

¿Cuáles son los 10 Conceptos Clave para Entender la Creación de Valor?

Con el fin de comprender mejor la expresión “creación de valor” en la empresa, tan de moda en los últimos años, trataremos de explicar en 10 conceptos clave lo que debemos entender por creación de valor.

1. El objetivo de crear valor para los accionistas, que tiene como fin último maximizar su riqueza, parece el dominante en el entorno empresarial actual. Este objetivo resume el resto de los objetivos económico-financieros relacionados con la rentabilidad, el crecimiento, la liquidez, la estructura de financiación y el riesgo, pues todos ellos contribuyen a ese fin. Crear valor es el objetivo de la función financiera, cuyos parámetros básicos son la toma de decisiones de inversión, de financiación y la política de distribución de dividendos que se practique, así como las exigencias de rentabilidad de los accionistas y el nivel de riesgo.

2. El valor intrínseco o teórico de cualquier empresa depende de los cash flows futuros que se estime generará, es decir, de sus expectativas; por lo tanto, la creación de valor depende de dichas expectativas. Para medir el valor creado durante un período de tiempo por una empresa es preciso estimar su valor al final y al inicio del mismo.

3. Valor y creación de valor no son conceptos equivalentes. Una empresa puede presentar un valor elevado respecto a otras empresas del sector o respecto a sus valores contables y, sin embargo, estar destruyendo dicho valor y viceversa.

4. Para crear valor es preciso que el rendimiento obtenido por los accionistas supere a la rentabilidad que exigen, expresando ésta como el rendimiento que podrían obtener en alternativas de inversión de riesgo similar.

5. Lo que determina la creación de valor para el accionista no es exactamente la mejora de la situación de la empresa, sino que el rendimiento obtenido de las inversiones de la empresa sea capaz de superar sus expectativas, con independencia de que dicho progreso se materialice en los resultados contables del período analizado.

6. Es habitual que las empresas persigan aumentar el beneficio neto pues con ello consideran que crean valor para su accionista. La forma de incrementarlo puede venir por la vía del crecimiento, la diversificación, la mejora de la eficiencia productiva, la adquisición de otras compañías, etc.

Sin embargo, el aumento del beneficio no garantiza crear valor. Este comportamiento dispar del beneficio y de la creación de valor se pone de manifiesto, por ejemplo, cuando una empresa aumenta, acertadamente, los gastos de desarrollo estratégico de la actividad relacio-

ados con la innovación, el desarrollo tecnológico, la mejora de sus procesos, la potenciación de su marca, el servicio al cliente, la calidad o la formación: su beneficio a corto disminuye, pero, a la vez, se debe incrementar su valor como reflejo de la esperada mejora de su posición competitiva (mejora de las expectativas futuras).

7. Desde hace bastantes décadas, el criterio de valor se utiliza sistemáticamente en la toma de decisiones de negocio y, en concreto, en la evaluación de inversiones. En este sentido, el valor actual neto (VAN) de un proyecto que mide el valor que se espera que cree su ejecución, es un criterio financiero de evaluación utilizado ampliamente por las empresas.

8. El método aplicable a cualquier empresa o activo para estimar su valor consiste en calcular el valor actualizado de las rentas monetarias futuras que se prevé generará para su propietario. La dificultad de este método de valoración nace de las limitaciones para realizar unas previsiones razonables de los flujos futuros y de la imprecisión para determinar la tasa de descuento para calcular su valor actual.

9. El valor creado para el accionista ha de basarse, al igual que hace el análisis de inversiones, en el incremento del flujo de efectivo esperado por los accionistas, que es más tangible que el beneficio. El inversor invierte dinero y lo que le interesa es el dinero que va a recibir a cambio.

10. El indicador más adecuado para medir el éxito de la empresa se relaciona con su capacidad para crear valor. La práctica financiera ofrece una serie de parámetros que pretenden evaluar la calidad de la gestión y que, con mayor o menor intensidad, se relacionan con la creación de valor: rentabilidad económica (ROI), rentabilidad financiera (ROE), valor económico añadido (EVA), cash value added (CVA), cash flow return on investments (CFROI), total shareholder return (TSR), etc.

Todos estos indicadores presentan una serie de deficiencias para medir la creación de valor por medir actuaciones pasadas y omitir el valor creado por los cambios de expectativas. De hecho, estos índices favorecen cosechar resultados a corto, deteriorando el potencial para crear valor y, por tanto, con quebranto de los resultados de más largo plazo. Hay que tener mucho cuidado en su uso como orientación de la estrategia de la empresa.

La selección de los criterios para evaluar la gestión y la situación de la empresa no debe olvidar que lo importante es gestionar la creación de valor más que tratar de implantar sistemas para medirla, pues, al igual que en cualquier competición deportiva, el marcador establece el ganador, pero no orienta sobre cómo ganar.

Servicios



Altair Directo es un servicio gratuito de consultas que el Grupo de Despachos Asociados a Altair pone a disposición de todas las empresas y profesionales relacionados con el mundo de las finanzas de empresa.

A través de este servicio se nos pueden plantear consultas sobre temas relacionados con las finanzas de empresa, entre los que podríamos destacar los siguientes:

- Presupuestos Económicos y Control Presupuestario.
- Presupuestos de Tesorería.
- Control de Gestión.
- Análisis de Proyectos de Inversión.
- Negociación y Operaciones Bancarias.
- Estrategia Financiera.
- Proyecciones Financieras.
- Diagnóstico Económico Financiero.
- Cash Management.
- Valoración de Empresas.
- Gestión Financiera a Corto Plazo.

Para utilizar este servicio, sólo tiene que acceder a la página web de nuestro despacho matriz:

www.altair-consultores.com.

En esta página atenderemos cualquier pregunta que nos formule relacionada con las finanzas de empresa. Puede remitirnos sus preguntas directamente a través de nuestra página web: www.altair-consultores.com, por e-mail: altair@altair-consultores.com o por fax al número 963 393 671. También se publican aquellas cuestiones que, por considerarlas de interés general, se nos hayan planteado a través de nuestro servicio **ALTAIR DIRECTO**. Le animamos a que participe activamente en ésta, su página, la página del lector.