

# Introducció

La valoració d'empreses és una disciplina dins l'àmbit de les finances corporatives que s'ha desenvolupat i ha pres rellevància en els darrers anys. Les primeres referències bibliogràfiques més enllà dels mètodes pròpiament comptables<sup>1</sup> del tema daten dels anys trenta als Estats Units d'Amèrica, amb els anomenats mètodes de valoració intrínsecs explorats per Guild, S.E.,<sup>2</sup> on més enllà de les valoracions a partir del patrimoni comptable de la societat i dels valors de mercat derivats de les cotitzacions borsàries, es parla de les perspectives de generació de valor futures i del descompte d'aquests fluxos per establir el valor d'una empresa o negoci.

Durant els anys seixanta es comencen a publicar estudis a Europa sobre la valoració de negocis i és sobretot a partir dels anys vuitanta que l'interès per aquest tema, tant a nivell d'investigació com pràctic, s'estén i el nombre de publicacions arreu del món experimenta un creixement significatiu. En aquest sentit cal destacar a l'Estat espanyol els documents elaborats per l'AECA en aquells temps. Malgrat tot, i tret d'alguns sectors com el de la denominada *nova economia*,<sup>3</sup> són molts els sectors

---

1. Els mètodes purament comparables basats en el valor del patrimoni net són tan antics com el mateix sistema comptable de partida doble, publicat per Fray Luca Paccioli el 1494 en un llibre titulat *La Summa di Arithmetica, Geometria Proportioni et Proportionalità*.

2. Guiad, S. E. *Stock Growth and Discount Tables*. Boston Financial Publishing Co., 1931.

3. El terme *nova economia* fou creat per l'economista Brian Arthur i popularitzat per Kevin Kelly, editor de la revista *Wired*. La nova economia es caracteritza per tres trets fonamentals: es centra en la informació i el coneixement com a bases de la producció, la productivitat i la competitivitat, és una economia global i la xarxa és el sistema de la seva organització.

d'activitats empresarials que no apliquen aquests sistemes de valoració i molt poques les adaptacions metodològiques d'aquests a les particularitats dels sectors i els seus models de negoci.

L'objectiu d'aquest llibre és fer un repàs dels diferents models de valoració d'empreses, que serveixi de guia pràctica en l'aplicació a casos reals.

Aquesta obra està estructurada en tres parts: una primera en què es revisa i es fa un aprofundiment en el procés i metodologia de valoració d'empreses. Una segona, de caràcter empíric, en la qual es presenten i s'estudien tres casos pràctics, amb la finalitat d'una millor comprensió de la primera part. Al final, a la tercera part, s'exposen les principals conclusions i la bibliografia més rellevant utilitzada.