



Indacochea Asociados

www.indacocheaempresas.com

+51 999 653 684
+51 940 617 286

VALORIZACIÓN DE EMPRESAS

¿Para qué sirve una Valorización?

Herramienta de negociación para la compra/venta de una em

- Estima el valor de la empresa, analizando y evaluando estratégicamente el modelo del negocio para llevar a cabo una adecuada negociación.
- El reto más importante es estimar el valor del posible comprador a fin de negociar en las mejores condiciones.

Indica un precio base para la venta o compra de una empresa



Valor Financiero

Es el valor para los actuales propietarios de acuerdo a las condiciones de desarrollo del negocio.



Valor Estratégico

Es el valor para el potencial comprador una vez evaluadas las posibles ganancias (sinergias) que tendría con la nueva empresa.



Para ir a una negociación, se debe estudiar detalladamente las variables que influyen en la decisión del comprador, a fin de poder elevar el valor final a pagar por la empresa.

El valor estratégico de una compra

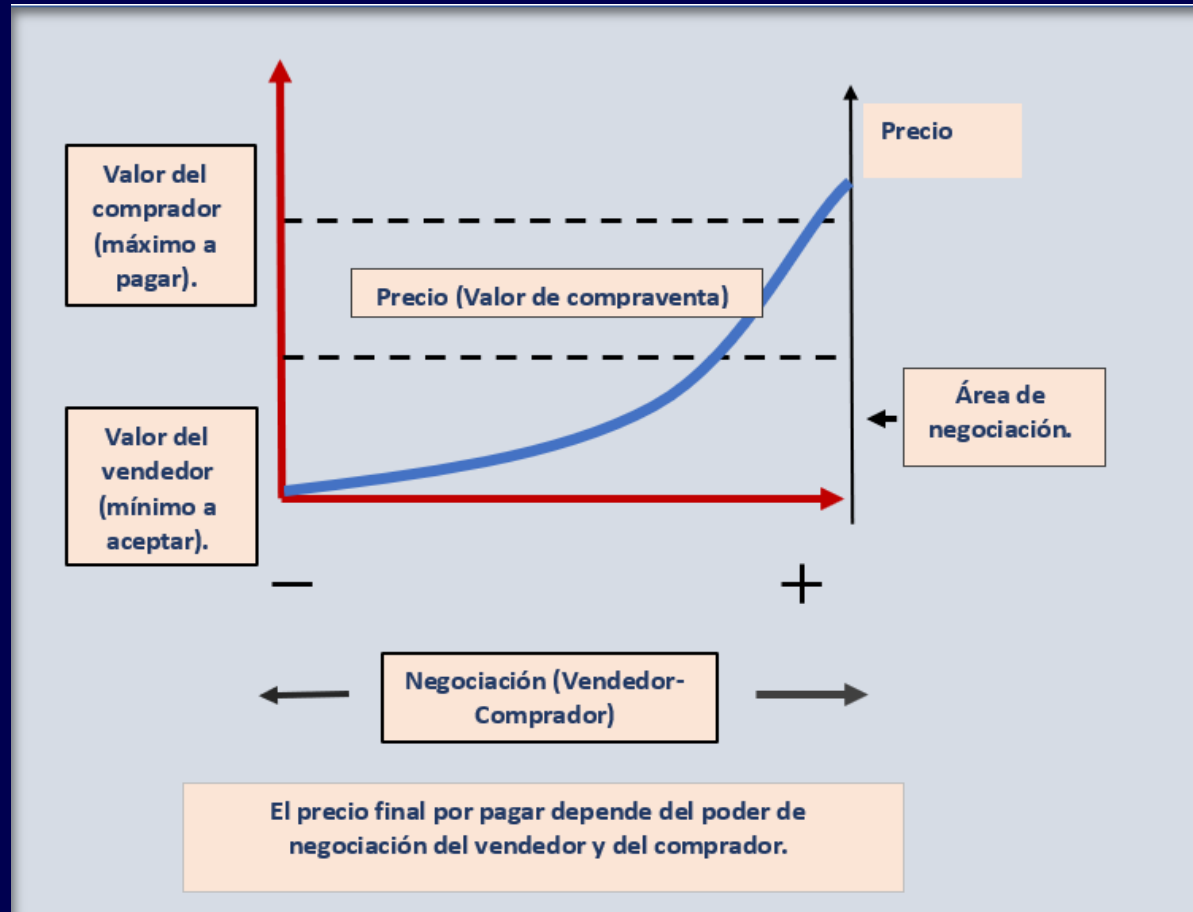
**SINERGÍAS:
OPERATIVAS,
FINANCIERAS Y
ESTRATÉGICAS**

**VALOR
ESTRATÉGICO
DE
LA EMPRESA**

**VALOR
CREADO POR
LA
ADQUISICIÓN**

**VALOR DE
LA
EMPRESA
INDEPENDIE
NTE**

**PRECIO
PAGADO EN LA
COMPRA**



El proceso de negociación depende de una adecuada estrategia que debe ser estructurada por el negociador, para lo cual se debe estudiar el valor estratégico de la empresa a adquirir.

ETAPAS EN EL PROCESO DE VALORIZACIÓN

Desarrollo de la Valorización



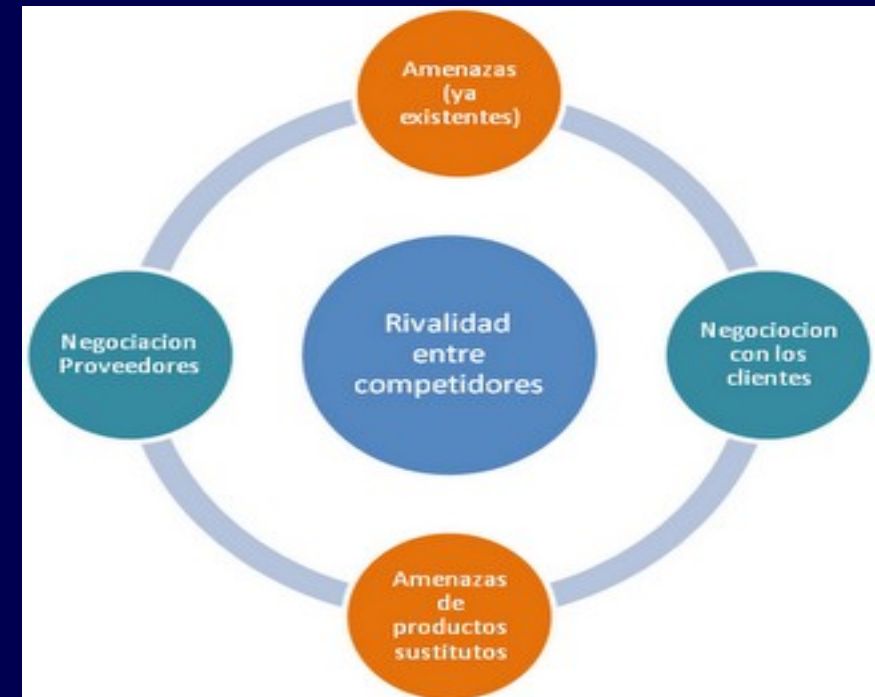
ETAPA 1: ENTENDIMIENTO INICIAL

Análisis Estratégico y Competitivo de la Empresa y del Sector



Es necesario entender el modelo de negocio: su estrategia, productos, tácticas de marketing, operaciones, políticas, identificar riesgos, etc.

Es vital conocer el entorno en el cual opera la empresa, esto comprende: competencia, proveedores, sustitutos.



ETAPA 2: VALORIZACIÓN FINANCIERA

ENFOQUE FINANCIERO

1

Recopilación de Estados Financieros

- Entrevista con la dirección de la empresa
- Balance General, Pérdidas y Ganancias, Estado de Flujo de Efectivo

2

Valor de la Empresa

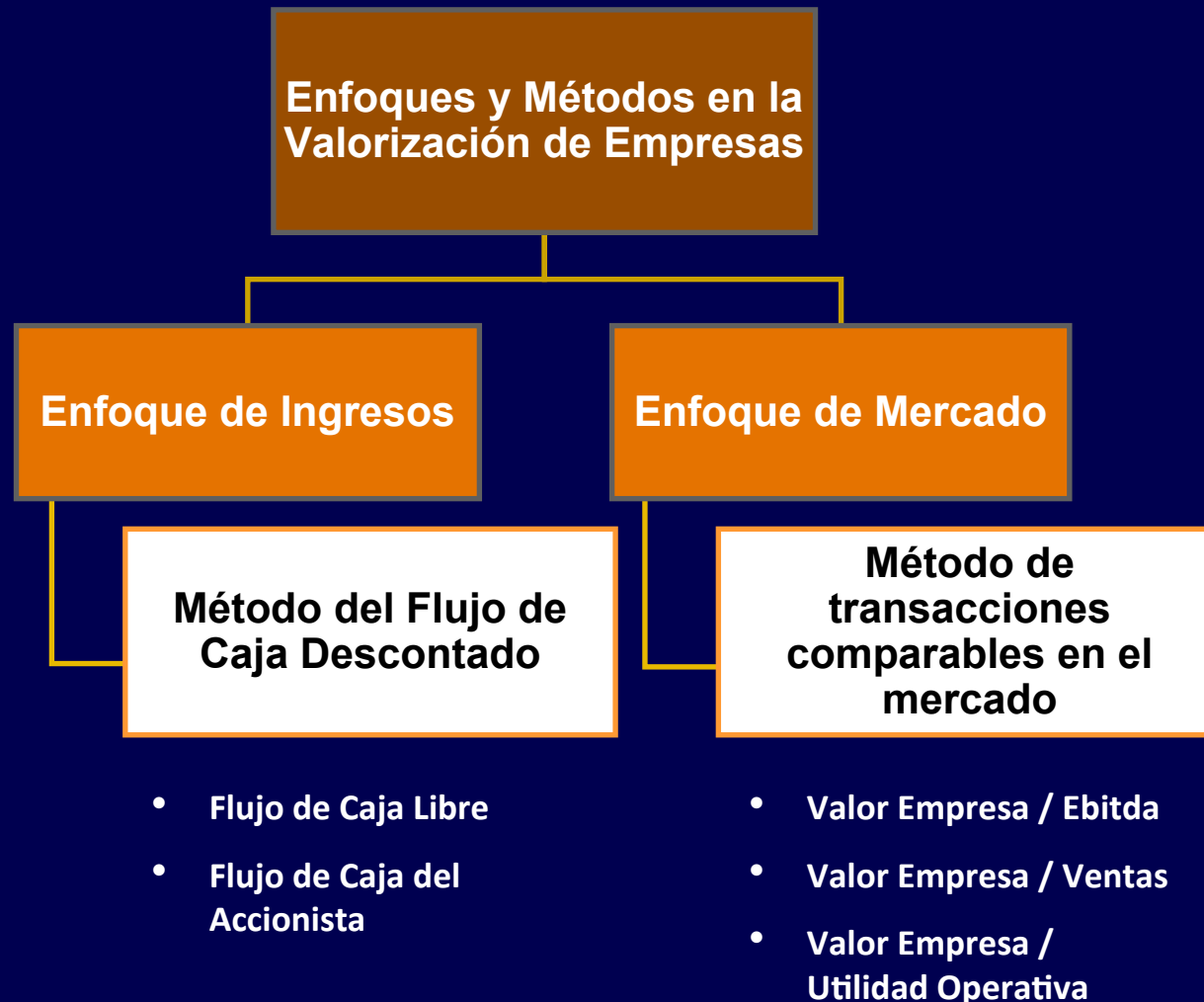
- Metodología del Flujo de Caja Descontado
- Metodología de los Múltiplos Comparables

3

Análisis de Sensibilidad

- Escenarios
- Simulaciones Probabilísticas (Montecarlo)

Principales Métodos de Valorización



Metodología del Flujo de Caja Descontado (FCD)

Esta metodología se basa en el futuro; es decir, en el potencial y las perspectivas de crecimiento de la empresa. Toma en cuenta las condiciones de mercado, estrategia, clientes, competencia, y otras variables.

1

Determina el valor de la empresa a través de la estimación de flujos de dinero que generará en el futuro.

Estos flujos incluyen todos los ingresos que obtiene la empresa por sus productos / servicios, así como, todos los costos y gastos relacionados que le ayudan a generar estos ingresos. Asimismo, se debe incluir el impuesto a la renta que se le paga al estado.

Utilidad Ajustada por Impuestos

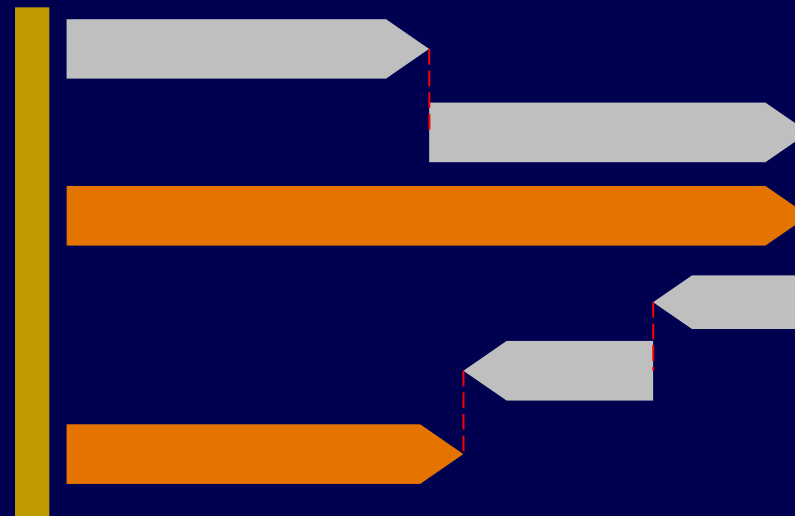
+ Depreciación y Amortización

Flujo de Caja Bruto

- Inversión en Capital de Trabajo

- Inversión en Activo Fijo

Flujo de Caja Libre

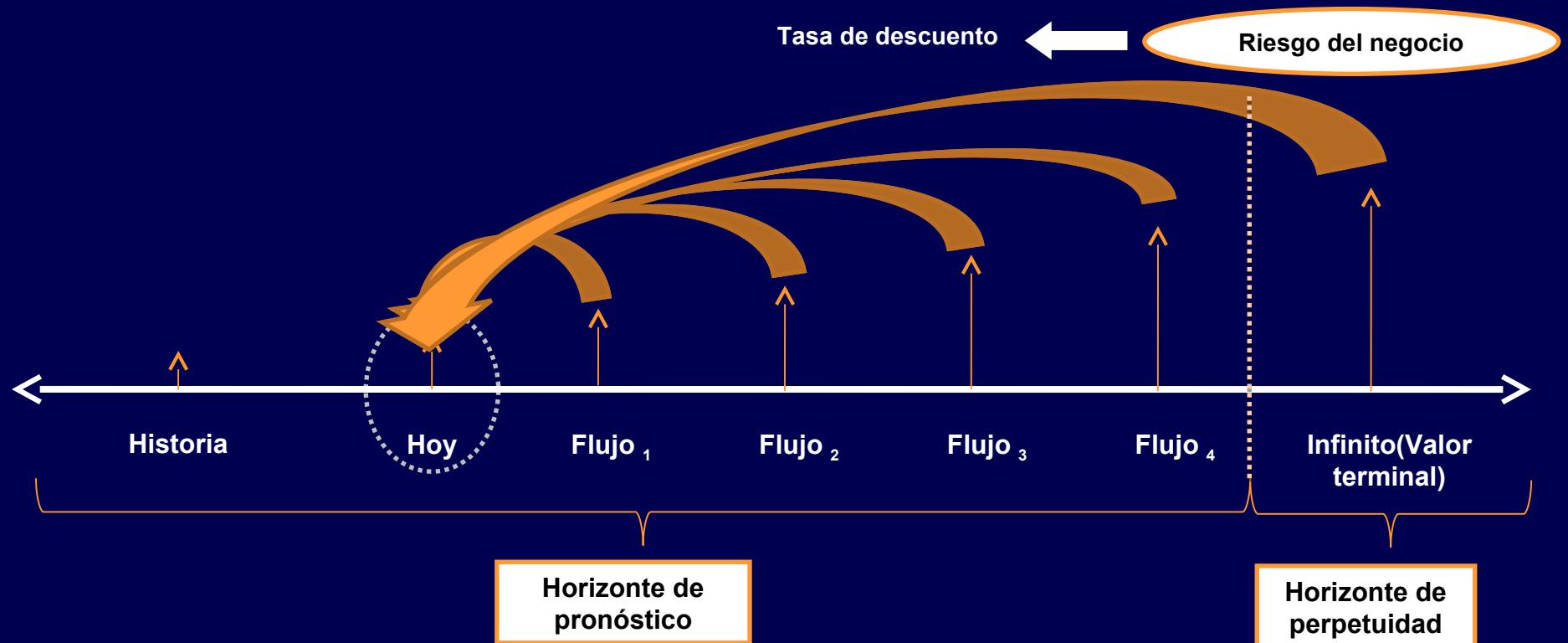


Una empresa vale por su capacidad de generar dinero.

Metodología del Flujo de Caja Descontado (FCD)

Esta metodología se basa en el futuro; es decir, en el potencial y las perspectivas de crecimiento de la empresa. Toma en cuenta las condiciones de mercado, estrategia, clientes, competencia, y otras variables.

- Para obtener el FCD se trae a valor presente cada flujo utilizando una tasa de descuento apropiada según el riesgo de la empresa.

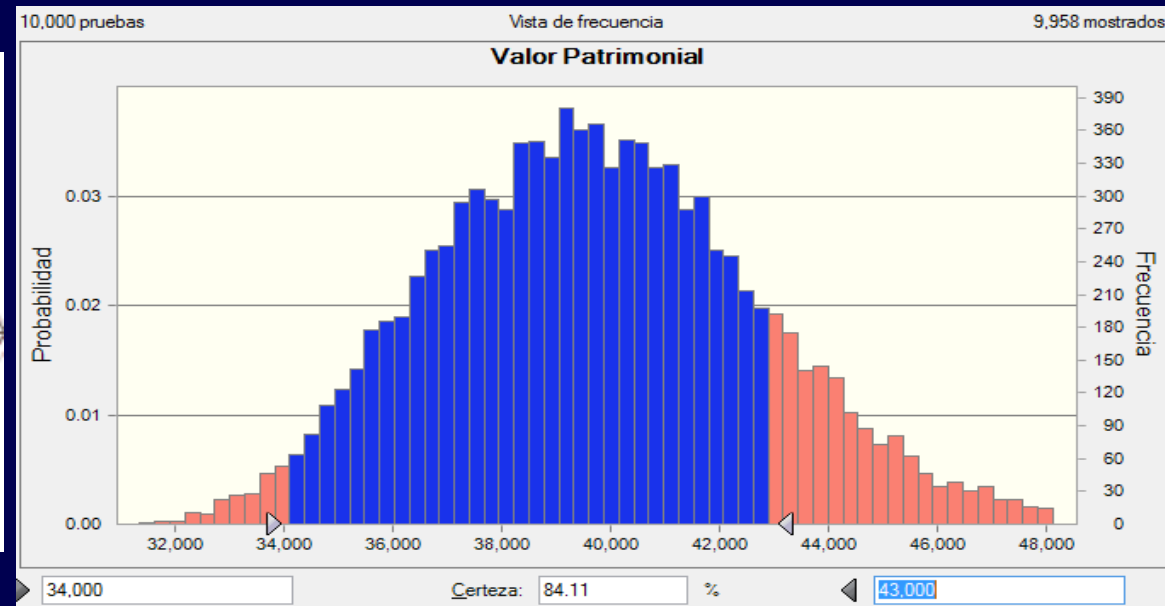




Simulaciones Probabilísticas

- El **Método de Montecarlo** simula diversos resultados del Valor Patrimonial en base a las principales variables que determinan el valor o “*keydrivers*”.
- Las principales variables son el crecimiento en ventas, los gastos administrativos y la tasa de descuento.
- El número de iteraciones (son 10,000) determina las veces en que los “*keydrivers*” se sortean y dan un resultado del valor distinto.

Supuestos sobre el comportamiento de los Keydrivers



Las contingencias se determinan en el Proceso de *Due Diligence*.



Método de Transacciones Comparables del Mercado

1

Analizar las empresas del mismo sector.

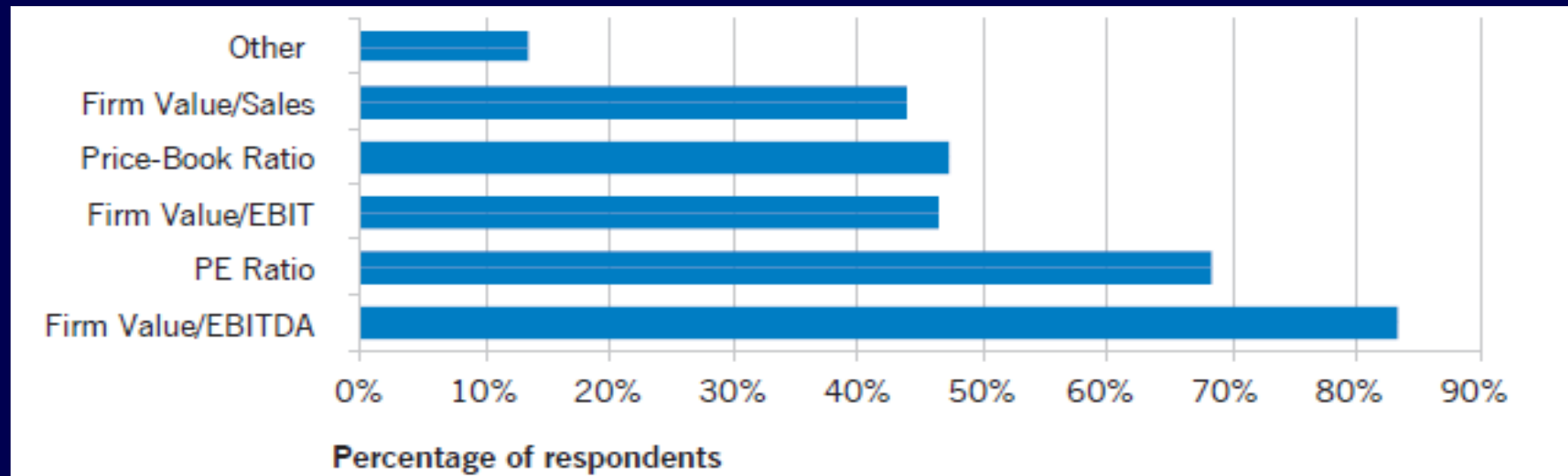
2

Filtrar las empresas de acuerdo a tamaño, indicadores y resultados financieros.

3

Seleccionar un ratio y estimar un rango promedio del mismo.

Los Múltiplos mas populares



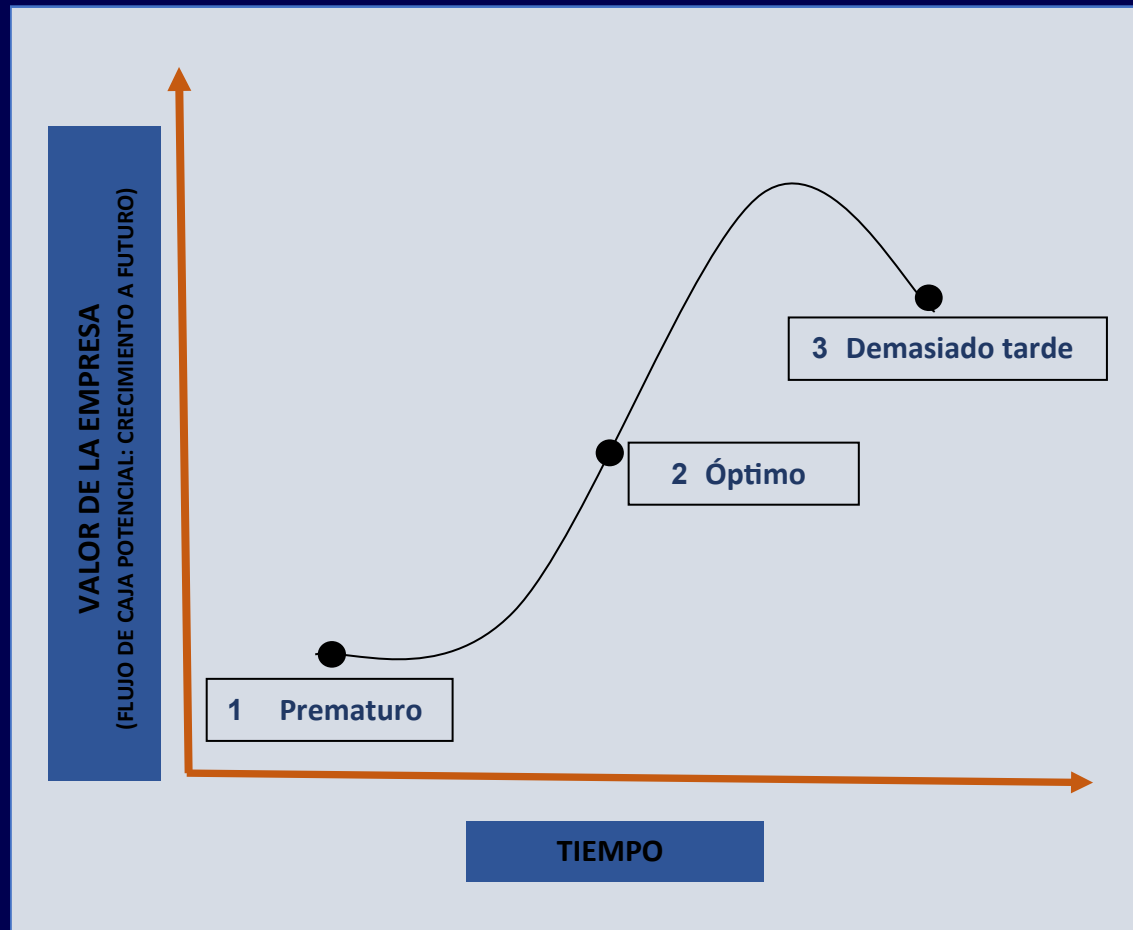
Fuente: Journal of Applied Corporate Finance

PROCESO DE COMPRA Y VENTA DE UNA EMPRESA

Momentos en el proceso de venta

- La venta de una empresa en sus diferentes etapas de desarrollo

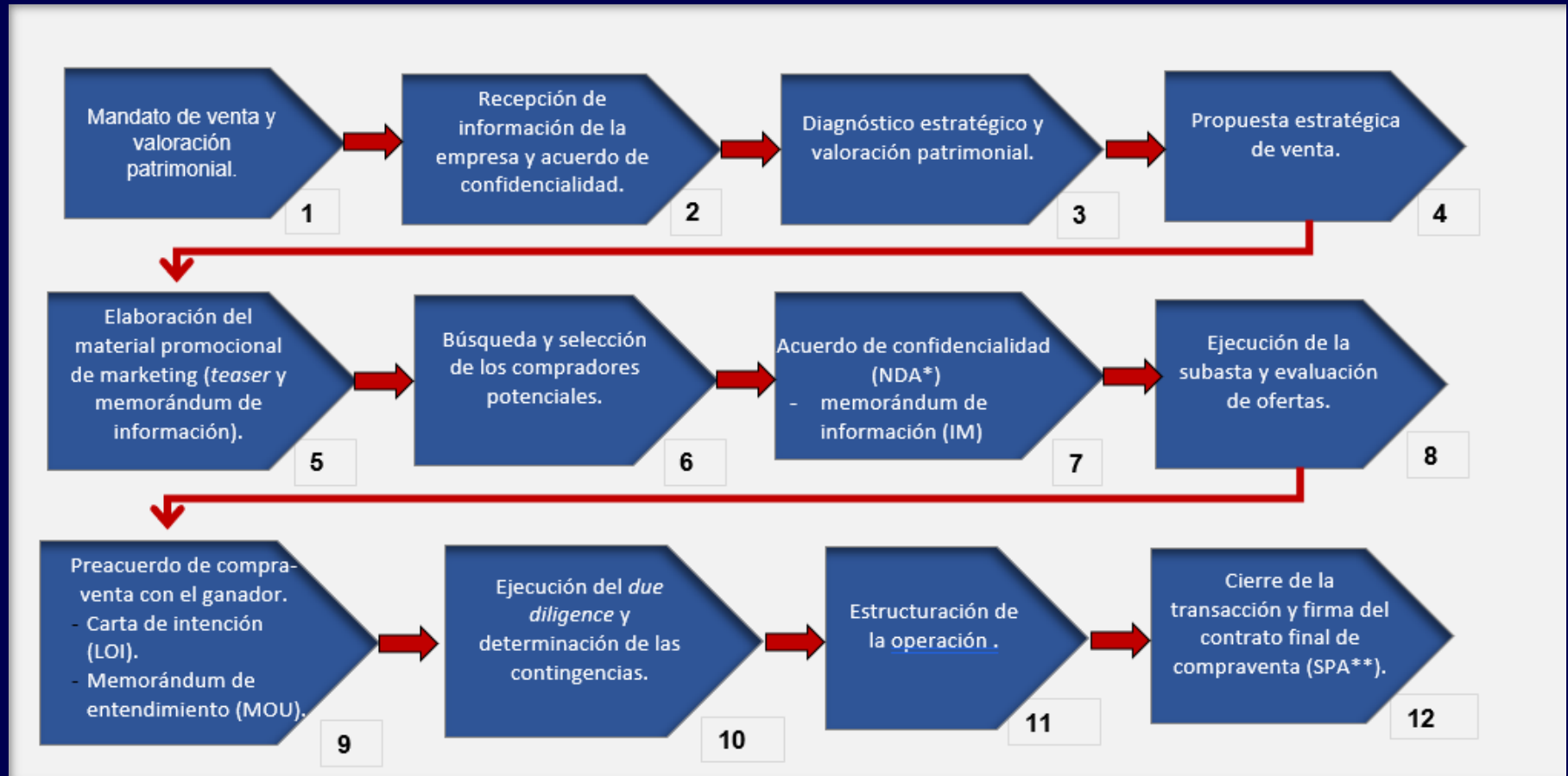
Figura 2.3. Momentos para la venta de una empresa.



Fuente: Johnson (2007, pp. 16)

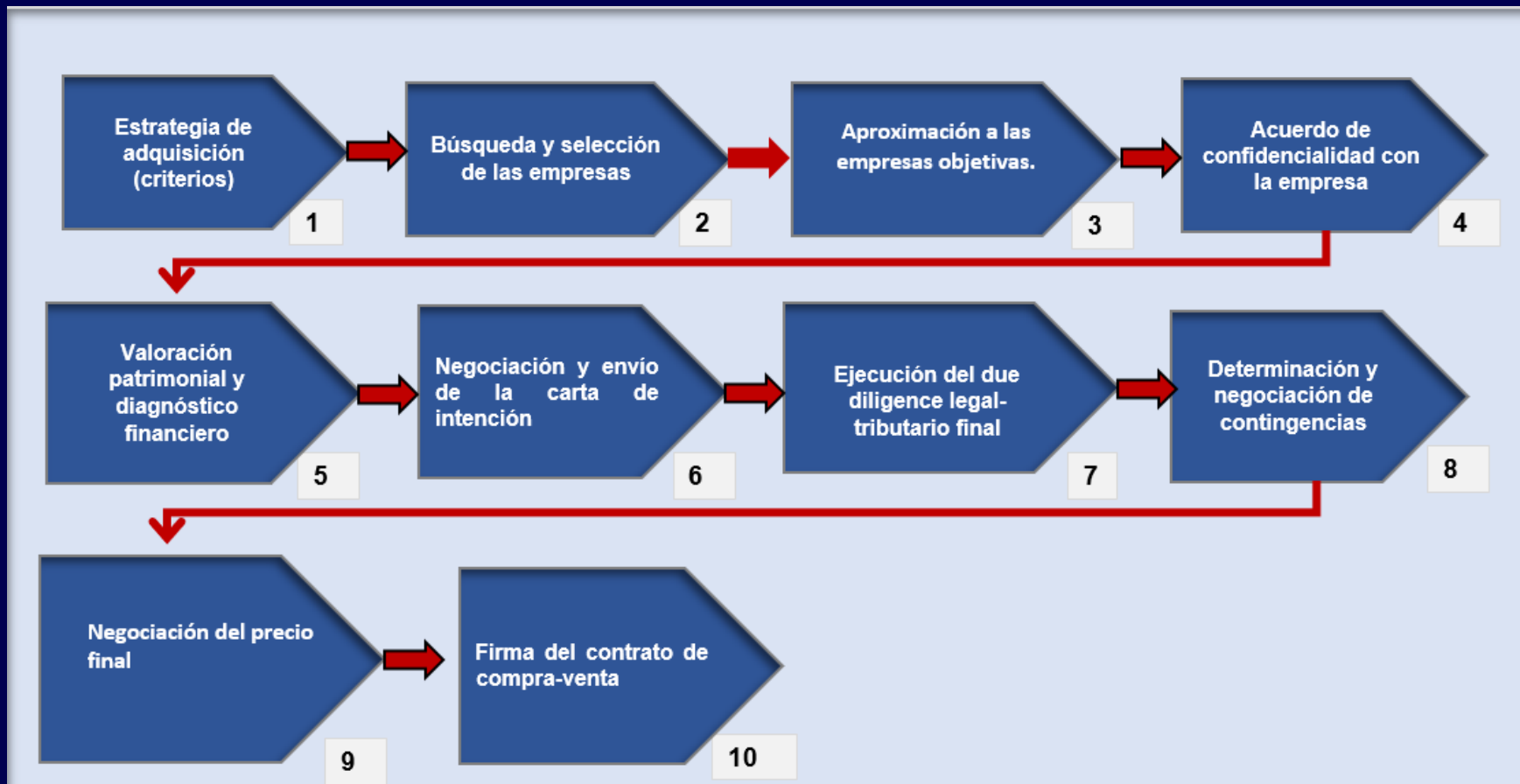
El proceso de venta de la empresa

- El proceso de venta de una empresa



El proceso de compra de una empresa

- El proceso de adquisición de una empresa



Decálogo de la venta exitosa

1. El mejor momento para vender una empresa es cuando el negocio y el sector en que se desenvuelven están bien. No espere entrar en crisis para recién pensar en vender la empresa.

2. Las empresas no se venden de inmediato o de improviso; una buena venta tiene que planificarse cuidadosamente y lleva de cuatro meses a un año.

3. Nunca trate de vender usted mismo su empresa; es el peor negocio que podría hacer. La venta de una empresa es un proceso especializado que requiere de un manejo profesional y objetivo.

Decálogo de la venta exitosa

4. Busque por todos los medios los compradores más adecuados (estratégicos) del negocio, para quienes la empresa potencialmente vale más. La habilidad para llevar adelante el negocio y la capacidad financiera son los principales requisitos.

5. Genere competencia entre los potenciales compradores, es la base para el éxito del proceso de venta; siempre tenga compradores alternativos.

6. Elabore un folleto de venta que resalte las fortalezas y el potencial del negocio a futuro, pero sea en todo momento fidedigno y veraz con la información proporcionada.

Decálogo de la venta exitosa

7. Conozca todos los detalles estratégicos del negocio y dónde se genera el valor; todo esto es clave para llevar a cabo una buena negociación.

8. Tenga en claro los motivos por los cuales los potenciales compradores están interesados en la empresa o qué buscan en ella para poder negociar adecuadamente.

9. No confunda los roles; abogados, asesores y auditores son importantes, y cada uno tiene su propia participación en el proceso de venta. La negociación de la venta misma de la empresa es un proceso aparte.

10. Facilite la venta al comprador y ponga todo el proceso en términos claros y sencillos para llegar a un acuerdo en el más breve plazo y en la forma más armoniosa.



Indacochea Asociados

www.indacocheaempresas.com
indacochea@indacocheaempresas.com

+51 999 653 684
+51 940 617 286