

CAPITALIBIZA

M&A ADVISORY

Las 25 claves para vender una empresa con éxito

Guía de Capital Ibiza — Corporate Finance & M&A Advisory

Antes de empezar

Esta guía reúne veinticinco ideas prácticas, extraídas de la práctica real de Corporate Finance y M&A, para propietarios de empresas que facturan aproximadamente entre 1 y 50 millones de euros y que se plantean una venta en los próximos uno a tres años.

No es un manual académico ni una lista de buenas intenciones. Cada punto responde a una decisión concreta que determina, en la mayoría de operaciones, si la venta se cierra en condiciones favorables para el propietario o se malvende bajo presión.

Está organizada en cinco bloques que siguen el orden natural de una operación: preparación, valoración y expectativas, confidencialidad y proceso, negociación, y Due Diligence y cierre.

Le recomendamos leerla con calma, con lápiz en mano, e identificar en qué punto se encuentra su empresa hoy. La mayoría de los errores que reducen el valor de una operación se cometen entre doce y veinticuatro meses antes de la firma — cuando aún hay tiempo de corregirlos.

I

Preparación

Antes de salir al mercado

- 01 Normalice el EBITDA antes de enseñarlo a nadie**

El EBITDA reportado casi nunca es el EBITDA real de un negocio. Separe partidas no recurrentes, ajustes por gastos personales y contratos con partes vinculadas antes de que sea el comprador quien los descubra y los use para presionar el precio a la baja.
- 02 Separe los gastos personales del negocio**

Coches, viajes, familiares en nómina sin función real o inmuebles compartidos entre la empresa y la familia distorsionan la rentabilidad real y generan desconfianza en cualquier proceso de Due Diligence.
- 03 Resuelva las contingencias legales y fiscales visibles**

Inspecciones pendientes, litigios abiertos o riesgos laborales no provisionados no desaparecen por no mencionarlos: aparecerán en la Due Diligence y en ese momento el comprador negociará desde una posición de fuerza.
- 04 Reduzca la dependencia del propietario**

Una empresa que no funciona sin su dueño vale menos que una con un equipo directivo capaz de operar de forma autónoma. Empiece a delegar decisiones críticas con suficiente antelación a la venta.
- 05 Documente procesos y contratos clave**

Procedimientos operativos, contratos con clientes y proveedores, y acuerdos con socios deben estar escritos, actualizados y localizables. Su ausencia se interpreta como riesgo, y el riesgo se traduce en descuento de precio.

II

Valoración

Y expectativas realistas

- 06 Entienda que el precio lo fija el mercado, no el propietario**

El valor emocional o histórico que usted atribuye a su empresa no tiene por qué coincidir con lo que un comprador racional está dispuesto a pagar. Partir de expectativas desalineadas alarga los procesos y quema oportunidades reales.
- 07 Utilice varias metodologías de valoración**

DCF, múltiplos de EBITDA, valor patrimonial y comparables de mercado rara vez coinciden exactamente. Cruzarlos da una horquilla defendible, mucho más útil que una única cifra imposible de sostener en una negociación.
- 08 Distinga el valor financiero del valor estratégico**

Un competidor o un comprador con sinergias claras puede pagar por encima del valor «standalone» del negocio. Identificar quién podría pagar una prima estratégica cambia por completo la estrategia de búsqueda de compradores.
- 09 No se ancle en cifras emocionales**

«Necesito X para jubilarme» no es un argumento de valoración. Los compradores sofisticados detectan rápido cuándo un precio responde a una necesidad personal y no a los fundamentales del negocio.
- 10 Considere el momento de mercado y el ciclo del sector**

El mismo negocio puede valer de forma sustancialmente distinta según el momento del ciclo económico o turístico en que se venda. Vender en el momento adecuado del ciclo suele pesar más que cualquier mejora operativa de última hora.

III

Confidencialidad

Y control del proceso

- 11 Utilice un teaser ciego antes de revelar la identidad**
Un documento breve y anonimizado permite sondear el interés real de un comprador antes de exponer el nombre de la empresa, sus cifras o su cartera de clientes.
- 12 Firme un NDA antes de compartir información sensible**
Ningún comprador serio se ofende por firmar un acuerdo de confidencialidad. Quien se resiste a firmarlo antes de recibir información financiera detallada rara vez es un comprador serio.
- 13 Controle quién sabe que la empresa está en venta**
Cuantas menos personas lo sepan dentro de la organización, menor es el riesgo de fuga de talento, de alarma entre clientes o de que un competidor lo utilice en su contra antes de que la operación se cierre.
- 14 Prepare un data room ordenado desde el principio**
Un data room desorganizado transmite al comprador la sensación de que el negocio tampoco lo está. La velocidad y el orden de la información facilitada influyen directamente en la confianza y en el ritmo de la negociación.
- 15 Evite filtraciones a empleados, clientes y competidores**
Una filtración prematura puede provocar salidas de personal clave, inquietud en clientes estratégicos o movimientos agresivos de la competencia — y en cualquiera de los tres casos, el valor de la empresa se resiente antes incluso de cerrar la venta.

IV

Negociación

Defender el valor en la mesa

- 16 No negocie en solitario sin asesor independiente**
El comprador casi siempre llega acompañado de asesores con experiencia en decenas de operaciones. Negociar sin un asesor equivalente del lado vendedor es, sistemáticamente, negociar en desventaja.
- 17 Genere competencia entre varios compradores cuando sea posible**
Un único interesado tiene todo el poder de negociación. Un proceso bien diseñado con varios compradores cualificados en paralelo cambia radicalmente esa dinámica a favor del vendedor.
- 18 Preste tanta atención a las condiciones no económicas como al precio**
Garantías, earn-outs, periodo de permanencia exigido y cláusulas de no competencia pueden alterar el valor real de la operación tanto como una diferencia de precio nominal.
- 19 Entienda la diferencia entre un LOI vinculante y uno no vinculante**
Una carta de intenciones no vinculante no garantiza el cierre. Conocer qué cláusulas sí son exigibles —exclusividad, confidencialidad— evita perder tiempo y opciones reales durante el proceso.
- 20 Sepa cuándo retirarse de una negociación**
La disposición genuina a abandonar una mesa de negociación es, con frecuencia, la mayor fuente de poder del vendedor. Un proceso bien preparado nunca depende de un único comprador.

V

Due Diligence

Y cierre de la operación

- 21 Anticipe qué va a encontrar el comprador en la Due Diligence**
Revisar internamente su propia empresa con el mismo rigor que aplicará el comprador permite corregir o explicar hallazgos antes de que se conviertan en argumentos de renegociación de última hora.
- 22 Cuantifique el impacto de cada hallazgo antes de que lo haga el comprador**
Quien llega primero con una cifra defendible sobre el impacto de una contingencia controla la conversación. Quien espera a que el comprador la cuantifique, la acepta.
- 23 Planifique la transición del equipo directivo**
Un plan de transición claro —quién se queda, por cuánto tiempo y con qué responsabilidades— reduce la incertidumbre del comprador y, con ella, el riesgo percibido de la operación.
- 24 Revise cuidadosamente el contrato de compraventa (SPA) antes de firmar**
Las garantías, indemnizaciones y condiciones suspensivas del SPA definen el riesgo real que asume el vendedor después del cierre — a menudo, mucho más relevante que el precio titular de la operación.
- 25 Planifique fiscalmente la operación con antelación**
La estructura de la operación —venta de activos frente a venta de participaciones, momento del cierre, residencia fiscal— puede suponer una diferencia sustancial en el neto que finalmente recibe el propietario.

Hablemos de su operación

Estas veinticinco claves son un punto de partida, no un sustituto de asesoramiento personalizado. Cada empresa y cada operación tienen particularidades que solo se revelan con un análisis directo del caso concreto.

Si está valorando vender, comprar o valorar su empresa, podemos analizar su situación en una primera conversación confidencial, sin compromiso.

contacto@capitalibiza.com
capitalibiza.com

Esta guía tiene carácter general y orientativo. No constituye asesoramiento profesional personalizado ni sustituye el análisis específico de su empresa por parte de Capital Ibiza o de sus propios asesores legales y fiscales.