

Daniel Lu: ¿Cómo vender mi empresa?

Las empresas están replanteando el modelo de negocio tradicional a raíz de la crisis económica y sanitaria que vive el país. Mientras el consumidor se va adecuando a la nueva normalidad, las empresas están buscando eficiencias en costos, pero también sondeando nuevas oportunidades de negocio.

Para un segmento de empresas, la estrategia se traducirá en la venta parcial o total de sus operaciones a inversores.

¿Qué se debe tomar en cuenta?

La mayoría de los empresarios no suele pensar en la venta de sus acciones. Cuando una empresa está demostrando un potencial de crecimiento alto y goza de una buena publicidad, suele recibir ofertas de parte de inversores o personas relacionadas para unirse a la empresa.

En estos casos, ingresan nuevos socios para aprovechar oportunidades de crecimiento. Un buen socio no solo capitalizaría la empresa, sino que podría darle acceso a nuevos mercados, conocimiento y experiencia.

Para asegurar el éxito, los accionistas actuales deberán tomar en cuenta cómo funcionará la nueva sociedad a nivel de control y toma de decisiones, así como los acuerdos sobre las

ganancias, reparto de utilidades y retornos esperados por cada parte.

En otras ocasiones, la venta de la empresa puede darse por las limitantes inherentes a la organización. La organización puede estar posicionada en un mercado maduro o en contracción, enfrentando problemas financieros, o puede encontrarse con una falta de sucesión ante el retiro de los fundadores.

En este caso, los accionistas deberán considerar si es que la venta está en el mejor interés para el futuro de la compañía.

¿Y cuánto vale mi empresa (o mi participación)?

El valor de la empresa estará derivado de tres variables: valor financiero, valor de inversión y condiciones de venta.

Todas las empresas tienen valor como activo financiero. Es decir, el comprador esperará tener un retorno financiero sobre su inversión. En este sentido, parte del valor de la empresa se deriva de la expectativa de futuras ganancias que generará la empresa.

Esta proyección se calcula en base al mercado en que se desarrolle la compañía y su historial de rendimiento financiero.

En segundo lugar está el valor de inversión. La misma compañía puede valer diferente para una empresa competidora, un fondo de inversión o un inversionista particular.

Es posible que un comprador esté más interesado en los terrenos o activos que tengas en la empresa, más que en tu marca o en tu futuro crecimiento (o viceversa).

Finalmente, el precio de la compañía estará supeditado a las condiciones de la economía en ese momento y también dependerá de las condiciones contractuales negociadas.

Una economía fuerte puede significar compradores con efectivo a la mano, pero también precios más altos. En una economía en contracción, los precios pueden ser más bajos, pero el efectivo más escaso.

Es importante notar que el valor de la venta no es el único factor a considerar en el contrato de compraventa. Por ejemplo, es muy diferente si se pagará el valor de la compañía en un pago único o si se hará en tres años con un cronograma de pagos.

Del mismo modo, se puede negociar que el actual gerente se quede un año más en el puesto para asegurar una transición.

¿Qué puede perjudicarme?

El problema número uno de las empresas es que no suelen estar preparadas para ser presentadas a inversores externos.

Contabilidades desfasadas, problemas tributarios, contratos laborales sin cerrar o falta de evidencia de que existe un gestión apropiada y formal de la empresa deprimirán el precio final de la venta o, peor aún, pondrán en peligro la viabilidad de la venta.

Contar con un equipo de gestión profesional que no dependa de los fundadores, información financiera oportuna, minutas, contratos y otra materia legal saneada junto con una hoja de ruta clara hacia el futuro son la clave para maximizar el valor de la venta.

En otras palabras, tu compañía debe poder ser auditable, porque un comprador o inversor querrá revisar debajo de tus números y tu negocio (un proceso conocido como due diligence o debida diligencia).

¿Puedo hacerlo solo?

En teoría sí, pero recuerda que una venta es un proceso intensivo que puede perjudicarte en dos sentidos: 1) distraer energías de mantener el negocio a flote y trabajando mientras

se esté en conversaciones de una venta, 2) mantenerte emocionalmente arraigado a la empresa y correr el riesgo de no negociar de manera objetiva o desanimarte en el camino.

Un buen asesor financiero te puede ayudar en el proceso de análisis financiero, valuación preliminar, debida diligencia y buscar la asesoría legal especializada.

¿Qué hacer hoy?

Si has pensado que una venta está en el horizonte de un año o un año y medio, puedes tomar algunos pasos positivos el día hoy hacia esa meta.

Primero, diferencia tu empresa e implementa información financiera y contable de calidad. Si ni siquiera tú puedes diferenciar gastos familiares de los de la empresa,

¿Cómo lo hará un externo?

En segundo lugar, mantén tus tributos, rating crediticio y aspectos laborales y legales de la empresa en regla. Contrata a un asesor especializado en auditar y mantener las cosas en orden, incluyendo minutas, actas y demás documentos relacionados al gobierno de la organización.

Finalmente, ten una hoja de ruta clara de la empresa y de su futuro que no dependa de ti. En el momento que termines de firmar los papeles, puedes estar seguro de que has hecho lo correcto para ti y tu organización.