

Valoración de Empresa (activos financieros) *INTRODUCCIÓN A LA VALORACIÓN DE EMPRESAS*



CONCEPTO DE VALORACIÓN DE UNA EMPRESA

¿Qué es?

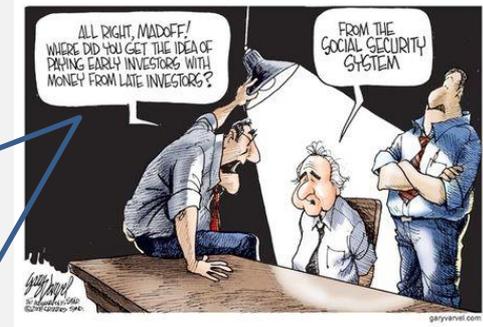
1. La valoración de una empresa es el proceso mediante el cual se busca la cuantificación de los elementos que constituyen su patrimonio, su actividad, su potencialidad o cualquier otra característica de la misma susceptible de ser valorada.
2. Se trata de determinar el valor intrínseco de un negocio y no su valor de mercado ni por supuesto su precio.
3. Al valorar una empresa se pretende determinar un intervalo de valores razonables dentro del cual estará incluido su valor intrínseco.

- ¿Cuánto vale su empresa?
- ¿qué deseo conocer, su valor o su precio?,
- ¿es acaso lo mismo?

Cuando la compañía anglo-holandesa Unilever compró el 90 por 100 de Industrias Revilla, S.A. por una cifra cercana a los 55 millones de euros,

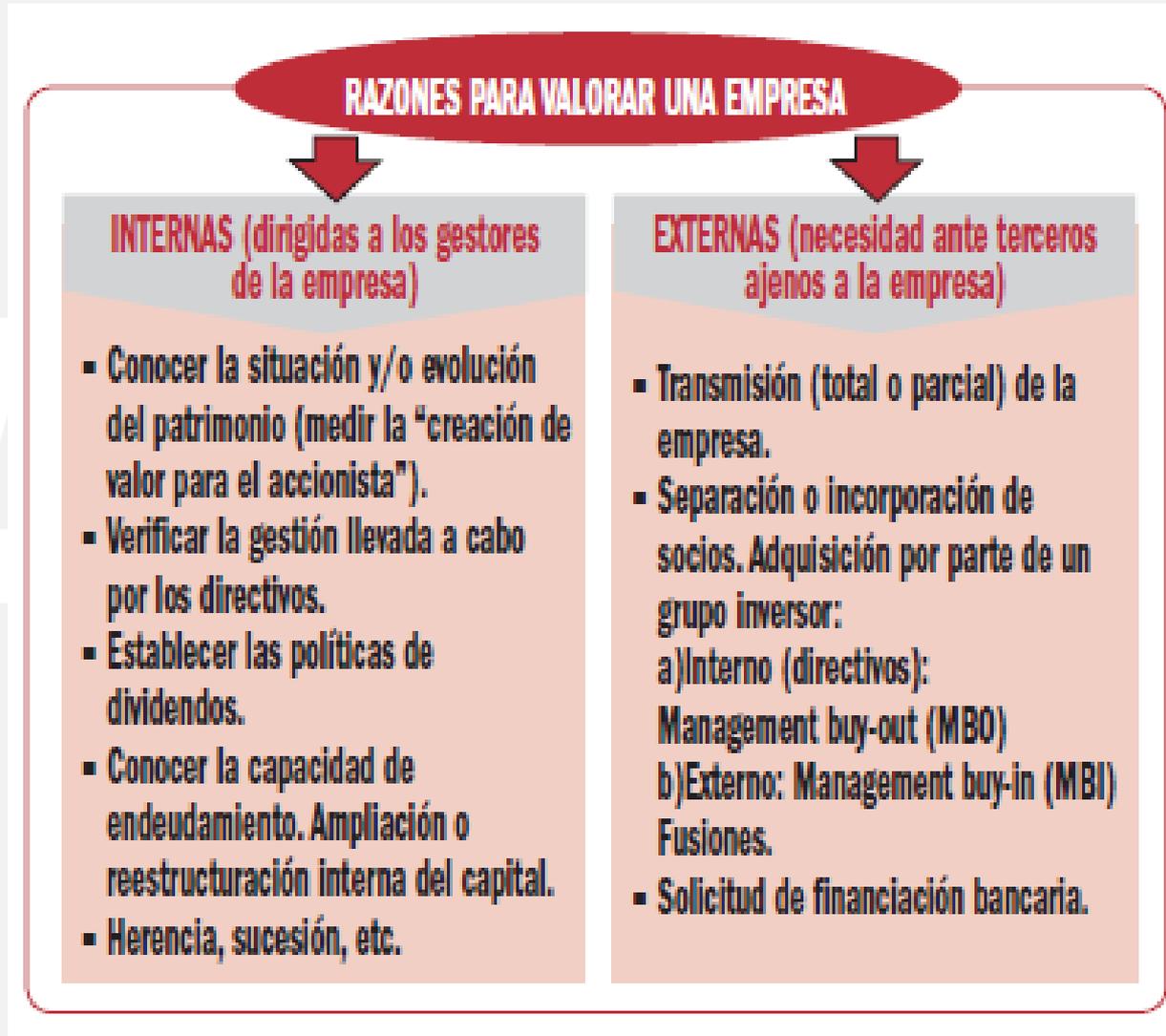
¿Que estaba pagando?

¿Activos?, ¿Goodwill?, ¿Valor Contable?.....



Para las empresas no cotizadas no hay mercado, no hay oferta ni demanda.

A pesar de ello el precio se determina como resultado de una negociación entre el vendedor y el comprador en la cual el valor, calculado por uno u otro método, representará solamente una guía, un sustituto del mecanismo del mercado o simplemente un determinante de los límites del precio.



Valorar un bien consiste, en definitiva, en estimar su precio. Observemos que valor y precio no son lo mismo, siendo la característica distintiva entre ambos la certeza:

- **el valor es una posibilidad, mientras que**
- **el precio es una realidad.**

Para aquellos bienes para los que existe un mercado de competencia perfecta la valoración es sencilla, puesto que su valor se puede estimar como su precio de mercado, que se forma por la conjunción de la oferta y la demanda. En este tipo de mercados los bienes son homogéneos y existe un gran número de oferentes y demandantes, de forma que ninguno de ellos individualmente puede modificar el precio de equilibrio.

La valoración de una empresa es un ejercicio de sentido común que requiere un ciertos conocimientos técnicos, y que mejora con al experiencia.

Experiencia profesional + Conocimientos técnico

- Que se está haciendo?
- Porque se está haciendo la valoración de esta manera?
- Para que lo hacemos?
- Para quien se está haciendo la valoración?

Una empresa es un elemento único en su género y en su transferencia sólo hay un único vendedor y uno o muy pocos compradores.

Su valor, por lo tanto, no puede venir dado por el precio al que se realice la transacción, pues este precio es el resultado de las motivaciones concretas y de la habilidad negociadora del comprador y del vendedor, que pueden llegar a alejar el precio acordado del verdadero valor de la empresa.

La valoración de una empresa es un proceso;

nunca la simple aplicación de una fórmula matemática y, en cualquier caso, los factores a manejar deben estar claramente conceptuados y definidos.

FASES PARA LA ELABORACIÓN DE UNA VALORACIÓN

1. ANÁLISIS HISTÓRICO DE LA EMPRESA

- a) Diagnóstico económico-financiero inicial.
- b) Análisis estratégico y competitivo: UEN's, posición competitiva, productos, mercados, competidores, etc.
- c) Estructura organizativa: organigrama, equipo directivo, etc.
- d) Información general: situación fiscal, laboral, financiera, etc.

2. PROYECCIONES FINANCIERAS

- a) Hipótesis generales.
- b) Hipótesis sobre la cuenta de resultados.
- c) Hipótesis sobre el balance.
- d) Estructura financiera.
- e) Análisis de coherencia.

3. PARÁMETROS PARA LA VALORACIÓN

- a) Determinación del coste medio ponderado del capital.
- b) Determinación del coste de la deuda.
- c) Determinación del coste del capital.
- d) Determinación del valor residual

4. ACTUALIZACIÓN DE FLUJOS

- a) Cash-Flow Libre (Free Cash Flow).
- b) Cash-Flow del Accionista (Equity Cash Flow).
- c) Cash-Flow de los Suministradores de Fondos (Capital Cash Flow).

5. INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

- a) Interpretación-comparación con el valor contable.
- b) Análisis de sensibilidad del valor a cambios en las hipótesis del modelo.

1. Conocer la empresa y su cultura organizativa.

Implica conocer a su personal, su forma de actuar y de resolver problemas.

2. Prever el futuro. calcular el valor real de la empresa de acuerdo con las expectativas futuras de generación de flujos de caja y el riesgo asociado a los mismos.

3. Determinar los parámetros para la valoración.

determinar aspectos tales como el coste del capital, de la deuda y los criterios para estimar el valor residual,

4. Conclusión. interpretar los resultados obtenidos.