

GUÍA SIGMA PARA VENDER UNA PYME

Cómo preparar, valorar, negociar y cerrar la venta de una empresa familiar en España

Hoja de ruta práctica para propietarios que contemplan una desinversión total o parcial.

EDICIÓN PARA EMPRESARIOS



01 Antes de vender: decidir bien

La primera decisión no es el precio. Es definir qué desea obtener el accionista, qué quiere preservar y cuál será su papel tras la operación.

Cinco preguntas que conviene responder

01**¿Cuánto vender?**

El 100 %, una mayoría o una participación minoritaria.

02**¿Qué papel mantener?**

Salida completa, transición temporal o reinversión junto al comprador.

03**¿Cuánto cobrar y cuándo?**

Liquidez al cierre frente a pagos diferidos, pagos variables y garantías.

04**¿Qué legado proteger?**

Empleo, marca, ubicación, clientes y continuidad de la empresa.

05**¿Existe acuerdo entre socios?**

Objetivos, gobierno y autorización de las decisiones críticas.

La visión de SIGMA

Los objetivos económicos y personales deben fijarse antes de acercarse al mercado: el mejor comprador no siempre ofrece el precio nominal más alto.

02 Elegir el momento y preparar la empresa

Una empresa se vende mejor cuando sus resultados son explicables, sus riesgos están acotados y su crecimiento no depende exclusivamente del propietario.

Seis determinantes de la capacidad de venta

01**Ingresos**

Recurrencia, contratos, concentración de clientes y visibilidad comercial.

02**Rentabilidad**

EBITDA sostenible, márgenes consistentes y costes identificados.

03**Caja**

Conversión del beneficio en efectivo, cobros, existencias e inversión.

04**Organización**

Autonomía directiva, procesos, información de gestión y dependencia del fundador.

05**Riesgos**

Litigios, fiscalidad, licencias, ciberseguridad y concentración de proveedores.

06**Crecimiento**

Oportunidades concretas, inversiones requeridas y previsiones defendibles.

Preparar con antelación, sin esperar al año perfecto

Prepararse durante 6-18 meses puede mejorar la posición negociadora; el plazo varía en cada caso. Antes de salir al mercado, resolver cuentas sin conciliar, pérdidas no explicadas, conflictos entre socios y documentación incompleta.

03 Preparar el equipo y ordenar las cifras

Vender la empresa es un proyecto extraordinario que debe convivir con la gestión diaria. La preparación financiera y un equipo compacto evitan sorpresas costosas.

Un equipo con responsabilidades claras

Propiedad

Objetivos, decisiones y aprobación de las condiciones esenciales.

Asesor M&A sell-side

Valoración, proceso competitivo, contactos, ofertas y negociación.

Abogados y asesores fiscales

Estructura, contingencias, contrato de compraventa y fiscalidad.

Dirección financiera y operativa

Información, normalización del EBITDA, riesgos y continuidad.

El paquete financiero mínimo

01

3-5 ejercicios

Cuentas anuales y cuenta de resultados por negocio o segmento.

02

EBITDA normalizado

Ajustes recurrentes y extraordinarios sustentados con evidencia.

03

Tesorería y circulante

Deuda financiera, caja, inventarios, cobros y proveedores.

04 Encontrar al comprador adecuado

Una búsqueda estructurada amplía las alternativas y permite comparar precio, solvencia, encaje estratégico y continuidad. SIGMA diseña el proceso con la propiedad.

Compradores industriales

Empresas que buscan mercados, clientes, tecnología, capacidad o sinergias.

Inversores financieros

Fondos de capital privado y otros inversores cuyo perfil encaje con el negocio y la operación.

Cómo abordamos la búsqueda y el contacto

01

Definir el universo de compradores

Mapear candidatos nacionales e internacionales según sector, tamaño, geografía y lógica de adquisición.

02

Investigar y priorizar candidatos

Analizar adquisiciones previas, estrategia, capacidad financiera y encaje; acordar con la propiedad la lista de contacto.

03

Contactar de forma discreta

Acercamiento individual con teaser anónimo; revelar información sensible tras el acuerdo de confidencialidad.

04

Cualificar el interés y generar alternativas

Contrastar capacidad y voluntad de compra, coordinar reuniones y ofertas, y mantener seguimiento y competencia cualificada.

Un proceso adaptado a cada empresa

Negociación bilateral, proceso dirigido a un grupo reducido o búsqueda más amplia. La cobertura y el ritmo se acuerdan con el vendedor, preservando la confidencialidad.

05 Valorar la empresa y el importe a recibir

La valoración no depende solo de un múltiplo. El comprador analiza la calidad del EBITDA, su conversión en caja, la concentración de riesgos y el potencial de crecimiento.

Del EBITDA al valor de las participaciones

EJEMPLO ILUSTRATIVO · NO ES UNA REFERENCIA DE MERCADO

EBITDA normalizado × múltiplo	1,8 M€ × 6,5
Valor de empresa (Enterprise Value)	11,7 M€
Menos deuda financiera	- 2,2 M€
Más caja excedentaria	+ 0,4 M€
± Ajuste por capital circulante	- 0,3 M€
Valor de las participaciones (Equity Value)	9,6 M€

Qué impulsa el valor

Ingresos recurrentes y clientes diversificados.

Márgenes sostenibles y baja inversión de mantenimiento.

Equipo autónomo y crecimiento defendible.

Qué suele penalizarlo

Dependencia del fundador o de pocos clientes.

EBITDA ajustado poco defendible.

Caja débil, litigios o inversión futura elevada.

La visión de SIGMA

El precio anunciado no equivale al importe neto que recibe el vendedor.

06 Presentar la compañía al mercado

La información comercial y financiera debe transmitir una historia de inversión creíble, anticipar preguntas y proteger la identidad de la compañía.

Documentación escalonada y confidencial

01**Teaser**

Presentación anónima para explorar interés sin revelar la sociedad.

02**Acuerdo de confidencialidad (NDA)**

Antes de entregar información sensible.

03**Memorando de información (CIM)**

Modelo de negocio, ventajas, equipo y resultados históricos.

04**Sala de datos (data room)**

Repositorio digital con control de acceso y trazabilidad.

05**Reuniones**

Presentación directiva, preguntas y visitas coordinadas.

Qué debe poder demostrar la empresa

Calidad y recurrencia de ingresos, diferenciación, capacidad directiva, conversión de beneficios en caja y un plan de crecimiento defendible.

07 Negociar precio, condiciones y riesgos

Una oferta elevada puede ser inferior a otra con más efectivo al cierre y menos contingencias. Conviene comparar propuestas con una matriz común.

Ocho variables que realmente importan

01 Precio base

Valor de empresa y precio de las participaciones.

02 Cobro inicial

Importe efectivamente recibido al cierre.

03 Pago aplazado

Plazos y garantías de cumplimiento.

04 Pago variable (earn-out)

Variables, control, plazo y verificabilidad.

05 Capital circulante

Nivel objetivo y criterios de normalización.

06 Contingencias

Indemnizaciones, límites y retenciones.

07 Exclusividad

Alcance, duración y condiciones para terminarla.

08 Transición

Permanencia, responsabilidades y no competencia.

Protecciones para los pagos aplazados

Según el caso: aval, depósito en garantía (escrow), garantía corporativa, prenda, vencimiento anticipado y restricciones contractuales. Deben diseñarse con asesoramiento legal.

08 Due diligence, cierre y transición

La revisión del comprador confirma la información ofrecida, mide contingencias y puede afectar al precio. Preparación, trazabilidad y rapidez mejoran la posición del vendedor.

Revisión del comprador: seis frentes

01**Financiera**

EBITDA, deuda, caja y circulante.

02**Legal y fiscal**

Contratos, impuestos, litigios y licencias.

03**Comercial**

Clientes, concentración y recurrencia.

04**Laboral**

Plantilla y equipo directivo esencial.

05**Operativa y tecnología**

Proveedores, sistemas, inversión y seguridad.

06**Ambiental y sostenibilidad**

Permisos y riesgos sectoriales.

Definir el cierre y la continuidad

Acordar condiciones precedentes, ajustes finales, pagos, entrega de poderes y transición. Si el fundador continúa, fijar duración, funciones, retribución y capacidad de decisión.

Principio SIGMA

Preservar la actividad ordinaria y evitar sorpresas hasta el cierre.

Tengamos una primera conversación

Un primer intercambio permite entender sus objetivos, situar la compañía y valorar los próximos pasos de una posible operación.

Cuatro bloques para comenzar

01**Objetivos de la propiedad**

Qué participación contempla vender, sus prioridades y el papel que desearía mantener.

02**Situación del negocio**

Actividad, mercados, clientes, equipo y principales ventajas competitivas.

03**Información financiera disponible**

Últimas cuentas, evolución de ventas y EBITDA, deuda, caja y necesidades de inversión.

04**Calendario y condicionantes**

Horizonte de salida, acuerdos entre socios y aspectos que puedan condicionar el proceso.

El objetivo del primer paso

Definir un punto de partida realista: qué preparar, qué decisiones tomar y cómo avanzar con discreción, preservando la actividad de la empresa.

Experiencia global. Compromiso personal.

El rigor y la experiencia de una gran firma, con la cercanía y la implicación de un equipo que hace suyo su proyecto.

Combinamos experiencia en banca de inversión y gestión empresarial para acompañar al propietario en una decisión económica y personal decisiva.

Lo que aporta SIGMA a su operación

Rigor financiero y estratégico

Preparación de cifras, valoración y argumentos de inversión sólidos para defender el valor de la empresa.

Perspectiva global

Búsqueda selectiva de compradores industriales e inversores, nacionales e internacionales, según el encaje de la operación.

Cercanía e implicación personal

Interlocución directa, conocimiento del negocio y acompañamiento en las decisiones, de principio a fin.

Foco en los intereses del vendedor

Confidencialidad, competencia entre compradores y negociación del precio, el cobro y la certeza de cierre.

Un objetivo compartido: resultados excepcionales.

Solicite una conversación confidencial sobre la venta de su empresa

José María Vegas Cordobés

jmvcach@sigmacapitalconsulting.com

+34 676 749 036

Eva Parrilla Escobar

eva.parrilla@sigmacapitalconsulting.com

+34 686 351 696



SIGMA
CAPITAL & CONSULTING

Experiencia global. Compromiso personal.

Un objetivo: resultados excepcionales.

Hablemos de su proyecto con confidencialidad.

José María Vegas Cordobés

jmvcach@sigmacapitalconsulting.com

+34 676 749 036

Eva Parrilla Escobar

eva.parrilla@sigmacapitalconsulting.com

+34 686 351 696

MADRID

Paseo de la Castellana, 264, 5º
28043 Madrid · España

VALLADOLID

C/ San Ignacio, 11
47003 Valladolid · España

NUEVA YORK

42 Broadway, Suite 1227 - 480
New York, NY 1004 · Estados Unidos

BARCELONA

C/ Bonavista, 24-1
08960 Sant Just d'Esvern
Barcelona

www.sigmacapitalconsulting.com

Asesoramiento en compraventa de empresas · Sell-side M&A