TEMA

1. Breve descripción del tema

 El Banco General Rumiñahui por temas estratégicos necesita definir el valor de la empresa en el año 2017, por lo que es necesario valorizarlo por varias metodologías para usar el resultado promedio de estas.

2.1 Breve descripción del tema o problema, requiere: 1) selección, 2) delimitación y 3) problematización.

* + 1. Selección del tema

Valorización Financiera de Banco General Rumiñahui Año 2017

* + 1. Delimitación del tema

Metodología de la Valorización Financiera de Banco General Rumiñahui Año 2017

1.1.2 Aplicación del Plan estratégico institucional de la DAC

* + 1. Problematización del tema

¿Cuál es el valor financiero de Banco General Rumiñahui con la aplicación de dos métodos distintitos en el año 2017?

Sujeto: Banco General Rumiñahui S.A.

Objeto: Valorización de la Empresa año 2017

Tiempo: Presente

Espacio: Quito (Ecuador)

* + 1. Objetivo

Objetivo: Establecer el valor financiero de Banco General Rumiñahui en el año 2017

* + 1. Objetivos específicos

Determinar el valor de Banco General Rumiñahui con del método de valoración de balance y el valor con el método descuento de flujos de efectivo.

Establecer las diferencias cualitativas del método de valoración de balance y descuento de flujos de efectivo.

Identificar la facilidad o dificultad de la calidad de la información financiera de los balances para la aplicación de las dos valorizaciones.

* + 1. Identificación de la literatura académica

 En un mundo globalizado y de velocidades inimaginables, constantemente se cierran grandes negocios como: compra y venta de empresas cuantificadas en millones de dólares, tan solo con dar un clic o cerrar la negociación telefónicamente. Pero antes de cerrar esas negociones como saber cuánto pagar?

Todos los autores que hablan sobre la valorización de empresas, parten de una arista esencial que es el cuestionamiento básico a uno mismo. El por qué quisiéramos valorar una empresa, pero sobre todo si el proceso que se está siguiendo es lógico y va acorde a nuestras necesidades.

Partiendo de esto me permito citar textualmente las al analista Fernández[[1]](#footnote-1) “la valoración de una empresa es un ejercicio de sentido común que requiere unos pocos conocimientos técnicos y mejora con la experiencia”.

Se debe diferenciar dos conceptos universalmente conocidos que son el precio de una empresa y el valor de una empresa. Pues como lo menciona el Dr. Martinez “la diferencia distintiva entre ambos es la certeza: el valor es un posibilidad, mientras que el precio es una realidad.[[2]](#footnote-2)

Pues el precio podrá ser determinado tal vez por la cantidad de activos de la empresa, ya que determinar el precio de la maquinaria, escritorios, muebles entre otras cosas no es complicado pues existe todo un mercado de bienes homogéneo donde se compara el precio. Pero el valor nace de motivaciones, de expectativas es decir de cosas no concretas.

Entre las motivaciones podemos citar las del investigador Fernández (2008): herencias y testamentos, decisiones estratégicas sobre la continuidad del negocio, procesos de arbitraje y pleitos, sistemas de remuneración basados en la creación de valor, el deseo de cotizar en bolsa. Como podemos ver existen un millar de razones por querer valorar una empresa.

De ahí el porque es necesario realizará el estudio de los diferentes métodos de valorización. Pues existe una correlación directa entre la motivación y el método a utilizarse en la valorización.

* + 1. Justificación de la pertinencia y/o relevancia del problema

En un mundo globalizado y de velocidades inimaginables, constantemente se cierran grandes negocios como: compra y venta de empresas tan solo con dar un clic o cerrar la negociación telefónicamente.

Para que estas operaciones se den es primordial conocer el valor de dichas empresas. El valor de una empresa puede darse conocer no únicamente por el deseo de comprar o venderla. Puede también ser por una planificación estratégica o tal vez porque se desea cotizar las acciones de una empresa en la bolsa de valores. De ahí que este estudio esta dirigido para la empresa Banco General Rumiñahui

1. Acopio y procesamiento de la información

Fernández Pablo, *Métodos de Valorización de Empresas,* IESE Business School.

Universidad de Navarra . Noviembre 2008*.* <http://aempresarial.com/asesor/adjuntos/metodos_de_valorizacion_de_empresas.pdf>

 Martínez Valls, *Métodos clásicos de valorización de empresas*. Vol.7. N 3.

2001.https://Dialnet-MetodosClasicosDeValoracionDeEmpresas-206169%20(1).pdf

Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador. Junio 2018. http://oidprd.sbs.gob.ec/practg/p\_index

1. propuesta de contenido

Capítulo 1

El Tema:

Breve descripción del problema

Pregunta central, objetivo; objetivos específicos

Identificación de la literatura relevante

Justificación

Capítulo 2

Antecedentes

Capítulo 3

Métodos de valoración de empresas:

Valoración de una empresa por el método patrimonial

Métodos basados en el descuento de flujos de fondos

Método de valor vitalicio del cliente

Capítulo 3

Aplicación de metodologías:

Cálculo del valor financiero de Banco General Rumiñahui por el método patrimonial

Cálculo del valor financiero de Banco General Rumiñahui por el método basado en el descuento de flujos de fondos

Cálculo del valor financiero de Banco General Rumiñahui por el método de valor vitalicio del cliente

Capítulo 4

Conclusiones

1. Cronograma

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ACTIVIDAD** | **JULIO**  | **AGOSTO** | **SEPTIEMBRE** |
| **Semanas** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** |
| Revisión Bibliográfica |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Análisis Bibliográfico |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Redacción del trabajo académico |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Revisión final |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Entrega  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ACTIVIDAD** | **Primer mes** | **Segundo mes** | **Tercer mes** |
| **Semanas** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** |
| Fase de preparación |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Fase prerredaccional |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Fase de construcción |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Fase de ajuste |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Entrega  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |

1. Pablo Fernández, *Métodos de Valorización de Empresas,* IESE Business SchoolUniversidad de Navarra . Noviembre 2008*.* http://aempresarial.com/asesor/adjuntos/metodos\_de\_valorizacion\_de\_empresas.pdf [↑](#footnote-ref-1)
2. Valls Martínez, *Métodos clásicos de valorización de empresas*. Vol.7. N 3 , 2001. https:///Downloads/Dialnet-MetodosClasicosDeValoracionDeEmpresas-206169%20(1).pdf [↑](#footnote-ref-2)