



## **Introducción a la venta de empresas**

### **¿Es el momento de vender?**

*La venta de tu empresa es una decisión importante, ya que probablemente has dedicado tu tiempo, dinero, y energía a la puesta en marcha y al funcionamiento de tu negocio. Quizás sea el negocio de toda tu vida. Pero ahora quizás has decidido que es el momento adecuado para vender, y deseas la mejor asesoría profesional que puedas conseguir. ¡Ahí es cuando el trabajo con un business broker o intermediario profesional marca la diferencia entre apenas deshacerse de la empresa y venderla al mejor precio!*

Los siguientes son algunos de los asuntos y de las preguntas más comunes planteadas con frecuencia por los vendedores.

Si has llegado hasta aquí, entonces la venta de tu empresa te ha despertado bastante curiosidad como para empezar el primer paso. No tienes que comprometerte aún: sólo te estás informando sobre qué es necesario para vender tu negocio con éxito. Esta sección debería resolver muchas de tus dudas y ayudarte en el proceso de venta.

#### *Pregunta 1*

La primera cuestión que casi cada vendedor se plantea es: ¿Cuál es el valor de mi empresa? Para ser sinceros, si vendiéramos nuestro negocio ésa sería la primera cosa que deseáramos saber. Sin embargo, vamos a posponer un poco esta importante cuestión y a abordar algunas de las cosas que necesitas saber antes de llegar a ese punto. Antes de que hagas esa pregunta, debes estar preparado para vender por lo que el mercado esté dispuesto a pagar. Si el dinero es tu único motivo de venta, entonces no estás realmente listo para vender.

No hay ninguna diferencia entre el valor que crees que tiene tu negocio y lo que quieres por él. Tampoco hay diferencia entre lo que tu contable, banquero, abogado o mejor amigo piensa que tu negocio vale. Sólo el mercado puede decidir cuál es su valor.

#### *Pregunta 2*

La segunda pregunta que tienes que considerar es: ¿Realmente deseas vender esta empresa? Si eres realmente serio y tienes una razón sólida por la que deseas vender, muy probablemente acabarás vendiendo. Puedes aumentar tus probabilidades de venta si puedes contestar sí a la segunda pregunta: ¿Tienes expectativas razonables? La respuesta afirmativa a estas dos preguntas significa que tu postura acerca de la venta es seria.

## **2- Los primeros pasos de la venta de empresas**

*Muy bien, asumamos que realmente has decidido llevar a cabo por lo menos las primeras medidas para vender tu negocio. Incluso antes de que pienses en poner tu empresa en venta, hay algunas cosas que deberías hacer. Lo primero es recopilar información sobre tu empresa.*



Aquí tienes una lista de elementos que debes recoger:

- Estados financieros de los últimos tres años
- Lista de activos fijos y equipamiento
- El contrato de arrendamiento y los documentos relacionados
- Una lista de los préstamos del negocio (cantidades y términos de pago)
- Copias de arrendamientos de equipamiento
- Una copia del contrato de la franquicia, si fuera aplicable
- Una cantidad aproximada del inventario, si fuera aplicable
- Los nombres de algunos asesores externos

Si eres propietario de una pequeña empresa, tendrás que informarte sobre algunos de estos elementos. Después de que recolectes toda la información anterior, debes completarla y ponerla al día. Seguramente habrás olvidado mucha de esta información, así que debes prestar mucha atención a ello. Debes tener todo lo anterior ordenado como si fueras a presentarlo a un posible comprador. Todo empieza con esta información.

Asegúrate de que las declaraciones de impuestos del negocio sean actuales y tan exactas como puedas conseguir las. Si estás a medias del año actual, asegúrate de tener los datos del año pasado. Si lo necesitas, puedes pagar ayuda profesional para poner tus declaraciones en orden. Como verás más adelante, la tasación de una pequeña empresa se basa generalmente en su liquidez. Esto incluye los beneficios del negocio, así como el sueldo y las ganancias del dueño, de la depreciación, y de otros factores no monetarios. No te asustes si el balance no es lo que crees que debería ser. Cuando todos los elementos se agreguen al balance, la liquidez puede verse bastante bien.

Los posibles compradores normalmente desean repasar los datos financieros de la empresa. Un balance no es usualmente necesario a menos que el precio de venta de tu negocio estuviera sobre el millón de euros. Los compradores desean ver renta y costos. Desean saber si pueden hacer los pagos de la empresa (hablaremos sobre esto más adelante) y todavía ganarse la vida. Reconozcámoslo, si tu empresa no puede proporcionar un sueldo a alguien, probablemente no pueda ser vendida. Puedes encontrar a un comprador que esté dispuesto a correr el riesgo, o a un profesional experimentado de la industria que busque solamente la localización, etc. y sienta que puede hacer crecer el negocio.

La gran cuestión no es realmente por cuánto se venderá tu empresa, sino ¿cuánto dinero te puede quedar? Las leyes fiscales determinan cuánto dinero podrás realmente guardar en el banco. La forma en que tu negocio se constituye legalmente puede ser importante a la hora de determinar el estado de tus impuestos al vender tu negocio. Por ejemplo: ¿Tu empresa es una corporación, una sociedad o una propiedad? Hay impuestos que afectan ciertos negocios. Lo importante de todo el esto es que antes de que pienses en el precio o la venta de tu empresa, es preciso que discutas las implicaciones de los impuestos de la venta con un asesor fiscal. Nadie desea estar en el medio de una transacción con un comprador sólido y descubrir que las implicaciones del impuesto de la venta van a producirle un neto mucho menor del que había calculado.



Los compradores compran empresas por muchas de las razones por las que los vendedores venden sus empresas. Es importante que el comprador sea tan serio como el vendedor a la hora de comprar un negocio. Si el comprador no es serio, la venta nunca se cerrará. Algunos de los motivos de compra de empresas son los siguientes:

- Despido o traslado (o a punto de serlo)
- Jubilación anticipada (forzada o no)
- Descontento del trabajo
- Deseo de más control sobre la propia vida
- Deseo de trabajar por cuenta propia
- Deseo de iniciar un negocio con una cartera de clientes
- Deseo de expansión o crecimiento de la propia empresa

### 3- El perfil del comprador de negocios

*Éste es el perfil del comprador medio individual que busca sustituir un trabajo perdido o que desea salir de una situación incómoda del trabajo. Casi el 50% tendrá menos de 100.000 euros para invertir en la compra de un negocio. En muchos casos los fondos, o la parte de ellos, vendrán de los ahorros personales seguidos por ayuda financiera de miembros de la familia. El comprador nunca habrá sido dueño de una empresa antes, y muy probablemente comprará un negocio al cual nunca había pensado dedicarse hasta introducirse en él.*

La razón principal de entrar en el negocio es salir de su situación actual, sea el desempleo o el desacuerdo en el trabajo (o el desaliento). El posible comprador desea trabajar por su cuenta, controlar su propio destino, sin tener que trabajar para nadie. El dinero es importante, pero no es lo primero de la lista; de hecho, está probablemente en el cuarto o quinto lugar. Para perseguir el sueño de poseer su negocio, el comprador debe poder hacer un “salto de fe” necesario para correr el riesgo de comprar y de llevar su propio negocio.

Los compradores que desean entrar en un negocio estrictamente por el dinero no son generalmente compradores realistas para las pequeñas empresas. Ten presentes los rasgos de un comprador dispuesto:

- El deseo de comprar un negocio
- La necesidad y la urgencia de comprar un negocio
- Los recursos financieros
- La capacidad de tomar sus propias decisiones
- Expectativas razonables de lo que puede hacer el negocio por él



*¿Qué es lo que los compradores desean saber?*

Esto puede ser un poco prematuro puesto que quizás aún no hayas decidido vender, pero puede ayudar en tu proceso de toma de decisión para entender no sólo quién es el comprador, sino también lo que él deseará saber a la hora de comprar tu empresa. Aquí están algunas preguntas que puede que te hagan y que debes estar preparado para contestar:

- ¿Cuánto cuesta comprar el negocio?
- ¿Cuál es el crecimiento anual de las ventas?
- ¿Cuánto es el inventario?
- ¿Cuál es la deuda?
- ¿El vendedor asesorará sobre el negocio y permanecerá disponible por un tiempo?
- ¿Qué hace el negocio diferente, especial o único?
- ¿Qué define el producto o el servicio?
- ¿Qué se puede hacer para que la empresa crezca?
- ¿Qué puede hacer el comprador para agregar valor al negocio?
- ¿Cuáles son los beneficios tanto en buenas como en malas épocas?

*Los compradores desean liquidez*

Lo primero a tener en cuenta es que la mayoría de compradores desea comprar liquidez. ¡Ojo! Liquidez no es lo mismo que beneficio. La mayoría de los compradores consultan el estado de ganancias y pérdidas o la declaración de impuestos, así como la remuneración del dueño o de la familia. Considerarán cualquier exceso de remuneración a los empleados y a la familia. Los compradores también se fijarán en grandes costos en una sola vez, tales como un nuevo sistema informático o remodelaciones. Considerarán factores no monetarios como la depreciación y la amortización. También se revisarán los requisitos previos del dueño. Éstos son los factores que un intermediario profesional considera al aconsejar a un cliente vendedor un precio de venta.

¿Qué pasa con Internet? Si su uso es apropiado para tu negocio, entonces desarrollar una página web es importante no sólo para tu empresa, sino también para un posible comprador. Muchos compradores son conscientes de lo que está haciendo Internet para muchas empresas. Si tu empresa tiene una página web, ésta puede ser un valor añadido.

#### **4- Qué hacer antes de poner el negocio en venta Las apariencias cuentan**

Debes sustituir el equipo obsoleto antes de que decidas vender. No pienses que el nuevo dueño deseará renovarlo o que el precio será levemente más bajo porque no lo has sustituido. El momento de mejorar la empresa es ahora, aunque no la estés vendiendo. Esto hará que parezca un buen negocio. Además, nunca sabes cuándo puede llegar el momento de vender. Ten en mente que cualquier cosa que aumente las ventas también aumenta los beneficios ¡y la tan importante liquidez!



### *Todo tiene valor*

Hay otras cosas que añaden valor a tu negocio. No descuides el valor de las cuentas o listas de clientes, los productos y/o las técnicas, un equipo bien mantenido, las recetas o fórmulas secretas, el software personalizado, o los buenos empleados. Estos factores están fuera de la hoja de balance y aunque no se utilizan en la mayoría de los modelos de tasación, añaden valor. Observa tu negocio muy atentamente sin pasar por alto esos factores que hagan tu negocio más atractivo para el comprador.

### *Eliminar las sorpresas*

¡Mucho antes de poner tu empresa en el mercado... elimina las posibles sorpresas! Repasa cada faceta del negocio y remedia cualquier problema que podría aparecer durante el proceso de venta. A nadie le gustan las sorpresas – sobretodo a los compradores potenciales. Tanto si es un asunto legal, de contabilidad, ambiental, o todo lo demás – solucíonalo ahora.

Debes crear un manual de operaciones. Puede que ya tengas uno o que hayas pensado en hacer uno. Ahora es el momento. Puede dar valor añadido al negocio. Aunque no lo sea, impresionará a los compradores y te ayudará a vender más rápidamente. Preparar un manual sobre cómo gestionar tu empresa puede también ser provechoso aunque no desees vender. No es necesario que esté muy elaborado, sólo debe cubrir los puntos básicos. Incluye cualquier cuestión de la empresa que pueda ser provechoso para un nuevo dueño, pero no listas de clientes, fórmulas o recetas secretas, etc.

Como vendedor, eres una parte del proceso de comercialización. Te daremos algunas recomendaciones que te ayudarán en los esfuerzos de comercialización. Hemos seleccionado los ítems que creemos especialmente aplicables a tu tipo de empresa.

Puede ser provechoso observar tu empresa desde la perspectiva de un comprador, intentando ponerse en su lugar. ¿Qué harías para hacerla más atractiva o más vendible? Obviamente, la situación financiera de tu empresa es crucial para la venta, pero su apariencia es también importante. Recuerda, ¡las primeras impresiones son importantes! Si a un comprador potencial no le gusta el aspecto de tu negocio, quizás nunca se interese por conocer más sobre él.

Puede que desees comprobar los siguientes factores para ver si alguno de ellos resulta aplicable a tu empresa:

- Mantén los horarios normales de trabajo. Puede haber una tendencia a la baja cuando pones tu negocio en venta. Sin embargo, es importante que los posibles compradores vean tu empresa en su mejor momento.
- Haz reparaciones, mantenimiento: repara los carteles, cambia las luces exteriores, etc. ¡No querrás que tu negocio parezca descuidado!
- Mantén el inventario en un nivel constante. Si dejas que tu inventario baje, tu negocio parecerá descuidado. Auméntalo y así tu empresa parecerá activa.
- Quita los elementos que no se incluyan en la venta y retira los artículos innecesarios, especialmente si no están en funcionamiento.



- Repara el equipo averiado o quítalo si no lo estás utilizando.

## 5- Cuestiones y dudas finales acerca de la venta de la empresa

### ¿Cuánto tiempo se necesita para vender una empresa?

Generalmente se tarda, de promedio, de cinco a ocho meses en vender la mayoría de las empresas. Hay que tener presente que es sólo un promedio: algunos negocios tardarán más en venderse mientras que otros se venderán en un período de tiempo más corto. Cuanto antes tengas toda la información necesaria para comenzar el proceso de venta, más corto debería ser el período. Es también importante que el negocio esté tasado correctamente desde el principio. Algunos vendedores, basándose en la premisa de que siempre pueden ir bajando el precio, sobrevaloran su empresa. Esta teoría falla a menudo, porque los compradores suelen rechazar los precios demasiado caros. Se ha demostrado que la entrada requerida puede ser la clave de una venta rápida. Cuanto más baja es la entrada que se pide, (generalmente el 40% del precio total, o menos), más corto es el tiempo para llegar a una venta con éxito. Una entrada razonable también dice al comprador potencial que el vendedor tiene confianza en la capacidad del negocio.

*¿Por qué el financiamiento del vendedor es tan importante para la venta de la empresa?*

Las encuestas han demostrado que el vendedor que pide todo el dinero en efectivo recibe un promedio solamente del 70% del precio que pide, mientras que los vendedores que aceptan cobrar a plazos reciben un promedio del 86% del precio. ¡Es una diferencia del 16%! En muchos casos, los negocios que piden todo en efectivo apenas se venden. Sin embargo, con plazos razonables las probabilidades de vender aumentan considerablemente y el período de venta se acorta. La mayoría de los vendedores no son conscientes del éxito que pueden tener financiando la venta de su negocio. En algunos casos puede aumentar mucho el precio recibido. Y, como hemos dicho, dice al comprador que el vendedor tiene bastante confianza en que el negocio pueda pagarse por sí mismo.

*¿Qué hacer cuando hay un comprador para tu empresa?*

Cuando un comprador está suficientemente interesado en tu negocio, debería realizar una oferta por escrito. Esta oferta o propuesta puede tener una o más contingencias. Generalmente, se refieren a una revisión detallada de tus expedientes financieros y puede también incluir una revisión de tus contratos de alquiler, el acuerdo de la franquicia (si hay uno), u otros detalles pertinentes de la empresa. Puedes aceptar los términos de la oferta o puedes hacer una contrapropuesta. Debes entender, sin embargo, que si no aceptas la oferta del comprador, éste puede retirarla en cualquier momento.

En la primera revisión, puede que no tengas una oferta particular; sin embargo, es importante tratarla cuidadosamente. Puede carecer de algunas partes, pero puede ser que también tenga algunos puntos a considerar seriamente. Hay una vieja frase que dice, “la primera oferta es generalmente la mejor que recibirá el vendedor.” Esto no significa que



debas aceptar la primera, o cualquier, oferta- sólo que todas las ofertas deben ser consideradas con atención.

Cuando estés de acuerdo con el comprador, ambos debéis trabajar para satisfacer y revisar las condiciones o eventualidades de la oferta. Es importante mucha cooperación en este proceso. ¡No querrás que el comprador piense que estás ocultando algo! En este punto, el comprador puede hacer intervenir asesores externos para ayudar a revisar la información. Cuando se hayan resuelto todas las condiciones, los documentos finales serán redactados y firmados. Una vez se haya efectuado el cierre, se realizará el pago y el nuevo dueño tomará la posesión del negocio.

*¿Qué hacer para ayudar a vender el negocio?*

El comprador deseará la información financiera actualizada. Si utilizas contables, puedes trabajar con ellos la información actual disponible. Si utilizas un abogado, asegúrate de que esté al corriente del proceso de cierre del negocio. Si el comprador y tú queréis cerrar la venta rápidamente, generalmente en algunas semanas, a menos que haya alguna licencia que pueda retrasar el proceso, no hace falta que esperéis. El factor tiempo está en la esencia de cualquier transacción de venta de empresa. La falta de cierre a tiempo permite que el comprador reconsidere o realice cambios en la oferta original.

*¿Cuál es el papel de los brokers o intermediarios?*

Los brokers o intermediarios son los profesionales que facilitarán la venta acertada de tu empresa. Es importante que sepas qué es lo que puede hacer un intermediario profesional. Puede ayudarte a decidir cómo tasar tu empresa y cómo estructurar la venta. Puede encontrar al comprador adecuado para tu negocio, trabajar contigo y el comprador en la negociación y en otros pasos hasta que la transacción se cierre con éxito. Puede también ayudar al comprador en todos los detalles del proceso de compra del negocio.

Un intermediario no es, sin embargo, un mago que pueda vender un negocio sobrevalorado. La mayoría de las empresas son vendibles si están tasadas y estructuradas correctamente. Debes entender que solamente el mercado puede determinar por cuánto se venderá una empresa. La cantidad de entrada que estés dispuesto a aceptar, junto con los términos de financiamiento del vendedor, pueden determinar mucho no sólo el precio final de venta, sino también el éxito de la venta en sí misma.

*¿Cómo promocionar la venta de tu empresa?*

Existen plataformas on line que te pueden ayudar a promocionar y anunciar la venta de tu empresa, para encontrar posibles compradores de una manera más rápida y eficaz. Los brokers o intermediarios utilizan estos portales de Internet para publicar las ofertas de empresas y negocios en venta o traspaso que tienen en cartera, y así agilizar el proceso de contacto con compradores potenciales y el cierre de la venta.