



## **Análisis crítico de los métodos de valoración de empresas: aplicado al sector de productos de consumo frecuente en México**

García-Garza, María Guadalupe<sup>1</sup>; Ponce-González, Margarita Amada<sup>2</sup> & Dávila-Garza, Raul<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría Pública y Administración  
Monterrey, Nuevo León, México, [guadalupe.garciag@uanl.mx](mailto:guadalupe.garciag@uanl.mx), Av. Universidad S/N Col. Ciudad Universitaria,  
(+52) 81-20-02-92-95

<sup>2</sup>Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría Pública y Administración  
Monterrey, Nuevo León, México, [margarita.poncego@uanl.mx](mailto:margarita.poncego@uanl.mx), Av. Universidad S/N Col. Ciudad Universitaria,  
(+52) 81-10-69-31-53

<sup>3</sup>Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría Pública y Administración  
Monterrey, Nuevo León, México, [raul.davilag@uanl.mx](mailto:raul.davilag@uanl.mx), Av. Universidad S/N Col. Ciudad Universitaria, (+52) 81-86-02-85-89

---

*Información del artículo arbitrado e indexado en Latindex:*

*Fecha de envío: 24 abril de 2017*

*Fecha de revisión: 09 mayo de 2017*

*Fecha de endoso: 13 mayo de 2017*

*Fecha de aceptación: 11 mayo de 2017*

*Fecha de publicación en línea: 1 julio de 2017*

---

### **Resumen**

En el presente proyecto de investigación se estableció mediante la descripción y análisis los métodos de valoración de empresas, los cuales nos ayudan a conocer el escenario financiero de una empresa, el objetivo del proyecto de investigación fue analizar cuál es el método de valuación más utilizado y su beneficio para la toma de decisiones de la alta dirección o del analista financiero, buscando la eficiencia y buen funcionamiento de la empresa y su entorno social. Este análisis ayudará al analista financiero o directivos de la empresa mediante un proceso de selección, relación y evaluación, de la información financiera; para diseñar estrategias acertadas que favorezca la eficiencia de la organización. El problema surge de la inquietud de los analistas financieros por hacer un diagnóstico confiable de las condiciones financieras y económicas actuales y futuras de la empresa, al no saber cuáles métodos emplear. La investigación se realizó mediante un estudio teórico obteniendo información literaria de diversos autores y un análisis crítico de los estados financieros de las cuatro principales empresas de productos de consumo frecuente en México, a través de la aplicación de los métodos de valoración de empresas para conocer cual presentaba mayor rentabilidad y estabilidad económica. Este análisis nos dio la conclusión de que Wal-Mart de México, es una empresa que presente mayor rentabilidad, mejor consolidación financiera y cobertura nacional en el sector de productos de consumo frecuente, mantenido un crecimiento económico sostenible.

### **Abstract**

In the present research project we established through the description and analysis the methods of valuation of companies, which help us to know the financial scenario of a company, the objective of the research project was to analyze which is the most used valuation method and its benefit to the decision making of the senior management or the financial analyst, looking for the efficiency and good functioning of the company and its social environment. This analysis will help the financial analyst or company executives through a process of selection, relationship and evaluation of the financial information; To design successful strategies that favor the efficiency of the organization. The problem arises from the concern of financial analysts to make a reliable diagnosis of the current and future financial and economic conditions of the company, not knowing what methods to use. The investigation was carried out by means of a theoretical study obtaining literary information of diverse authors and a critical analysis of the financial statements of the four main companies of products of frequent consumption in Mexico, through the application of the methods of valuation of companies to know which Greater profitability and economic stability. This analysis gave us the conclusion that Wal-Mart de México is a company that presents greater profitability, better financial consolidation and national coverage in the sector of products of frequent consumption, maintained a sustainable economic growth.

Palabras Clave: Métodos de valoración, toma de decisiones, analista financiero, empresa, rentabilidad.

Keywords: Valuation methods, decision-making, financial analyst, company, profitability.

3.1 En este proyecto se investigó la relevancia de los métodos de valoración de empresas, principalmente conocerlos y el beneficio en la toma de decisiones, para los administradores financieros, en la tabla 1 (Fernández, 2016), se describen los 6 principales métodos.

## 1. Introducción

La valoración de las empresas es de gran interés para los directivos, accionistas y dueños de negocios, desarrollar una estrategia empresarial competitiva, es el fin de las empresas enfocadas al objetivo principal que es maximizar la riqueza de los dueños: los accionistas. La valoración de empresas es una rama dentro de la administración financiera que utiliza herramientas analíticas, aspectos financieros, estratégicos para proporcionar un dictamen para la toma de decisiones tales como financiamiento a largo o corto plazo, expansión y rentabilidad.

En el presente proyecto de investigación se aborda los principales métodos de valoración de empresas que son utilizados: a) método de cuentas de balance, b) cuentas de resultados, c) mixtos, d) descuentos de flujos, e) creación de valor, f) opciones y g) razones financieras. Estos son usados para diferentes propósitos mencionando algunos; para comprar o vender la empresa, comenzar a cotizar en la bolsa de valores, para cálculo financieros en herencias y testamentos, sistemas de remuneración basados en creación de valor, toma de decisiones estratégicas sobre la continuidad de la empresa, planificación estratégica y procesos de arbitraje y pleitos, para pedir financiamiento. (Fernández, 2016).

En el 2009 Rojo, refiere que la gestión financiera se caracteriza por evaluar financieramente los resultados de la toma de decisiones, siempre y cuando adoptemos como objetivo último de la empresa la creación de valor, entendiendo que la creación de valor es la modificación de valor de la empresa (incremento/decremento), que tiene lugar como consecuencia de las decisiones (acertadas/desacertadas) que se llevan a cabo en ella.

Los diferentes métodos utilizados para elaborar valuaciones son aplicables a empresas con más tiempo en el mercado, que tienen información financiera histórica. Pero para empresas en etapa temprana de financiación o emprendimientos, se requiere utilizar otro tipo de métodos menos dependientes de información histórica, para esto se ajustan más a las condiciones y características de una empresa en etapa de inicio con el fin de cerrar la brecha del valor estimado entre un inversionista y el empresario. (Moscoso, 2013)

El objetivo de este proyecto es conocer cuáles son los métodos más utilizados y cuales tienen mayor impacto en la toma de decisiones de los directivos. Entre los métodos que se utilizaron en el análisis crítico de las cuatro empresas del sector de consumo de productos frecuentes (Wal-Mart de México, Soriana, Chedraui y Grupo Gigante), se encuentran: de cuentas de balance, cuentas de resultados, creación de valor, análisis de flujos de efectivo y razones financieras, los cuales indicaron que empresa muestra una mejor estabilidad financiera.

## 2. Marco teórico

Tabla 1  
 Principales métodos de valoración de empresas

Balance	Cuenta de resultados	Mixtos (Goodwill)	Descuentos de flujos	Reacción de Valor	Opciones
Valor contable	Múltiplos de:	Clásico	Lujo para la deuda	VA	Lack y Scholes
Valor contable Ajustado	Eneficios: PER	Mezcla de expertos	Lujo para acciones	Eneficio económico	Mezcla de invertir
Valor de Liquidación	Entas	Contables europeos	Dividendos	Cash value added	Ampliar el proyecto
Valor sustancial	BITDA	Enta abreviada	PV	FROI	Plazar la inversión
Activo real neto	Múltiplos	Múltiplos	Free cash flow		Métodos alternativos

1. **Método de balance**, está fundamentado en el valor de la empresa, a través de su patrimonio, activos, valor contable del balance, no tomando en consideración factores como: situación del sector, complicaciones en el área de recursos humanos, contingencias en la organización que no son reflejados en los estados financieros. Ente ellos está el valor contable, también llamado valor en libros, patrimonio neto o fondos propios de la empresa; el valor de liquidación se calcula tomando el patrimonio de la empresa menos sus deudas y los gastos de liquidación.
2. **Métodos basados en la cuenta de resultados (múltiplos)**, se basa en información proveniente del estado de resultados, como pueden ser las ventas, utilidades o gastos; donde se busca determinar el valor de la empresa. Entre estos métodos se encuentra el EBITDA (earnings before interest, taxes, depreciation and amortization / Ganancias antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización), el cual es un indicador financiero donde la principal utilidad es que nos muestra los resultados sin considerar los aspectos financieros e impuestos, los cuales son analizados por separado.

3. **Métodos mixtos, (goodwil)**, es el valor de los activos reflejados en el balance de la empresa más su valor intangible (goodwill, es lo que no se puede tocar, como el prestigio de la marca), el cual en ocasiones es difícil de calcular su valor, aun así se ve reflejado en los estados financieros; es calculo entre los valores contables y financieros de la empresa.
4. **Métodos basados en el descuento de flujos (cash flows)**, este método está definido como conceptualmente correcto debido a que debe determinar el valor de la empresa a través de la estimación de los flujos de dinero (cash flows) que se generará en el futuro, para luego descontarlos de una rentabilidad, siempre observando el riesgo de dichos flujos. Hay que determinar una tasa de descuento, que va en función del riesgo, volatilidades históricas, etc.
5. **Métodos basados en la creación de valor**, según Moscoso (2013, p.251), los métodos de este grupo permiten calcular y evaluar la utilidad generada por la empresa, tomando en cuenta el riesgo operativo y de mercado, aquí depende del tipo de valoración elegida, que puede ser de tres opciones de gestión: dirección estratégica, gestión financiera y gestión humana. La creación de valor en una empresa concierne a variados grupos de interés (por ejemplo, dueños de la empresa, inversionistas, proveedores, clientes, empleados y el gobierno), buscando herramientas que permitan cuantificar y valorar sus acciones al obtener un máximo rendimiento con un nivel de riesgo aceptable, estos son los métodos de valoración que miden la generación de valor de la empresa para sus accionistas o inversionistas.
6. **Método de opciones**, la definición de las opciones financieras, nos dice que es un contrato que da a su propietario el derecho (pero no la obligación) de comprar o vender un activo a un precio fijo en cierta fecha futura. Una opción de compra real es similar a una opción de compra financiera, porque ambos implican un derecho, mas no una obligación, y se pueden ajustar a los seis elementos que influyen en las opciones financieras como son: la tasa de interés libre de riesgo, el tiempo al vencimiento, la volatilidad del precio de la acción, los dividendos esperados durante la vida de la opción, el precio actual de la acción y de ejercicio.

### 3.2 Otros métodos: Razones financieras

El análisis de las razones financieras es principalmente utilizado por tres partes interesadas que son: a) los administradores, que las estudian para ayudar a analizar, controlar y mejorar las operaciones de la empresa; b) los analistas de crédito, son los funcionarios de préstamos bancarios o los analistas de evaluaciones de bonos, quienes analizan las razones financieras de las empresas para investigar la capacidad para pagar sus deudas; c) los analistas de valores, que incluyen a los analistas de acciones, interesados en la eficiencia de una empresa y sus posibilidades de crecimiento, como a los analistas de los bonos interesados en la capacidad de la compañía de pagar los intereses de sus bonos, así como el

valor de liquidación de los activos en caso de que empresa entre en un proceso de quiebra. (Gitman, 2014)

En la tabla 2 se muestran las principales razones financieras que se encuentran divididas en cinco categorías básicas: razones de liquidez, administración de activos, de deuda, rentabilidad y de mercado. Las de liquidez, activos y deuda, miden principalmente el riesgo. Las razones de rentabilidad miden el rendimiento de la empresa y las razones de mercado determinan tanto el riesgo como el rendimiento. (Besley, 2002)

Tabla 2  
 Principales razones financieras para análisis de estados financieros

Principales Razones Financieras	Liquidez	Circulante Prueba del ácido
	Administración de activos	Rotación de inventario Días de ventas pendientes de cobro Rotación de activos fijos Rotación de activos totales Razón de cobertura de cargos fijos
	Administración de deuda	Razón de endeudamiento Rotación del interés ganado
	Rentabilidad	Margen neto de utilidad sobre ventas Rendimiento de activos totales (RAT) Rendimiento del capital contable (RCC)
	Valor de mercado	Razón de precio / utilidad ( P/U ) Razón valor de mercado / valor en libros (M/L)
	Ecuación de DuPont	Muestra de que manera interactúan entre si el margen de utilidad sobre ventas y la razón de rotación de rotación de los activos, para determinar la tasa de rendimiento del capital contable

Fuente: Elaboración propia con información de (Besley, 2002) y (Gitman, 2014)

### 3.3 Ventajas en el uso de las razones financieras (Block, 2005)

- a) Muestra la situación financiera de la empresa actualmente y puede ser cotejada con periodos anteriores.
- b) Permiten al analista realizar comparaciones del desempeño de la empresa con otras empresas dentro de la industria. (Benchmarking)
- c) Identifica las relaciones que existen en las cuentas de los estados financieros dentro de la empresa.
- d) La división de estas razones en 5 bloques, permite tener una mejor perspectiva de la empresa en cada una de ella, a través de la interpretación por bloques de liquidez, deuda, rentabilidad, etc.

### 3.4 Desventajas en el uso de las razones financieras (Gitman, 2014)

- e) Una sola razón financiera no ofrece suficiente información para evaluar el desempeño general de la empresa.
- f) Al comparar razones financieras, deben de ser de estados financieros del mismo periodo del año, de no ser así, pueden generar conclusiones y decisiones erróneas.
- g) Es mejor utilizar estados financieros auditados para realizar el análisis de las razones financieras, los datos son más confiables.
- h) La inflación podría distorsionar los resultados, podría ser que el valor en libros del inventario y los activos depreciables difieran de los valores de reemplazo.
- i) La existencia de prácticas contables distintas puede distorsionar las comparaciones, en el caso de valuación de inventarios y de depreciación.
- j) Hay bancos y organizaciones dedicadas a otorgar préstamos que utilizan procedimientos estadísticos para analizar las razones financieras de las empresas.

### 3.5 Descripción de las cuatro empresas del sector de productos de consumo frecuente

A continuación se describe brevemente la historia de las cuatro empresas, dentro del subramo de supermercados e hipermercados, que se analizaron:

- a) Grupo Comercial Chedraui, SAB de CV; tiene su origen en la ciudad de Xalapa, Veracruz en 1920, era dirigido y administrado por sus fundadores, Sr. Lázaro Chedraui Chaya y Doña Anita Caram de Chedraui, al 31 de diciembre del 2015, cuentan con 224 sucursales en México, de las cuales 168 son tiendas Chedraui y 56 super chedraui. En los Estados Unidos tienen presencia en los Estados de California, Nevada y Arizona, operando una red de 54 supermercados bajo la marca El Súper. Su política comercial es ofrecer los precios mas bajos del mercado. (Grupo Comercial Chedraui, 2015, Inversionistas Información Financiera, <http://www.grupochedraui.com.mx>).
- b) Grupo Gigante, SAB de CV; inaugura su primera tienda el 28 de noviembre de 1962, en la Ciudad de México, en 1991 inaugura su tienda numero100, en julio de ese año, Gigante ingresa a la Bolsa Mexicana de Valores, en 1999 abrió su primera tienda en los Estados Unidos llegando al mercado latino. En el 2007, 205 tiendas pasan a formar parte de Tiendas Soriana SAB de CV. El Consejo de Administración aprueba la desinversión en el negocio de autoservicios, a través de esta transacción. Dicha operación incluyó la protección y conservación de los empleos de más de 24,000 colaboradores de dichas tiendas y centros de distribución. Se inicia una nueva etapa de consolidación, crecimiento e inversión para este Grupo en México. Alguna de las empresas que integran grupo gigante son: Office Depot, Prisa Depot, RadioShack, Toks, California Restaurantes,

Petco,etc. (Grupo Gigante, 2015, Inversionistas, Informes Anuales, <http://www.grupogigante.com.mx>).

- c) Organización Soriana SAB de CV ; es una empresa mexicana líder del sector comercial del país; inician operaciones desde el año de 1968 en la ciudad de Torreón, Coahuila. Cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores desde 1987, la compañía opera 827 tiendas de autoservicio y clubes “City Club”. Comercializan líneas de alimentos, ropa, mercancías generales, productos para la salud y servicios básicos. Actualmente tiene presencia 277 municipios a lo largo de los 32 estados de México, cuenta con una red logística en 17 Centros de Distribución ubicados estratégicamente en 8 estados del país. Al 2016, su fuerza laboral es de 103,000 colaboradores. (Organización Soriana, 2015, Inversionistas, Principales reportes, <http://www.sorianadomicilio.com>).
- d) Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V.,es una sociedad mexicana con domicilio fiscal en la ciudad de México, su accionista mayoritario es Wal-Mart Stores, Inc., sociedad norteamericana a traves de Intersalt, S. de R.L. de C.V., sociedad mexicana con una participacion accionaria del 70.51%, inaugura su primera tienda aurrera en 1958 en la ciudad de mexico, a marzo del 2017, opera en mexico y centro america con una estructura de mutiformato para atender a consumidores de los diferentes segmentos socioeconomicos, entre los cuales se encuentran Bodega aurrera, Wal-Mart, Sams Club, Superama, etc, opera 3,028 unidades de tiendas, en 610 ciudades, en 6 paises y con 228,854 asociados o trabajadores. (Wal-Mart de México, 2015, Relación con Inversionistas, Información financiera, <http://www.walmex.mx>).

### 3.6 Métodos de valoración utilizados en el análisis crítico de las empresas del sector de productos frecuentes.

Se realizo una busqueda de los estados fianncieros ( Estado de Situación Financiera, Estado de Resultados, Estado de Cambios en el Capital Contable y Estado de Flujos de Efectivo), de las empresas Grupo Comercial Chedraui, Grupo Gigante, Organización Soriana y Wal-Mart de México, del periodo 2015, publicados respectivamente en las páginas de internet de cada una y en base a estos estados fianncieros se obtuvieron las cifras que fueron uilizadas en los métodos de valoración de empresas.

De los métodos anteriormente descritos se utilizaron los siguientes: cuentas de balance, cuentas de resultados, creación de valor, analisis de flujos de efectivo y razones financieras para la valuación de las cuatro empresas.

### Resultados

#### 4.1 Análisis de las empresas de consumo de productos frecuente

Se estudiaron los estados financieros de las empresas del período 2015 de las empresas: Grupo Comercial Chedraui, Grupo Gigante, Organización Soriana y Wal-Mart de México, entre los resultados más sobresalientes se encuentran los siguientes:

Entre el método de resultados se encuentra el precio-beneficio o PER (del inglés, price-to-earnings ratio o P/E ratio, es la relación entre el precio y los beneficios o utilidades) es una razón que indica cuantas veces se está pagando la utilidad por acción, al comprar una acción de esta empresa, se calcula dividiendo el precio de la acción entre la utilidad por acción (ver figura 1).

Del método creación de valor, es el EVA (del inglés Economic Value Added) que traducido en español es el valor económico añadido, es un método que cuantifica la creación de valor que se ha producido en una empresa durante un periodo de tiempo. Se calcula de la utilidad operativa después de impuestos menos el costo promedio ponderado de capital este último multiplicado por el capital invertido (activos y pasivos operativos sin costos financieros (ver Figura 2).

En la Figura 3, nos muestra el costo promedio ponderado del costo de capital (por sus siglas en inglés WACC Weighted average capital cost), es el promedio ponderado del costo de la deuda y de la rentabilidad exigida por los accionistas. Dentro del método de flujos de efectivo descontados.

Dentro de los métodos de razones financieras se encuentra el de liquidez, donde se evalúa la prueba de ácido, razón que mide la capacidad que tiene la empresa para liquidar las obligaciones a corto plazo, en la Figura 4, nos muestra los resultados. El Periodo Promedio de Pago nos indica el número de días que aplazan las empresas el pago a los proveedores, es decir es el tiempo en el que la empresa se está financiando a través de los proveedores, conocido como financiamiento puro, su cálculo es dividir las cuentas por pagar entre el promedio de compras diarias, ver figura 5. El periodo promedio de cobro, nos indica el número de días que los clientes difieren su pago, es decir es el tiempo en el que la empresa los está financiando. El cálculo es dividir las cuentas por cobrar entre el promedio de las ventas por día, ver figura 6.

Entre las razones financieras estan las de rentabilidad, aquí mostraremos dos: ROE mide la rentabilidad financiera de la empresa (ROE por sus siglas en inglés, Return on equity), en base al capital invertido de la empresa y se calcula dividiendo la utilidad antes de impuestos entre el capital de la empresa y se expresa en porcentaje, (Figura 7). Y ROA, mide la rentabilidad financiera de la empresa (ROA por sus siglas en inglés, Return on Assets), tomando el activo de la empresa y se calcula dividiendo la utilidad antes de impuestos entre el activo de la empresa y se expresa en porcentaje, en el caso del análisis Figura 8.

En la Figura 9, se muestra la utilidad por acción, la cual es importante ya que nos muestra el rendimiento de la acción en un periodo determinado, se calcula dividiendo la utilidad entre el número de acciones en circulación.

Por último en la Figura 10, el método de flujo de fondos descontados (DCF por su siglas en inglés Discounted cash flow) es utilizado para valorar un proyecto o a una empresa entera. Los métodos de DCF determinan el valor presente de los flujos de efectivo futuros descontándolos a una tasa que muestra el costo de capital. El método muestra dos grandes inconvenientes: 1) Cual es el pronóstico de los flujos esperados en un futuro y 2) Conocer cuál es el costo de capital adecuado de la empresa. Los resultados de este método son susceptibles a las estimaciones realizadas para obtener estas dos variables. (Gitman, 2016); (Fernández, 2016); (Besley, 2000).

#### 4.2 Resultados gráficos de los métodos de valoración utilizados en las empresas de consumo de productos frecuente (Grupo Comercial Chedraui, Grupo Gigante, Organización Soriana y Wal-Mart de México).

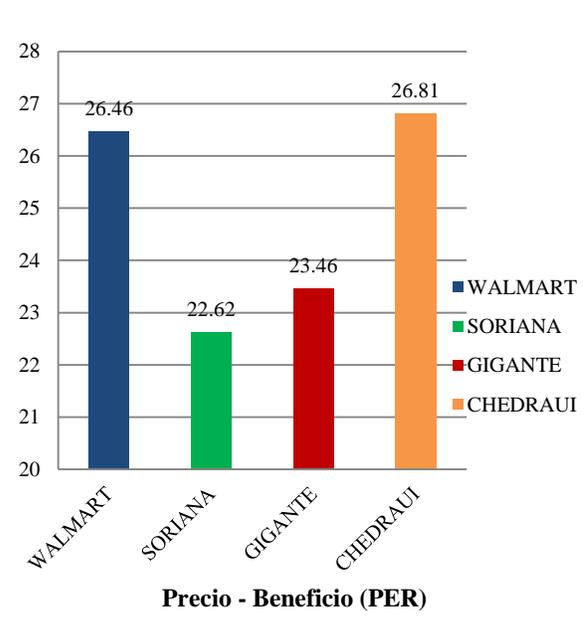
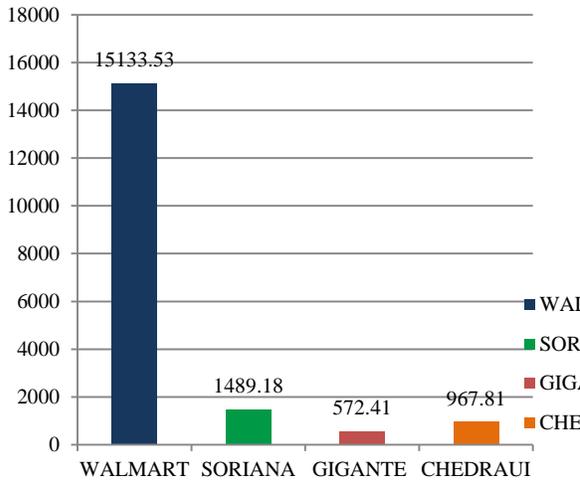
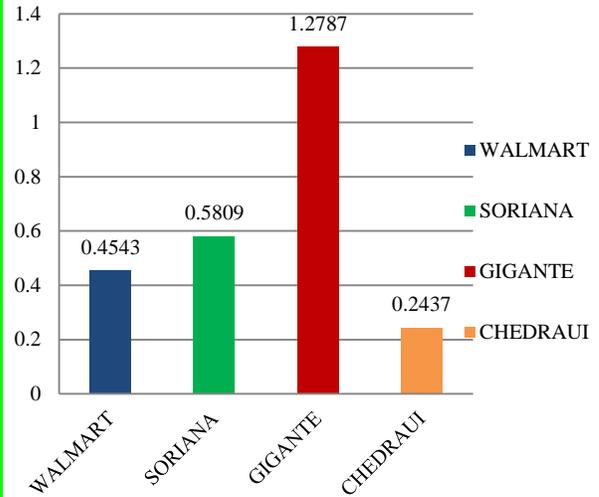


Figura 1. Medida del precio-beneficio o PER, de las cuatro empresas.



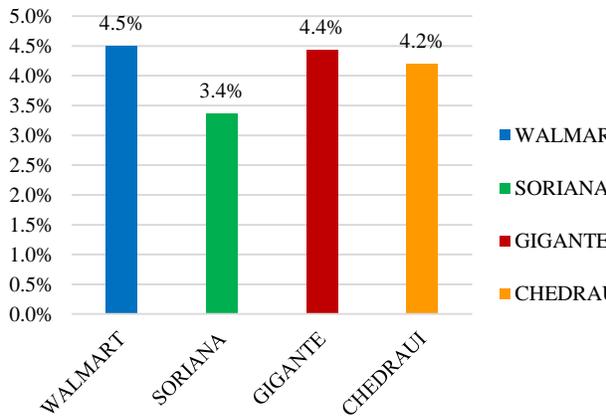
**VALOR ECONÓMICO AÑADIDO (EVA)**



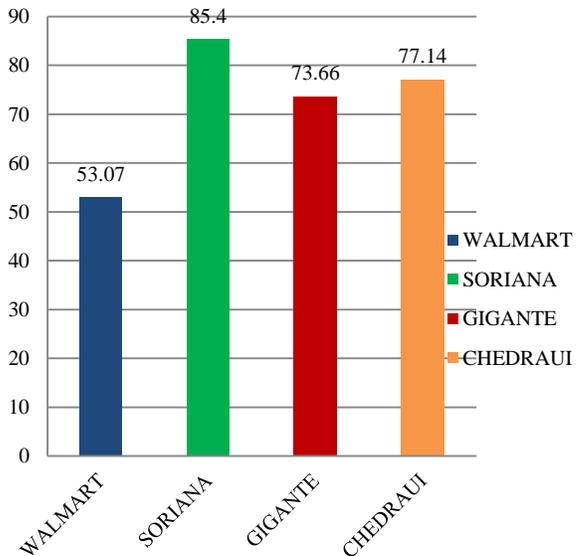
**Razón Financiera: Prueba de ácido**

Figura 2. Método del EVA, de las cuatro empresas de consumo frecuente

Figura 4. Razón Financiera en la medición de liquidez es la prueba del ácido



**COSTO PROMEDIO PONDERADO DEL COSTO DE CAPITAL (WACC)**



**Periodo Promedio de Pago**

Figura 3. Gráfica del Costo promedio ponderado del costo de capital, de las empresas de consumo

Figura 5. El Periodo Promedio de Pago de las cuatro empresas de consumo

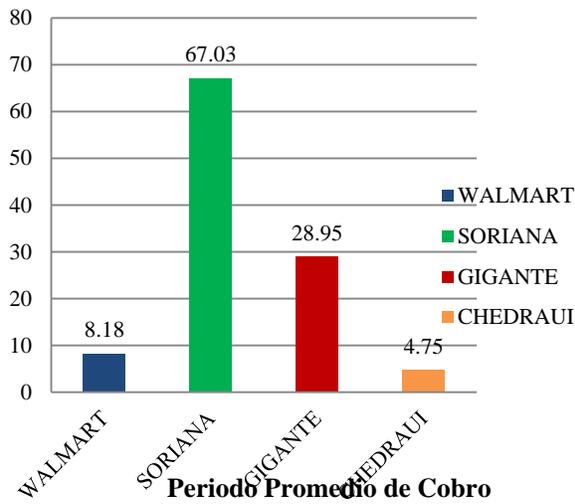


Figura 6. El periodo promedio de cobro de las cuatro empresas de consumo

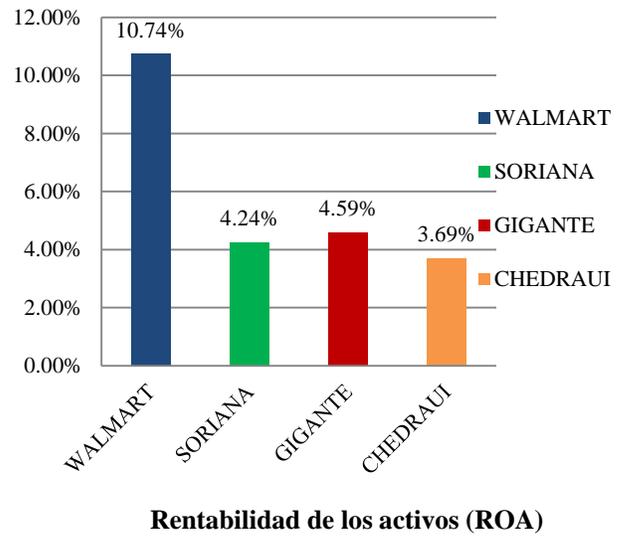


Figura 8. Medida de rentabilidad financiera en relación al activo de las empresas

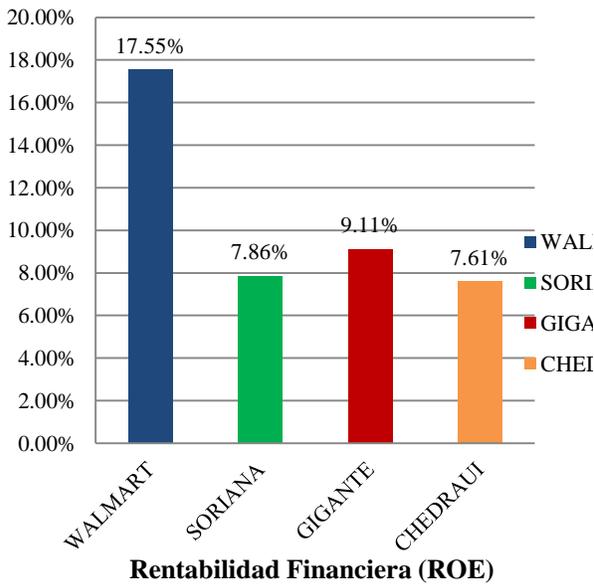


Figura 7. Medida de rentabilidad financiera en relación al capital invertido de las cuatro empresas

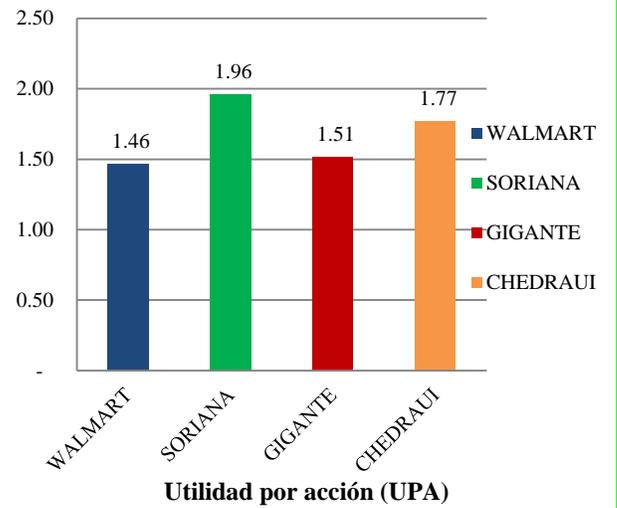


Figura 9. Medida de la utilidad por acción

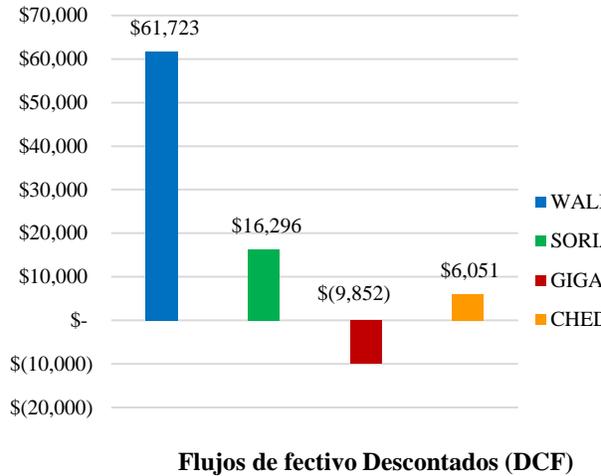


Figura 10. Método de flujo de fondos descontados  
**3. Metodología**

En la elaboración del presente proyecto de investigación, se busca documentar la relevancia de los métodos de valoración de las empresas. La metodología utilizada, es de análisis mixto, examinando a diversos autores que detallan, describen y exponen estos métodos y también elaborando el análisis de los estados financieros de las principales empresas del sector de productos de consumo frecuente, subramo de Supermercados e Hipermercados, aplicando estos métodos e instrumentos para procesar las cifras de las empresas de un periodo determinado y poder emitir una conclusión, sobre el desempeño financiero de las empresas.

#### 4. Conclusiones

El proyecto de investigación muestra los siguientes resultados, al contestar la pregunta cuales son los métodos de valoración de empresas más utilizados y cuales tienen mayor impacto en la toma de decisiones, señalamos que la mayoría de estos métodos se basa en información financiera histórica de las empresas, pero en el caso de los métodos de flujos de efectivo

descontados se basan en la obtención de flujos en un futuro, esto es importante por lo tanto es considerado el más favorable para la toma de decisiones a futuro, más sin embargo el tener dos variables que pueden ser manipuladas, nos da un método poco confiable.

Se concluye que es difícil mencionar solo uno o dos métodos para la valoración de empresas, que sean los más utilizados, ya que implican factores como: quienes serán los usuarios finales, si estos usuarios tienen la capacidad de comprender los indicadores y que uso le dará a los mismos. Por eso es necesario la conjugación de los 7 métodos o de otros métodos financieros, que ayuden en la correcta toma de decisiones de la alta dirección o del analista financiero, sin embargo podemos mencionar en el caso de la rentabilidad del capital y del activo de la empresa, son dos razones que son cotejadas por la mayoría de los directivos, ya que representa los beneficios obtenidos de los recursos invertidos.

En el análisis de las cuatro empresas del sector de productos de consumo frecuente en México, los resultados muestran que la empresa Wal-Mart de México, es la que opera con mayor rentabilidad, se encuentra muy bien consolidada en el sector de consumo frecuente, siendo la empresa líder con mayor cobertura a nivel nacional, se mantiene con un crecimiento económico sostenible; por el contrario se encuentra Grupo Comercial Chedraui, con la menor rentabilidad, ya que cuenta con menos sucursales y opera como empresa más regional que nacional.

Existen otros indicadores que ayudan en la información financiera de la empresa, de acuerdo al sector de la misma, en el caso de las empresas de productos de consumo, miden el número de tiendas o sucursales abiertas y cuantos clientes son atendidos al año.

Es necesario el conocimiento y juicio del analista financiero o de la alta dirección de la empresa, para mostrar una correlación de resultados de los distintos métodos de valoración, para tener una visión general de la empresa y tomar decisiones convenientes para el buen funcionamiento de la misma, encaminada a la obtención de utilidades y la responsabilidad social de la empresa.

## 5. Bibliografía

- Arriaza, S. (2015). Aplicación de Metodología para la Valorización de Empresas con Presencia Bursátil: caso práctico "Aes Gener SA". *Revista Chilena de Economía y Sociedad*, 9(2).
- Besley, S., Brigham, E. (2000). Fundamentos de Administración Financiera 10ª edición. México: McGraw-Hill Interamericana Editores SA de CV.
- Block, S., Hirt, G. (2005). Administración Financiera. México: McGraw-Hill Interamericana Editores SA de CV.
- Consejo Técnico Pedagógico de Fernández (2000). Diccionario Academia Sinónimos y Antónimos. México: Fernández Editores SA de CV.
- Fernández, P. (2016). Valoración de empresas y sensatez 5ª edición. Madrid: IESE. Universidad de Navarra.
- Gitman, L., Zutter, Ch. (2016). Principios de Administración Financiera 14ª edición. México: Pearson Educación de México SA de CV.
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2010). Metodología de la Investigación 5ª edición. México: McGraw-Hill Interamericana Editores SA de CV.
- Hull, J. (2002). Introducción a los Mercados de Futuros y Opciones. Madrid: Pearson Educación SA.
- Maquieira, C., & Willatt, C. (2006). Metodología de valoración de nuevas empresas (MVNE). *Estudios de Administración*, 13(2), 1-23.
- Mileti, M., Berri, A. M., & Fanucci, G. (2004). El valor empresa y la contabilidad. *Novenas Jornadas "Investigaciones en la Facultad" de Ciencias Económicas y Estadística*.
- Moscoso, J., Botero, S. Métodos de Valoración de Nuevos Emprendimientos. 2013, vol.16, n.33, pp.237-264. ISSN 0120-6346.
- Noussan, G. (2012). ¿Cuánto vale mi empresa? (Spanish). *IEEM Revista De Negocios*, 26-33.
- Ochoa, G, Saldívar, R. (2012) Administración Financiera 3ª edición. México. McGraw-Hill Interamericana Editores SA de CV.
- Terra, M. (2008). Valoración de empresas: una revisión de los métodos actuales. *Documento de trabajo N° 41*.
- (2017). Grupo Comercial Chedraui, SAB de CV. Consultado en abril, 15, 2017 en <http://www.grupochedraui.com.mx>.
- (2017). Grupo Gigante, SAB de CV. Consultado en abril, 15, 2017 en <http://www.grupogigante.com.mx>.
- (2017). Organización Soriana SAB de CV. Consultado en abril, 15, 2017 en <http://www.sorianadomicilio.com>.
- (2017). Wal-Mart de México, SAB de CV. Consultado en abril, 15, 2017 en <http://www.walmex.mx>.