

$$\text{Ratio: Precio-Valor} = \frac{\text{Valor de mercado}}{\text{Valor contable}}$$

Almudena Macías Guillén (almudena.macias@urjc.es)

Oriol Borrás Gené (@OriolTIC)

NOTA INTRODUCTORIA

Este material se enmarca en una experiencia de innovación educativa desarrollada en la asignatura Introducción a la Empresa I del Grado en Administración y Dirección de Empresas. En dicha experiencia, el grupo de estudiantes se dividió en dos subgrupos (experimental y de control). A uno de ellos se le explicó el concepto de ratio precio-valor mediante un recurso digital interactivo elaborado con la herramienta Genially, disponible en este enlace (<https://view.genially.com/5f736cf3b3bb1f0d011a3ffc/presentation-comic-er-empresa-def>), mientras que al otro se le presentó el mismo contenido mediante una explicación tradicional en el aula apoyada en estas diapositivas.

Este diseño permitió comparar los resultados de aprendizaje a través de pruebas pre-test y post-test, lo que dio lugar a conclusiones recogidas posteriormente en un trabajo de investigación.

El presente material corresponde al utilizado como apoyo a la explicación en el aula y se ofrecen aquí como recurso complementario al contenido digital, con el objetivo de reforzar la comprensión del concepto y facilitar su estudio autónomo desde una perspectiva más estructurada.

Ratio precio valor (Price-to-book Ratio)

Las empresas, por diferentes motivos desean conocer el valor de su negocio y si este está creando valor. Los motivos pueden ser porque se desea vender la empresa, buscar financiación para emprender nuevos proyectos, traspasos generacionales en caso de negocios familiares, demostrar a nuestro entorno lo mucho que valemos, ya sean clientes, proveedores, trabajadores u otros grupos, motivos estratégicos, se hace necesario en el mundo empresarial.

Ratio precio valor (Price-to-book Ratio)

Existen múltiples métodos para analizar si la empresa está o no creando valor, el indicador más sencillo y que goza de mayor aceptación en finanzas es el de creación de valor, pues sirve como indicador de partida a otros más completos, que dará una idea aproximada del valor de la compañía. Además, es un método que no se basa en predicciones futuras y eso le da solidez.

Ratio precio valor (Ventaja/inconveniente)

A pesar de ser **muy utilizado y fácil de calcular**, tiene como **desventaja** y es que este ratio valora a la empresa desde el punto de vista estático, pues se fija solo en su patrimonio en un momento determinado y sin tener en cuenta la rentabilidad que esta empresa podría generar. Aunque en teoría el ratio PVC podría comparar empresas con estructuras de financiación similares, en la realidad podrían surgir dificultades, como la valoración de ciertos activos antiguos a coste histórico o el uso de diferentes políticas de amortización, lo que hace que las comparaciones no sean del todo fiables

Ratio precio valor (Cálculo)

Hablamos del ratio de creación de valor denominado ratio precio/valor (PVC). Para calcular dicho indicador de valor, hemos de conocer dos conceptos básicos:

1. Valor de mercado de la empresa:

Si la empresa cotiza en bolsa, se entiende como valor de mercado al valor de sus acciones, es decir, el número de acciones que tiene colocadas en manos de los accionistas, ... multiplicado por el valor de mercado o valor de cotización de cada acción a una fecha concreta. Para poderlo comparar, los analistas financieros suelen tomar el valor de cotización bursátil al cierre del año, aunque esto puede dar lugar a que cambie el valor de la acción en el mercado y ese dato quede anticuado (esta información se puede encontrar en la web de la propia empresa y en la página web de la Comisión nacional del mercado de valores <https://www.cnmv.es/portal/home.aspx>)

Si la empresa no cotiza en bolsa, es más complicado de conocer, pues se trata de reunir información del precio de otras empresas del sector, similares y teniendo en cuenta múltiples factores (como el prestigio, la marca, etc. ...) estimar una valoración.

Ratio precio valor (Cálculo)

2. Valor contable o en libros: Para conocerlo hay que revisar los estados financieros en los libros contables de la empresa y mirar el valor del patrimonio neto (capital + reservas) que se recogen en el balance de la misma.

**Ratio o “indicador de valor” o “Ratio precio-valor” (PVC) =
Valor de mercado de la empresa / Valor de los fondos propios.**

Ratio precio valor

Market to Book Ratio (Fórmula)

$$\text{Ratio Precio-Valor} = \frac{\text{Valor de mercado}}{\text{Valor contable}}$$

Este ratio pone en relación la capitalización del mercado y el valor en libros. También podríamos dividir el precio de la acción entre el valor en libros por acción

$$\text{Market to book Value} = \frac{\text{Market Capitalization}}{\text{Book Value}}$$

$$\text{Market to book Value} = \frac{\text{Price Per Share}}{\text{Book Value Per Share}}$$

Ratio precio valor (Interpretación)

Por lo general, **un ratio bajo** nos indica que la empresa está infravalorada, aunque también podría deberse a que algo malo esté pasando en la empresa, y por tanto habría que ayudarse en la comparativa de otras empresas del sector, así como de otros ratios de valoración. Si el valor de mercado es superior al valor contable, significa que la contabilidad no recoge lo que el mercado está descontando por las expectativas; es decir, la compañía crea valor para los accionistas por tomar decisiones estratégicas acertadas. Cuanto mayor es esta diferencia, mejor es la opinión sobre la gestión y las expectativas existentes sobre esta empresa.

Ratio precio valor (Interpretación)

Para hacer su interpretación más sencilla, diremos que puede tener tres valores:

> 1: La empresa está creando valor. La compañía cotiza a un precio superior a su valor contable.

= 1: Ni crea ni destruye. La compañía cotiza a un precio aproximado a su valor contable.

< 1: La empresa está destruyendo valor. El precio al que cotiza la compañía es inferior a su valor contable. En este caso podríamos estar ante una oportunidad de compra, aunque en muchos casos se debe a un deterioro en el valor real de sus activos no reflejado en la contabilidad.

Ratio precio valor (Ejemplo)

Ejemplo real del cálculo del ratio Precio-Valor Contable: MadriSol

La multinacional Turística madrileña MadriSol, pero el cálculo es igual de simple para cualquier otra empresa. Partimos de los siguientes datos:

- Capitalización bursátil de MadriSol: 66.478 millones
- Fondos propios de MadriSol: 9.246 millones

Dividimos la capitalización entre los fondos propios, y el resultado es:

PVC MadriSol: 7.19 (la empresa está creando valor)