

CONSIDERACIONES PARA LA COMPRA DE UNA EMPRESA

Las consideraciones mas relevantes que se deben tener al momento de la compra de una empresa:

A.- DE LA SELECCIÓN DE LA EMPRESA Y SOCIOS:

1. Buscar la empresa perfecta: Todas las empresas tienen fallas y defectos. Lo importante es que negociés una que por las características del comprador pueda agregar más valor que los antiguos propietarios.

2. Estudiar a tus socios: Analizar a aquellos inversores o socios con quienes vas a realizar la compra de la empresa. Tan importante como la calidad de la empresa que compras es la de los socios con quien realizas la adquisición. Un socio equivocado te puede amargar una buena compra.

3. Entender poco del sector en el que se entra: Aunque conozcas bien la empresa, puede que te estés metiendo en un sector en decadencia, con guerra de precios, capacidad ociosa o una dinámica competitiva que exige inversiones que tú no puedes abordar. Resulta fundamental que entiendas la industria en la que te metes y su competencia.

4. Redes de contacto en el negocio: Tener y potenciar redes de contacto en forma personal y no virtual, las redes de contactos personales son las que salvan el negocio y lo potencian. Las redes sociales ayudan pero no son suficientes.

5. Sentimientos con la empresa a comprar: Mantener durante todo el proceso la sangre fría y distancia respecto a la empresa. No enganchar por el proceso y por el deseo de rematar la operación. Para ellos resulta muy útil estudiar varias posibles adquisiciones al tiempo. Es importante definir un modelo de negocio, que tenga claro los ingresos y los gastos. Muchos emprendedores le ponen mucho corazón al negocio y no definen bien sus ingresos, trabajando por emociones personales y no incrementando sus ingresos, lo que llevará el negocio al fracaso.

6. Ubicación de la empresa: Analizar a regulaciones y normas que permiten el buen desarrollo del negocio, lugares y entorno donde opera la empresa, regulaciones ambientales. Analizarle potencial de crecimiento del lugar físico donde se encuentra la empresa, ver su potencial de crecimiento y analizar las ventajas de posibilidad de expansión a otros lugares.

7. Situación ambiental y social: Analizar a regulaciones y normas que permiten el buen desarrollo del negocio en la parte ambiental, disminuyendo al máximo las contingencias ambientales. Considerar el entorno social del negocio, los compromisos con la sociedad y la comunidad.

B.- DE LA DEFINICION DEL PRECIO:

8. Precio que solicitan: No aceptar el precio que te piden, aunque te digan que es un precio firme y definitivo, no te dejes influir. Haz propuestas alternativas e inicia con ello la negociación. Si no tienen otro comprador que acepte su precio entrará en tus condiciones e irá cediendo hasta alcanzar un acuerdo satisfactorio para ambos.

9. Evitar comprar con prisas: Debes evitar caer en las urgencias del vendedor y marcar el ritmo del proceso. Las prisas suelen guardar motivos ocultos. Si caes en la dinámica del vendedor no podrás negociar adecuadamente o examinar suficientemente bien la empresa en la que entras.

10. Elegir asesores: En una operación corporativa debes rodearte de buenos asesores, comprometidos, analíticos y capaces de detectar inconsistencias y de defender tus intereses con rigor.

11.- Comunicación interna: Verificar que al interior de la empresa se hable abiertamente los problemas y las soluciones, que el proceso de toma de decisiones sea adecuado debido que esto minimiza el riesgo de equivocarse y se obtienen mejor calidad de activos, que exista un proceso de mejoría de los aspectos mas débiles hasta llegar al éxito, de esta forma se llegara a un aprendizaje completo del negocio.

12.- Potencialidad de crecer: Los proyectos tienen que ser pensados para poder crecer, se tiene que ver el mercado local pero, adicionalmente, no se puede dejar de ver el mercado mundial, sus proyecciones, crecimiento y ventajas. La internacionalización de la empresa debe ser una opción de la llegada de inversionistas locales a la empresa, para luego tener la visión y apertura para incorporar inversionistas extranjeros.

13. No pagar por el valor que tú vas a crear: No caigas en la trampa de pagar por el potencial de creación de valor que según el vendedor tendría la empresa si se arregla esto o aquello. Todo eso es valor que tú vas a crear. Paga al vendedor por lo que vale en ese momento lo que él te vende y deja todo el crecimiento o las mejoras para crear valor para ti.

14.- Determinación del precio - Cada negocio es distinto y el modelo financiero, debe adaptarse o reflejar como es el suyo. Solicite al menos 3 escenarios, (optimista, normal y pesimista), Eso le dará mayor valor referencial y ámbito para negociar. En nuestra opinión el precio de oferta de compra sería el pesimista, el precio de oferta de venta sería el optimista y el valor de cierre de negocio sería el normal. Variaciones en su precio de cierre se consideran por mejoras en la negociación o aspectos de mercado, valor agregado, presiones, oportunidades, apuro de las partes, etc.

15. Precio de cierre: No basta solo con tener un precio de venta y un precio de oferta de compra, debido que existe una diferencia entre ambas posiciones. El verdadero precio de una empresa es el valor de cierre del negocio

C.- DEL CIERRE DE NEGOCIO:

16. Hacer un estudio exhaustivo de la empresa: No te relajés en el due diligence. Los fracasos en compra de empresas vienen por haber estudiado superficialmente la información que te facilitaban y por no realizar suficientes preguntas o por quedarse satisfecho con respuestas ambiguas o incompletas.

17. Acuerdos por escritos: Cuando alcances un acuerdo, realizar un acuerdo por escrito que los aspectos negociados, deja en claro cuánto tiempo va a quedarse el vendedor, concreta con claridad las formas de pago, qué atribuciones tienes tú como gestor respecto a tus socios, como se va a remunerar tu creación de valor y cierra de manera clara todos aquellos aspectos que sean relevantes en la operación. No dejes temas abiertos a interpretación pues se volverán contra ti en el futuro y se convertirán en piedras que dificultarán la gestión futura de la compañía o que incluso pueden arruinarla.

18. Establecer Multas: Establecer multas por ocultamiento de información relevante y no fidedigna una vez que la empresa se este operando y por la falta de entrega de información, así como, el no compromiso del cierre de negocio por razones no establecidas con anterioridad.

19. Pacto de accionistas: Realizar un Pacto de Accionistas, estableciendo, entre otras cosas, condiciones de administración, procesos de decisiones, índices, reparto de utilidades, ventas de activos y venta de acciones,

SI UD. SIGUE ESTOS PASOS EN LOS MAS PROBABLE QUE REALICE UNA BUENA COMPRA DE LA EMPRESA, DE LO CONTRARIO PUEDO OBTENER SORPRESAS NO DESEADAS UNA VEZ QUE LA CONTROLE.

SI SE SALTA ALGUNO DE ESTOS PASOS, LE DESEAMOS BUENA SUERTE.