

Estrategias de “salida empresarial”

8 de noviembre de 2021



Autor: Arnie Zareei Bogoya

Miembro del equipo de trabajo del Proyecto Edufinet

Artículo publicado en el Diario Sur con fecha 04/10/2021.

Nadie comienza un proyecto pensando en cómo acabará, ya sea para bien o para mal, pero sí que es necesario tener siempre en mente una “estrategia de salida” (*exit*). Podemos identificar un *exit* con una previsión de salida de una empresa en los casos de transmisión o, indirectamente, de liquidación de una posición en un activo financiero, ya sea porque se han cumplido los objetivos de rentabilidad o porque se trata de una actividad que no ha tenido éxito. Existen muchos escenarios que pueden originar un *exit*: fusión o absorción, salida a bolsa, cierre...

Cuando se crea una empresa nueva, como fundadores hemos de tener en mente lo que queremos conseguir. El objetivo puede ser crear una empresa de alto potencial y que la compren, que se fusione con otra más

grande o ser una de las “entidades líder”. En función del plan a largo plazo, la estrategia va cambiando. Si deseamos ganar dinero vendiendo la compañía, entonces nuestros esfuerzos se centrarán en la transmisión o en una fusión, mientras que si queremos consolidar la *startup* en el mercado, el *exit* puede darse con motivo de una salida a bolsa y la consolidación como empresa líder en el sector.

Vender una empresa de nueva creación se considera una de las situaciones más óptimas, ya que suele generar importantes beneficios tanto para los fundadores como para los inversores. Suele ser una empresa líder del sector la que se interese por hacerse con acciones de nuestra empresa o una posible compraventa parcial de sus activos (por ejemplo, cuando se vende una patente o toda una cadena de producción).

Si lo que queremos es buscar nuevos inversores, es importante considerar que estos “invierten para desinvertir”. Esto quiere decir que invierten dinero en la empresa, para, al medio plazo, obtener cierta rentabilidad.

¿Cómo se generará rentabilidad para los inversores? Uno de los aspectos que determinan la rentabilidad de una empresa de nueva creación es la estrategia de *exit*; se puede establecer un plan para que, por ejemplo, la compañía sea vendida o se fusione, lo que generará beneficios para los fundadores e inversores.

La fusión es una de las opciones a considerar que suele reportar grandes beneficios, ya que la *startup* se puede fusionar con una de las empresas maduras en el sector, por lo que podremos aprovechar la tecnología, la marca y el mercado en el que sea líder.

La salida a bolsa, a largo plazo y en una fase de consolidación y maduración de la empresa, se puede dar por una Oferta Pública de Venta (OPV) en la que la valoración que haga el mercado de la empresa marca los beneficios que obtendrán los fundadores e inversores, si deciden vender todo o parte de sus acciones. Es una opción que toman los emprendedores que desean que su marca sea una de las líderes en el mercado y no piensan en la venta.

La previsión a la hora de establecer una estrategia de *exit* también debe incluir una opción negativa: el cierre de la empresa. Cuando las cosas se complican también podemos planificar con el fin de minimizar los daños. Si desde el inicio se decide, por ejemplo, la responsabilidad de cada socio, las pérdidas soportables, un objetivo temporal, etc., podremos emprender y actuar con cierto margen de maniobra. En este caso, al cesar la actividad se frustra la posibilidad de recuperar la inversión; por ello, debemos estar preparados para el peor de los escenarios, aunque cualquier emprendedor e inversor tratará de evitar, obviamente, tal situación.

*Edufinet es un proyecto promovido por Unicaja Banco y la Fundación Unicaja.