

labolsa.com

Visítalo en: <http://www.labolsa.com/canales/160/>

LA VALORACION POR COMPAÑIAS COMPARABLES

15 de Diciembre de 2000, 19:46|

Este método es el más sencillo de todos y se basa en buscar otras empresas del mismo sector, mismo tamaño y en definitiva, lo más parecidas que podamos encontrar a la que queremos evaluar para comparar los ratios mas significativos de las dos empresas y asi saber cual esta cara o más barata en el mercado.

Se ha utilizado desde siempre, desde que existen los ratios, pero se utilizan datos muy diferentes para las empresas tradicionales. La razón es clara: ¿como vamos a sacar el PER(capitalización bursátil / beneficio neto) de una empresa que tiene perdidas?, o ¿como vamos a comparar los PCF (capitalización bursátil / cash flow) de dos empresas de este tipo si están haciendo ampliaciones de capital un día si y otro también?

Pero es que lo que no debemos olvidar es que una comparativa es una valoración que depende exclusivamente de lo que diga el mercado y que el mercado de las empresas de nuevas tecnologías es increíblemente volátil por lo que la valoración también es altamente volátil. De todas maneras, los ratios mas utilizados son:

MÚLTIPLO DE INGRESOS POR VENTAS

Es el único ratio de los usados para las empresas de la vieja economía ya que aunque las tecnológicas no sean compañías normales, por lo menos tienen algún ingreso. Se calcula dividiendo el valor de mercado entre los ingresos por ventas.

Valor de mercado / Ingresos por ventas = múltiplo
de ingresos por ventas.

MÚLTIPLO DE VISITANTES ÚNICOS

Este ratio se basa en calcular cuanto vale un usuario, ya que se supone que cuantos mas usuarios (clientes) diferentes tenga tu empresa será mas fácil convertir este factor en ingresos. Su calculo es tan sencillo como el anterior, valor de mercado entre numero de visitantes únicos.

Valor de mercado / nº de visitantes únicos
= múltiplo de visitantes únicos

MÚLTIPLO DE PÁGINAS VISTAS

Se utiliza más para empresas que no se dedican a la venta, normalmente para servicios gratuitos ya que los ingresos que generan suelen venir de la publicidad. Se calcula dividiendo su valor de mercado entre el número de páginas vistas.

Valor de mercado / nº de páginas vistas =
múltiplo de páginas vistas.

MULTIPLO DE SUSCRIPTORES

Se utiliza para empresas que venden servicios por medio de la red, se utiliza por ejemplo para saber la valoración de los brokers online. Está claro que cuantos más usuarios registrados haya quiere decir que hay más clientes aunque los datos pueden ser adulterados fácilmente ¿quien no se ha dado de alta en una pagina que no ha vuelto a visitar nunca?. La mecánica es la misma que se sigue para calcular los demás ratios: dividir el valor de mercado de la empresa entre el número de suscriptores.

Valor de mercado / número de suscritores =
múltiplo de suscriptores.

Además de éstos existen otros tantos ratios que se pueden aplicar pero dependen del subsector en donde se encuentre la empresa a estudiar. Toda esta información la debemos combinar, no utilizando un ratio exclusivamente, sino varios a la vez. Solo de esta manera se podrán minimizar las posibles distorsiones que aporte cada ratio por separado.