

“Checklist” definitiva para vender tu empresa paso a paso

FASE 1 — Preparación: ordenar la empresa para que sea vendible (y defendible)

Aquí se gana (o se pierde) precio. Porque el comprador no paga “potencial”; paga pruebas.

1.1. Limpieza financiera y “normalización” del beneficio

- Cuentas anuales y libros al día
- Conciliación bancaria y control de deuda real
- Separación clara de gastos personales/extraordinarios (si los hay)
- Identificación de ingresos no recurrentes y costes puntuales
- Preparación de una visión clara de beneficio operativo (lo que el negocio genera “de verdad”)

Tip de campo: muchos precios se ajustan por pequeñas cosas: un renting mal explicado, un préstamo del socio, un gasto único... Si lo dejas claro antes, negocias desde la fortaleza.

1.2. Dependencias y riesgos (los “por si acaso” que el comprador no perdonará)

- ¿Cuánto depende la empresa de ti (dueño)?
- ¿Hay 1-2 clientes que concentran demasiado?
- ¿Hay proveedores críticos sin alternativa?
- ¿Hay licencias, permisos o homologaciones clave?
- ¿Hay conflictos laborales, reclamaciones o inspecciones abiertas?

No se trata de “disfrazar” nada, sino de anticipar: si hay un punto sensible, se trabaja antes o se prepara cómo contarlo.

1.3. Contratos y documentación base

- Estatutos y poderes vigentes
- Contratos principales con clientes/proveedores (y sus cláusulas de cambio de control)
- Contratos laborales y situación real de plantilla
- Propiedad de marca, dominio, software, licencias, maquinaria (lo que sea clave)
- Alquileres: duración, prórrogas, fianzas, condiciones de salida

FASE 2 — Valoración: poner un precio razonable (y defendible)

Aquí hay dos errores típicos:

1. pedir “lo que me gustaría”,
2. pedir “lo que escuché que vendió otro”.

Lo que funciona es **precio con argumentos**.

2.1. Elegir enfoque de valoración

- Valoración por múltiplos (muy común en pymes)
- Valoración por descuento de flujos (si hay proyecciones sólidas)
- Valoración patrimonial (si el peso está en activos/inmuebles)
- Ajustes por deuda, caja, circulante, inversiones necesarias, etc.

2.2. Definir estructura de precio (no solo “la cifra”)

- Precio fijo vs variable (earn-out)
- Pago al contado vs aplazado
- Retenciones/escrow por garantías
- Si te quedas: % y derechos (socio minoritario bien atado)

FASE 3 — Estrategia y confidencialidad: vender sin que se entere medio mundo

Una filtración puede:

- poner nervioso al equipo,
- inquietar a clientes,
- activar rumores,
- o dar ventaja a competidores.

3.1. Preparar materiales de venta

- Teaser (1-2 páginas, sin datos sensibles, para abrir interés)
- NDA / acuerdo de confidencialidad antes de dar información seria
- Dossier / cuaderno de venta (historia, números, operaciones, oportunidades)
- Data room (carpeta estructurada con documentación para due diligence)

3.2. Selección de compradores (no todo vale)

- Comprador estratégico (sinergias)
- Inversor financiero (busca rentabilidad y gestión)
- Competidor (posible, pero exige control extremo de información)
- Relevo generacional/management buyout (si aplica)

Idea clave: el “comprador perfecto” no es el que promete más; es el que puede cerrar (financiación, experiencia, tiempo, encaje real).

FASE 4 — Contacto y ofertas: pasar de “interesados” a “ofertas comparables”

4.1. Gestión del proceso comercial

- Lista larga y lista corta de compradores
- Calendario de contactos y seguimiento
- Respuestas homogéneas (Q&A) para que todos compitan con la misma info
- Registro de conversaciones (para que no se te escape nada)

4.2. Recibir ofertas “bien hechas”

Cuando lleguen ofertas, intenta que no sean solo una cifra. Pide que incluyan:

- Precio y forma de pago
- Qué están comprando (acciones vs activos)
- Condiciones (financiación, exclusividad, approvals)
- Calendario estimado
- Alcance de due diligence
- Permanencia del vendedor y transición

FASE 5 — Carta de intenciones (LOI) y exclusividad: el punto donde se decide el ritmo

La LOI (o “oferta no vinculante”) es el puente entre interés y operación real.

5.1. Qué debe quedar claro en una LOI decente

- Precio y mecanismo (locked box, cuentas a cierre, etc.)
- Qué se incluye y qué no (deuda, caja, circulante...)
- Periodo y condiciones de exclusividad
- Plan de due diligence y acceso a información
- Quién paga qué costes
- Estructura básica de garantías

Consejo de CEO a CEO: una exclusividad mal planteada te deja “atado” a un comprador que luego aprieta. Exclusividad sí, pero con calendario y hitos.

FASE 6 — Due diligence: la auditoría que hay que preparar.

La due diligence no es una “desconfianza”: es el comprador confirmando que lo que le contaste es cierto.

6.1. Checklist de due diligence típica en pymes

- Financiera (calidad del beneficio, deuda, márgenes, caja)
- Fiscal (impuestos presentados, riesgos, contingencias)
- Laboral (contratos, antigüedades, conflictos, convenios)
- Legal/mercantil (estatutos, poderes, litigios, contratos clave)
- Comercial (clientes, concentración, churn, pricing)
- Operativa (procesos, proveedores, sistemas)
- Tecnológica y datos (si aplica)

6.2. Punto fiscal importante (sin tecnicismos, pero con cabeza)

Dependiendo de la estructura, hay implicaciones de IVA/ITP. Por ejemplo, en España la **transmisión de una unidad económica autónoma** puede estar **no sujeta a IVA** si cumple requisitos concretos. Esto está recogido en el artículo 7 de la Ley del IVA y en guías de la Agencia Tributaria.

Y en ventas de participaciones/acciones, como regla general, estas transmisiones suelen estar exentas de IVA y de ITPAJD, aunque existen supuestos especiales (por ejemplo, cuando hay inmuebles y ciertas condiciones) que conviene revisar caso a caso.

Nota: esto no sustituye asesoramiento fiscal. Aquí el objetivo es que sepas dónde suelen estar las minas.

FASE 7 — Contrato (SPA/APA) y negociación final: donde se protege lo acordado

Aquí se firma el “de verdad”. Y aquí también aparecen las tensiones: garantías, retenciones, no competencia...

7.1. Cláusulas que casi siempre se negocian

- Declaraciones y garantías (reps & warranties)
- Límites de responsabilidad (cap, mínimos, plazos)
- Retención/escrow por contingencias
- No competencia y no captación (si aplica)
- Condiciones suspensivas (financiación, permisos, consentimientos)
- Mecanismo de ajuste de precio (si existe)

7.2. Plan de transición

- ¿Te quedas X meses? ¿Con qué funciones?
- ¿Qué pasa con el equipo?
- ¿Cómo se comunica a clientes/proveedores?
- ¿Qué hitos se consideran “entrega completada”?

Un plan de transición claro reduce riesgo percibido... y eso protege el precio.

FASE 8 — Cierre: firma, cobro y “día 1” postventa

8.1. Checklist de cierre

- Firma de contratos
- Pago según lo pactado (y comprobación)
- Cambios de poderes y administración
- Notificaciones a bancos/proveedores clave (según caso)
- Comunicación interna (con relato bien cuidado)
- Plan de 30-90 días (seguimiento de transición)