
FINANZAS · VALORACIÓN · ESTRATEGIA

El precio no predice el futuro

Por qué los buenos resultados a veces hunden cotizaciones, y la lección de Mauboussin

Dejar de adivinar el porvenir y empezar a descifrar las expectativas que el mercado ya ha descontado en el precio.

Una mañana de presentación de resultados

+15%

Crecimiento orgánico
de ventas

Récord

EBITDA en máximos
históricos y más cuota
de mercado

-9%

La acción, en los primeros
minutos de cotización

«¿Se ha vuelto loco el mercado? ¡Son los mejores resultados de nuestra historia!»

UNA ANALOGÍA DE RESISTENCIA

El Ironman de las expectativas

TU RESULTADO

10 h

Un año de preparación. Tu mejor marca personal.

LO QUE SE HABÍA PLANIFICADO

< 9 h

El patrocinador había apostado a que bajarías de las nueve horas.

El aplauso en la línea de meta se convierte en una severa evaluación de daños.

El mercado no es una báscula que pesa tus méritos de hoy.

Es una máquina fría y eficiente que descuenta, sin descanso, el mañana.

EL PROBLEMA

Dos lentes que miran en direcciones opuestas

MIRADA AL PASADO

La contabilidad: el retrovisor

Es la autopsia del pasado. Cuenta con precisión decimal qué estrategia funcionó hasta ayer a medianoche.

MIRADA AL FUTURO

El mercado: ingeniería inversa

El precio de cierre es el valor presente de todos los flujos de caja que el consenso espera, a perpetuidad.

EL PROBLEMA

El déficit de expectativas

Crecimiento descontado



20%

Crecimiento real



15%

CAP · Competitive Advantage Period

El periodo en que tu foso defensivo permite retornos superiores al coste de capital antes de que la competencia erosione márgenes. Quedarte por debajo de lo esperado obliga al mercado a acortarlo.

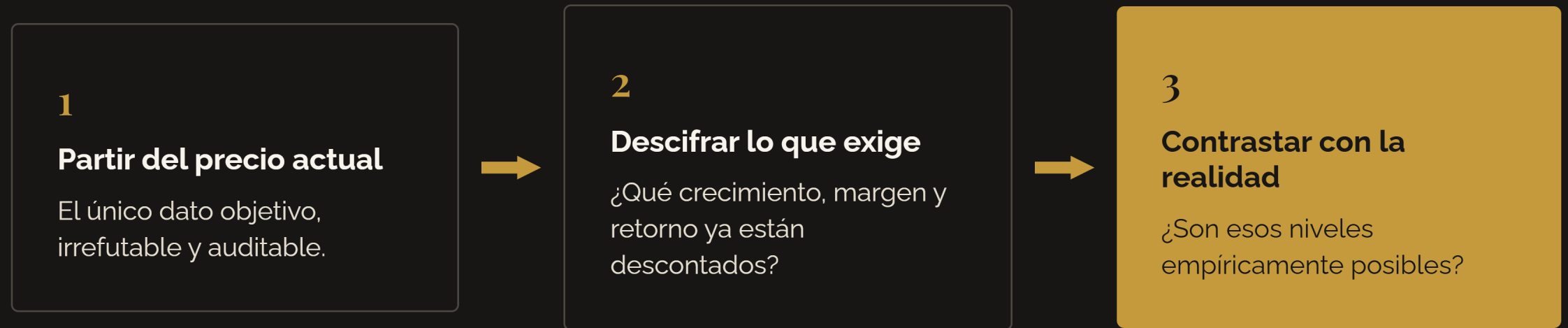
EL PROBLEMA

El vicio del Excel a cinco años



Un ejercicio de complacencia y autoengaño, sobre todo al preparar una venta, estructurar un M&A o levantar financiación.

Hacer el camino inverso



En sintonía con el enfoque empírico de Aswath Damodaran sobre valoración.

Tres motores de creación de valor

01

Crecimiento orgánico de ventas

El motor más visible, pero estéril si opera en el vacío.

02

Margen operativo

El termómetro del pricing power: ¿fijas precios o compras cuota erosionando rentabilidad?

03

ROIC > WACC

La eficiencia de la reinversión. El más crítico y el gran olvidado de muchos comités.

Crecer sin rentabilidad económica es una ilusión óptica devastadora.

«Envases y Componentes»: 50 M€ sin negociar

35 M€ · valor en estado estacionario

15 M€ · prima

Lo que exige el precio pedido	El plan	Histórico del sector
Crecimiento orgánico anual durante cinco años	12%	3%
Retorno sobre el capital	14%	9%

No es una estrategia: es una carta a los Reyes Magos.

«Retail Ibérica»: 50 tiendas nuevas y 35 M€ más de ventas

20 M€

Inversión en la expansión

1,4 M€

Beneficio operativo
adicional

7% · 10%

ROIC obtenido frente
a WACC

−0,6 M€

Valor destruido cada año

Mientras se corta la cinta de la tienda cincuenta, un fondo activista ya tiene la prueba de cargo para exigir disciplina de capital.

CONCLUSIÓN

El Excel lo aguanta todo. El coste del capital no perdona.

Construir fosos defensivos reales

Lo que alarga el periodo de ventaja competitiva.

Optimizar la eficiencia operativa

Margen ganado con pricing power, no con descuentos.

Reinvertir por encima del coste

Cada euro retenido debe rendir más de lo que cuesta.

Es lo que separa los imperios de papel de quienes realmente aportan valor sostenido.

PARA TU PRÓXIMO PLAN ESTRATÉGICO

¿Sigues construyendo modelos a cinco años para justificar el precio que deseas...

...o estás dispuesto a hacer ingeniería inversa para descubrir las expectativas a las que te vas a encadenar?