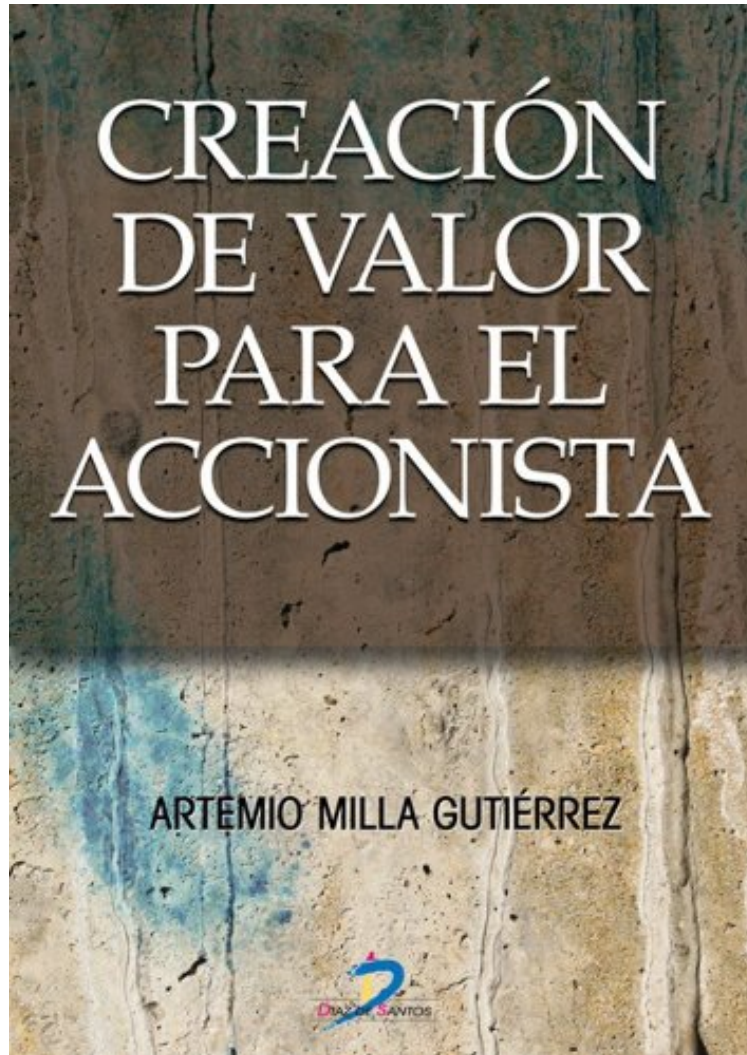


(Read free ebook) Creación de valor para el accionista: 1 (Spanish Edition)

## Creación de valor para el accionista: 1 (Spanish Edition)

Artemio Milla Gutiérrez

DOC | \*audiobook | ebooks | Download PDF | ePub



DOWNLOAD



READ ONLINE

#2845850 in eBooks 2010-01-01 2014-03-28 File Name: B00JIUS9UG | File size: 54.Mb

**Artemio Milla Gutiérrez : Creación de valor para el accionista: 1 (Spanish Edition)** before purchasing it in order to gauge whether or not it would be worth my time, and all praised Creación de valor para el accionista: 1 (Spanish Edition):

Uno de los aspectos más apasionantes en el estudio de la creación de valor para el accionista es identificar medidas que vinculen la creación de valor desde la perspectiva interna y externa, a la par que dichas medidas sirven, desde la perspectiva interna, para una mejor gestión de la empresa. Este libro contribuye a la investigación teórica y empírica desarrollada en nuestro país a estos efectos. En la parte

En esta tesis el autor ha desarrollado con amplitud el concepto de creación de valor para el accionista, la doble perspectiva de su observación (interna y externa) y su vinculación y las medidas que se utilizan para establecer su medición, habiendo cubierto con especial profundidad este apartado. Especial atención merece la parte dedicada a los denominados inductores de creación de valor (crecimiento, rentabilidad y sostenibilidad) que han sido desarrollados con amplitud y que sustentan los ejes sobre los que se construye la creación de valor. En la parte empírica, el autor ha utilizado técnicas económicamente complejas (análisis de regresión en modelos lineales generalizados y metodología de datos de panel) y amplios horizontes de observación (10 años) de empresas cotizadas a través del SiBe de la Bolsa de Madrid, que dan a la misma una gran robustez y, por tanto, dotan a los resultados obtenidos de una elevada consistencia.

**NDICE RESUMIDO:** La gestión orientada al valor. La doble perspectiva de la creación de valor para el accionista. Las medidas de creación de valor. Los inductores de creación de valor. Objetivos y metodología de la investigación. Resultados y conclusiones de la investigación empírica. Anexos, etc.