

image not found or type unknown



# Creación de valor para los accionistas

**Pablo Fernández**

**Fecha de publicación:**

01/11/2007

**Sello Editorial:**

Gestión 2000

## Contacto de prensa

**Nombre:** Alba Ríos

**Teléfono:** 93 492 86 58

**Email:** arioss@planeta.es

**Nombre:** María José

Bertrán

**Teléfono:** 93 492 82 03

**Email:**

mjbertran@planeta.es

Este libro trata, entre otros, los siguientes temas:

- Definición de creación de valor para los accionistas.
- Creación de valor para los accionistas de 28 empresas entre 1991 y 1999.
- Factores que afectan al valor de las acciones (value drivers).
- Utilidad y limitaciones de algunas medidas propuestas para medir la creación de valor para los accionistas: EVA, beneficio económico
- Empresas con períodos de creación y destrucción de valor: Tele Pizza, Bostón Chicken, Levitz, Home Shopping Network, OM Scott, MClYLTSM.
- Empresas relacionadas con Internet: Terra, Amazon, Netscape, América Omine, Consors y Microsoft.
- Creación de valor por reestructuración: Thorn EMI, UnitedAir Lines, SealedAir, Florida Power & Lighty Banesto.
- Determinación de la prima de riesgo.

image not found or type unknown



**Pablo Fernández**

Profesor de Finanzas del IESE Business School y titular de la Cátedra PricewaterhouseCoopers de Corporate Finance, Pablo Fernández es doctor en Finanzas por la Universidad de Harvard. Tiene publicados múltiples artículos y libros, entre ellos, Guía rápida de valoración de empresas (2005, Gestión 2000), Valoración de empresas (2004, 3ª edición, Gestión 2000) y Creación de valor para los accionistas (2000, Gestión 2000).