

# Avaliação de Empresas

**Objectivos:** O objectivo principal consiste em familiarizar os formandos com as diferentes metodologias de avaliação de empresas, de modo que compreendam as suas vantagens e limitações e que consigam seleccionar os métodos mais adequados a cada caso.

Deste modo, pretende-se que os formandos no final da acção de formação consigam:

- Dominar os diversos métodos de avaliação de empresas;
- Identificar e caracterizar os factores determinantes da criação de valor;
- Definir orientações para a tomada de decisão de modo a criar valor na empresa.

**Metodologia:** Sessões teórico-práticas, com apresentação de casos práticos, suportada por elementos/resumo sobre as matérias e indicação de bibliografia

## Agenda das sessões de formação:

1. Conceitos introdutórios fundamentais
2. Metodologias de avaliação
  - 2.1 Abordagem com base no mercado
  - 2.2 Abordagem com base

## Índice:

1. Conceitos introdutórios Fundamentais
  - 1.1 O contexto da avaliação
    - 1.1.1. A avaliação de empresas como parte integrante da análise financeira
    - 1.1.2 Problemas de fundo da avaliação
    - 1.1.3 Necessidade de avaliação de empresas
    - 1.1.4 Fases do processo de avaliação
    - 1.1.5 Negociação
  - 1.2 O diagnóstico
    - 1.2.1 Níveis de aplicação do diagnóstico
    - 1.2.2 Fases do diagnóstico
    - 1.2.3 Correções ao Balanço Contabilístico
  - 1.3 A relação Valor / Cotação / Grau de Eficiência do mercado
    - 1.3.1 Noções de valor
    - 1.3.2 O mercado financeiro
      - 1.3.2.1 Tipos e funções dos mercados financeiros
      - 1.3.2.2 O sistema financeiro Português
      - 1.3.2.3 Níveis de eficiência
  - 1.4 A Rendibilidade e o Risco

- 1.4.1 Principais indicadores de rendibilidade
- 1.4.2 Estudo previsional e o crescimento
  - 1.4.2.1 Métodos previsionais do Plano de Exploração
  - 1.4.2.2 Taxas de crescimento
- 1.4.3 O custo de oportunidade do capital
  - 1.4.3.1 Custo do capital próprio
  - 1.4.3.2 Custo do capital alheio
  - 1.4.3.3 Custo médio
- 2. Metodologias de Avaliação
  - 2.1 Abordagem com base no Mercado
    - 2.1.1 Price Earnings Ratio (PER)
    - 2.1.2 Price Book Value (PBV) ou Preço / Valor Contabilístico (PVC)
    - 2.1.3 Price Sales Ratio (PSR) ou Preço / Vendas (PV)
  - 2.2 Abordagem com base no Rendimento
    - 2.2.1 O Método dos Dividendos Actualizados
    - 2.2.2 O Método dos Fluxos de Caixa Actualizados
      - 2.2.2.1 O Método dos Capitais Próprios
      - 2.2.2.2 O Método da Entidade
        - 2.2.2.2.1 Pelo Custo Médio do Capital
        - 2.2.2.2.2 Pelo Valor Actual Líquido Ajustado (VALA)
  - 2.3 Abordagem com base no Património
    - 2.3.1 Valor Nominal, Contabilístico e Intrínseco
    - 2.3.2 Valor Substancial
  - 2.4 Abordagem dos lucros Supranormais Actualizados
    - 2.4.1 O Goodwill
    - 2.4.2 Valor Económico Acrescentado – Economic Value Added (EVA)
    - 2.4.3 Valor de Mercado Acrescentado – market Value Added (MVA)
  - 2.5 Outras abordagens de avaliação
    - 2.5.1 Opções Reais
    - 2.5.2 Regulamentar
- 3. A Gestão Estratégica do Valor
  - 3.1. A Gestão orientada para a criação de Valor
  - 3.2 Os factores determinantes do valor (Value Drivers)
  - 3.3 Indicadores de criação de valor
- 4. Estudo de Casos
  - 4.1 Simulação dos diversos métodos de avaliação
  - 4.2 Relatório de avaliação