# Valoración de empresas

Según Brugger (2000), los motivos que llevan a valorar una empresa pueden ser internos o externos. Algunos de los motivos internos son por ejemplo, conocer la situación patrimonial de la empresa, evaluar la gestión de los directivos, establecer políticas de dividendos, reestructurar el capital, estudiar la capacidad de endeudamiento, etc. De otro lado los motivos externos están enfocados a demostrar el valor de la empresa ante terceros generalmente en casos de ventas, fusiones y/o escisiones.

 "El tema del valor ha venido siendo fundamental en la Ciencia Económica desde que ésta se diera por inaugurada con Adam Smith y su distinción entre "valor de uso" y "valor de cambio", lo cual otorgaba a los bienes económicos una cualidad intrínseca y otra externa, dependiente de varias voluntades." (Alfonso Galindo Lucas, Valoración de empresas, 2009, pág. 9)

"Es el proceso mediante el cual se busca la cuantificación de los elementos que constituyen el patrimonio de una empresa, su actividad, su potencialidad o cualquier otra característica de la misma susceptible de ser valorada. La medición de estos elementos no es sencilla. Por tanto es importante elegir métodos de valoración fiables." (Miguel Reinoso, Guía de valoración de empresas, 2003, pág.120)

"Valoración de empresas es el proceso de estimación de precios posibles de transferencia de una acción o empresa. Decimos que precios son posibles porque se estiman dentro de un rango de valor. Precios son de transacción por cuanto se realiza una transferencia de dominio tipo compraventa. Valor no es igual a precio; este último refleja el valor acordado o pactado entre comprador y vendedor. Valoración desde perspectiva del comprador: Valor máximo dispuesto a pagar. Valoración desde perspectiva del vendedor: Valor mínimo dispuesto a recibir" (Fernando Romero, Valoración de empresas, 2000, pág.10)