

**FUSIONES Y ADQUISICIONES · VENTA DE EMPRESAS (SELL-SIDE)**

# Vender bien no es encontrar un comprador: es conducir un proceso

El precio final de una venta lo define menos el comprador y más el proceso. Un proceso ordenado y competitivo es lo que permite capturar valor —y parte de las sinergias.

Muchas ventas empiezan por el final: aparece un interesado, se negocia de forma bilateral y se cierra sin alternativas. Sin competencia, el vendedor termina entregando al comprador casi toda la sinergia. Un proceso estructurado invierte esa lógica y ordena la venta en cinco fases:

**LAS CINCO FASES DE UN PROCESO DE VENTA**

**Qué cambia un proceso ordenado**

La preparación reduce sorpresas en el due diligence; el mapeo amplio asegura alternativas reales; la aproximación confidencial protege la operación; y la competencia entre interesados traslada poder de negociación al vendedor. El proceso no es burocracia: es la herramienta que defiende el precio.

**Qué significa para tu empresa**

- ◆ Un solo comprador rara vez ofrece su mejor precio; la competencia sí lo exige.
- ◆ Prepararse antes de salir al mercado evita descuentos por riesgo en el due diligence.
- ◆ La confidencialidad y el control de los tiempos protegen el negocio y al equipo durante el proceso.
- ◆ Un asesor independiente sostiene la tensión competitiva sin desgastar la relación con el comprador.