas y tendrán una duración máxima de 90 minutos. Para contestar a dichas preguntas, deberá utilizarse el papel que le proporcionarán en el propio examen.

Estas indicaciones son válidas, tanto para la convocatoria de junio, como para la de septiembre.

No existen pruebas de evaluación a distancia.
Teléfono de información automática de calificaciones (S.I.R.A.): 902 25 26 65.

HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

Para cualquier consulta relacionada con la asignatura, el horario de consultas será los lunes de 16 a 20 h., en los teléfonos 91 398 90 48 y 91 398 84 63 (también puede dejar mensaje en el contestador automático). Además, puede contactar en el número de fax: 91 398 63 41, en las direcciones de correo electrónico: azmunoz@cee.uned.es y rmarting@cee.uned.es y por medio de la plataforma virtual WebCT.

IGUALDAD DE GÉNERO

En coherencia con el valor asumido de la igualdad de género, todas las denominaciones que en esta Guía hacen referencia a órganos de gobierno unipersonales, de representación, o miembros de la comunidad universitaria y se efectúan en género masculino, cuando no se hayan sustituido por términos genéricos, se entenderán hechas indistintamente en género femenino o masculino, según el sexo del titular que los desempeñe.