

¿Cuánto vale mi Empresa?



Esta es la pregunta del millón. Como abordamos este tema?

Bien propongo dar una vuelta al tema y mirarlo desde otro ángulo.

El procedimiento tiene tiempos y plazos.

Pensemos por un momento que lo que quieres hacer es comprar una compañía y no valorar la tuya.

Estos son los temas que te tiene que interesar ver cuando lo planteas desde ese ángulo:

- 1) Posición estratégica
- 2) Management
- 3) Clientes
- 4) Recursos humanos únicos
- 5) Tecnología novedosa, muy especial o que nadie tiene al momento del deal.
- 6) Situación económica financiera (incluye todos los aspectos impositivos legales)

Al momento de la intención de compra planteamos algunas preguntas que surgen para cada uno de los ítems y las contestamos.

- 1) Posición Estratégica: Que aporta la compra de esta empresa a mi estrategia ¿? Construyo nuevas barreras de entrada al sector ¿? Puede competir mejor y crecer haciendo la inversión ¿? Puedo cuantificar económica y financieramente todos los factores diferenciales mencionados anteriormente ¿? Con que grado de certeza ¿? Contribuye con nuevos procesos de fabricación /servicios que me dan una ventaja competitiva significativa por algún tiempo ¿?

La adquisición contribuye con intangibles como imagen y prestigio ¿?

- 2) Management: El management, me interesa que quede en la compañía ¿o no forman parte de la nueva si fusiono ambas ¿? Es un recurso crítico o puedo prescindir desde el día 1.
(Generalmente el management se queda 6 m/1 año hasta que entra el nuevo a manejar la compañía y entendió como funciona todo)
- 3) Clientes. Cuantos clientes tiene la empresa, como rankean: cuadro de ingreso histórico cuadro de ingreso proyectado.
Hay un contrato/convenio firmado con los clientes ¿Qué plazo tiene ¿? Quién los atiende, los operadores de Marketing/vendedores que atienden los clientes que se transfieren va a seguir en la compañía después de la compra ¿?
Que potencial tienen los clientes ¿? cuanto pueden crecer y en qué plazo ¿?
Que competencia tengo en el mercado ¿Mi servicio al cliente es sofisticado y unico o el cliente me puede reemplazar fácilmente con otro proveedor.
Cuál es el presupuesto de comunicación y publicidad que voy a manejar en los próximos 12 meses posteriores a la compra ¿?
- 4) RRHH únicos. Tienen en el equipo de la empresa que voy a comprar algún recurso humano estrella, con habilidades especiales, un investigador único en el mercado o son average ¿Que me cuesta reformular la plantilla de RRHH y reemplazarlo por nuevo o no ¿? Está considerada esta situación en el deal de compra, están las indemnizaciones deducidas del precio que tengo que pagar ¿?
- 5) Tecnología novedosa. Tiene la compañía registrado a su nombre programas, aplicaciones o procedimientos novedosos, productos a lanzar que pueda utilizar /vender o que funcionen como valor agregado al precio de compra ¿ O simplemente utilizan todos los programas estándar disponibles en el mercado. Puedo relanzar productos /servicios con una inversión mínima ¿?
- 6) Situación económica y financiera. La información que presenta la compañía en la que estoy interesado tiene validados/auditados los activos, pasivos y patrimonio neto ¿? Hay Deudas impositivas /Laborales, son susceptibles de renegociar ¿?. A que monto llegan las contingencias ¿?

La compañía utiliza presupuesto como herramienta de gestión ¿?Cuál es el resultado proyectado de este año ¿? Del próximo año ¿? Si al comprar la

compañía puedo hacer economías de escala, cual es el diferencial de ganancia sobre el presupuesto original.

Cuál es la tir de la compra ¿? Que pasivos ocultos puede tener la compañía que estoy comprando ¿? Los socios retiran dividendos al comprar/vender o los dejan como resultados acumulados ¿?

A partir de cuándo se puede hacer un due diligence y cuanto puede durar (tiempo se determina en función del scope a revisar). Que compromisos asume la compañía en el corto mediano largo plazo ¿?

Estas son algunas de las muchas preguntas que se pueden hacer cuando compran una compañía.

Finalmente luego de tener toda la información entendemos y fijamos el precio que estamos dispuestos a pagar.

Marzo 2013
ramiro@adfilmconsulting.com