

FUSIONES Y ADQUISICIONES · CUÁNDO CONSIDERAR UNA VENTA

El mejor momento para vender casi nunca es cuando hay que vender

Vender no es rendirse: es una decisión estratégica de timing. Y el mejor resultado se obtiene vendiendo desde la fortaleza, no desde la urgencia.

La pregunta «¿debería vender?» suele aparecer tarde —cuando el negocio ya se complicó o el dueño se cansó—. Pero la venta estratégica se decide antes: cuando la empresa está sana y el mercado tiene apetito. Vender en ese cuadrante captura el mejor valor; vender forzado, lo entrega. Reconocer las señales a tiempo es lo que permite **elegir** el momento en vez de sufrirlo:



Señales que abren la conversación

Internas: sucesión sin relevo claro, patrimonio familiar concentrado en un solo activo, desalineación entre socios o la etapa del fundador. **Externas:** una ventana de mercado con múltiplos altos, consolidación del sector, una oferta no buscada o la necesidad de escala y capital que la familia no puede o no quiere aportar.

Qué significa para tu empresa

- ◆ Vender desde la fortaleza —empresa sana, mercado favorable— captura mucho más valor que vender por necesidad.
- ◆ Una oferta no buscada no es una decisión: es una señal para evaluar con proceso y alternativas.
- ◆ Concentrar el patrimonio familiar en un solo activo es un riesgo; una venta parcial diversifica sin perder el control.
- ◆ Explorar la opción de vender no obliga a vender: da información para decidir con criterio.