



FRECA

Freeman Economics
and Associates Group



¿QUÉ ES UNA VALUACIÓN?

“Es el proceso mediante el cual se busca la cuantificación de los elementos que constituyen el patrimonio de una empresa, su actividad, su potencial, su marca, su proceso o cualquier otra característica de la misma susceptible de ser valuada”.



FRECA

Freeman Economics
and Associates Group



Al valorar una empresa se pretende determinar un intervalo de valores razonables dentro del cual estará incluido el valor definitivo, o para cualquiera de los componentes de la misma que se busque valorar. Al valorar una empresa se pretende determinar un intervalo de valores razonables dentro del cual estará incluido el valor definitivo.

¿Por qué valorar una empresa, marca, proceso o cualquier elemento importante?

Los motivos pueden ser internos, es decir, la valuación está dirigida a la administración de la empresa y ver las áreas de oportunidad que pueden llegar a tener.

Los objetivos principales de valorar una empresa pueden ser los siguientes:

- Conocer la situación de la empresa y si se ha generado valor o se ha destruido.
- Poder llevar a cabo operaciones de MBO ("Management Buy Out") y LBO ("Leveraged Buy Out"),
- División justa de la empresa en el caso de que alguno de los accionistas ya no quiera participar (normalmente ocurre cuando en una empresa que comenzó como familiar, alguno de los descendientes ya no quiere formar parte del negocio).
- Solicitar deuda o para fusiones y adquisiciones.
- En caso de vender acciones entre socios o a terceros, saber cual es el valor justo y real que se debe negociar por estas acciones.
- Verificar la gestión llevada a cabo por los directivos
- Establecer las políticas de dividendos
- Reestructuración de capital
- Herencia, sucesión, etc.
- Cumplir con lo establecido para los dictámenes de enajenación de acciones en caso que soliciten una valuación de la empresa y sus acciones.

El llevar a cabo la valuación de la empresa le permite a las empresas contar con elementos de decisión muy valiosos como parte de su planeación estratégica, financiera, contable, de mercado, o bien, cuando quieren llevar a cabo una transacción que involucre la compra de una empresa, la venta de la misma, una alianza estratégica, rescisión o reestructura accionaria, entre otros.

De igual manera, los objetivos principales para poder valorar una marca o algún proceso intangible son:

- Poder saber el valor que estos intangibles han otorgado a mi empresa.
- Poder saber para efectos de transferencia de estos procesos o marcas el valor de plena competencia al cual transferirlos.
- Poder franquiciar mi marca.
- Poder cobrar un porcentaje justo por compartir algún proceso intangible con alguna otra empresa del grupo o tercero independiente.
- Poder hacer una clara división entre segmentos de negocio de una empresa.
- Poder hacer estrategias de gasto de marketing o desarrollo con mejor información cuantificable.

Métodos de valuación.

Para hacer las valuaciones, de empresa o de marca, existen varios enfoques y métodos como:

- Método de Flujos Descontados
- Método de valuación de activos.
- Método de rentas anticipadas.
- Enfoque basado en activos de liquidación-
- Entre otros.

Además de estos enfoques, existen otros o combinaciones de los mismos, dependiendo de las necesidades de cada empresa, no existe una metodología única o cuadrada para ello, es ir haciendo un traje a la medida de cada empresa o negocio, dependiendo de sus necesidades, enfoques y proyecciones.



FRECA
Freeman Economics
and Associates Group

