Informe para empresas · Planificación financiera

La valoración de tu empresa: cuánto vale lo que has construido

Cómo se valora una PYME y por qué conviene saberlo aunque no quieras vender

---

> *"El valor de una empresa no lo decide el comprador. Lo construye el empresario, con decisiones de precio, de estructura y de gestión del riesgo."*

LUANTE

Dirección financiera externa para pymes

Orden financiero | Liquidez | Crecimiento

VALORACIÓN DE EMPRESA · LUANTE

Por qué importa saber cuánto vale tu empresa

La mayoría de los empresarios no saben cuánto vale su empresa hasta que alguien quiere comprarla, entrar como socio o financiarla con capital. Y entonces negocian en desventaja — frente a alguien que sí lo sabe.

Conocer el valor de tu empresa no es solo útil si quieres venderla. Es útil para tomar decisiones de inversión, para negociar con socios, para entender cuánto patrimonio has generado y para aumentarlo de forma deliberada.

Los métodos de valoración más usados en PYMEs

1. **Múltiplos de EBITDA** El método más usado en transacciones de PYMEs. La empresa vale un múltiplo de su EBITDA según el sector, el tamaño y el crecimiento. Simple, comparable y defendible.
2. **Descuento de flujos de caja (DCF)** Proyecta los flujos futuros y los descuenta al presente. Más preciso pero más sensible a los supuestos. Útil cuando hay un plan de negocio sólido que defender.
3. **Valor contable ajustado** Punto de partida mínimo. Los activos netos del balance, ajustados a valor de mercado. No refleja el valor de la marca, los clientes ni el equipo.

Para qué sirve conocer el valor aunque no quieras vender

- Negociar la entrada de un socio desde una posición de información, no de desventaja
- Entender cuánto patrimonio ha generado realmente el esfuerzo empresarial
- Tomar decisiones de inversión sabiendo su impacto en el valor de la empresa
- Preparar la sucesión familiar o la transmisión de participaciones
- Rechazar propuestas de compra oportunistas con datos en la mano

— Preparar la empresa para una posible financiación con capital o una salida futura

Qué aumenta el valor de una empresa

— Recurrencia y predecibilidad de los ingresos: cuanto más estables, mayor múltiplo
— Diversificación de clientes: dependencia alta de un solo cliente penaliza la valoración
— Márgenes crecientes: demuestran pricing power y eficiencia operativa
— Equipo directivo sólido: una empresa que depende únicamente del empresario vale menos
— Deuda ordenada y balance saneado: reduce el riesgo percibido por el comprador
— Crecimiento sostenido con generación de caja: el mejor argumento para un múltiplo alto

El valor de una empresa no lo decide el comprador. Lo construye el empresario.

Conocer ese valor es el primer paso para aumentarlo deliberadamente, en lugar de descubrirlo cuando ya es demasiado tarde para actuar.

Una empresa bien valorada negocia mejor, capta mejor y planifica mejor.