

## WEIGEL HALLER

Plaza Independencia 822, Of. 302  
 CP 11.100, Montevideo, Uruguay  
 Tel. (+598) 2908 70 85 / 94  
 info@weigelhaller.com.uy  
 weigelhaller.com.uy

- FINANZAS CORPORATIVAS  
 - PROYECTOS DE INVERSION  
 - ESTRUCTURACION DE NEGOCIOS  
 - FUSIONES Y ADQUISICIONES  
 - VALUACION DE EMPRESAS  
 - CONTROL Y REPORTE

*Estructurar la venta de una empresa requiere una planificación estratégica detallada y un trabajo previo de preparación de todas las áreas.*

*Conducir profesionalmente el proceso de venta de la empresa puede significar una ventaja adicional para cerrar el negocio con éxito.*

*Encargar una valuación técnica independiente, facilita la construcción del precio.*

## Mergers & Acquisitions

### ¿Vender la Empresa? 10 Claves

La decisión estratégica de vender nuestra empresa total o parcialmente, en ocasiones está provocada por la ausencia de sucesión, la necesidad de inyectar capital, aumentar el financiamiento, incorporar tecnología o abrir nuevos canales de comercialización, entre otras posibles razones. Si bien cada transacción es única y las etapas a recorrer son diferentes, hay comunes denominadores en el proceso de venta y algunos conceptos remarcables que sintetizamos en estas 10 Claves:

- **Estrategia**

Realizar un análisis profundo del posicionamiento de la empresa en el mercado, los factores de éxito, las debilidades, su continuidad, los objetivos de los accionistas o dueños y establecer una estrategia de salida.

- **Long List / Short List**

Analizar el mercado, los competidores, los principales clientes, los proveedores más importantes, los líderes del sector y preparar una lista de potenciales compradores, estudiarlos minuciosamente y segregar una lista corta de candidatos a los cuales acercarse.

- **Valuación**

Encargar una valuación de la empresa, profesional y objetiva, que en base a métodos técnicos de aceptación internacional permitan arribar a un rango de valor de la compañía. Esta valuación técnica podría utilizarse como base para la fijación de un precio de negociación. Es importante considerar que a estos efectos, valor y precio surgen en forma diferente.

- **Factores distintivos**

Identificar en la empresa aquellos factores que por ser distintivos del resto de los competidores, determinan una ventaja adicional que el potencial comprador está dispuesto a reconocer como un plus en su formación de precio para la oferta de la transacción. Concéntrese en identificar estos value drivers y las posibles sinergias con el potencial comprador.

- **Especialistas**

Contrate especialistas externos para conducir el proceso de la transacción. Su experiencia y la diversidad de casos en los que han actuado le serán de mucha ayuda para no cometer errores durante el largo proceso de venta. Recuerde que usted es un experto en su propio negocio pero no en fusiones & adquisiciones. Procure otorgar un solo mandato en exclusiva y resérvese usted mismo para las instancias finales.

- **Atienda el negocio**

El día a día de su negocio no puede decaer porque haya iniciado un proceso de venta del mismo. Todo lo contrario, es necesario que usted se aboque con toda su energía a la gestión y crecimiento durante este período. Será necesario mantenerlo lo más alto posible y para ello usted no debe distraerse en el proceso de la venta en sí.

- **Prepare la empresa**

Previamente a iniciar el proceso de venta es imprescindible organizar, ordenar, actualizar y formalizar todas las áreas y aspectos relevantes que hacen a las fortalezas del modelo de negocio y su información. La empresa será sometida a un due diligence del comprador y deberá poder soportarlo con éxito para poder continuar en la negociación.

- **Presentación**

Colabore con los especialistas que contrate en la preparación de las presentaciones de la empresa. Estos tendrán varias instancias de interacción con los potenciales compradores, para lo cual, prepararán sets de información de diverso grado de confidencialidad a medida que vayan avanzando en la negociación.

Necesitarán tomar conocimiento amplio del modelo de negocio, sus proyecciones y factores de éxito pero también de los problemas, contingencias y debilidades, para poder armar los resúmenes e informes que tendrán que exhibir en el primer acercamiento, en el data room inicial y posteriormente en la negociación.

- **Financiamiento**

Maneje objetivos primarios y secundarios en cuanto a la conformación del precio y la forma de pago. La amplitud de criterio le permitirá determinar mayor cantidad de alternativas para estructurar la transacción y facilitará el trabajo de los especialistas en obtener el apoyo de bancos, organismos de crédito o fondos de inversión que participen junto con el comprador en la transacción.

- **Confidencialidad**

Recuerde que el negocio no está cerrado hasta que no esté firmada la última versión del contrato de venta y el acuerdo de sindicación de acciones si lo hubiera. Hasta ese momento, evite hacer pública la transacción pues podría perjudicar el propio proceso e inclusive el precio. Aún después del cierre tome en consideración los efectos y elija el mejor momento y la mejor forma de comunicar en conjunto con el comprador.