MAURICIO OLAYA
Socio principal del Estudio Muñiz



M&A: QUE LA VENTA NO TE DISTRAIGA

●● Una de las recomendaciones más usuales a quienes se encuentran evaluando o han decidido dar inicio a un proceso de venta es que ese proceso no distraiga las operaciones de la empresa; entre otras razones, porque: (i) no siempre se logrará que la venta se materialice y, si así ocurriera, la idea es que ello tenga el menor impacto posible y (ii) la empresa siga teniendo una adecuada 'performance' para mantener activo el interés del comprador y las cuentas sobre las cuales se calcula su valor. No siempre la ejecución de la transacción puede llevarse a cabo sin generar impactos. Dentro de los principales factores podríamos mencionar: (i) Requerimiento extraordinario de información: atendido por los ejecutivos de la empresa para la elaboración de documentos informativos, valuación, cuarto de datos, entre otros. Esto puede tener "niveles de distracción" significativos en empresas ligeras en términos de equipos con un impacto no deseado en las actividades.

(ii) Preocupación acerca del futuro por parte de los colaboradores y ejecutivos: la incertidumbre sobre el futuro puede tener un impacto en quienes puedan haber conocido o "reconocido" que existe un proceso de venta. Si el comprador fuera un competidor, algunos ejecutivos o colaboradores podrían considerar que su posición será redundante. La existencia de bonos extraordinarios, en caso de venta, podría ser una medida correcta para mantenerlos alineados tanto con el proceso como con el día a día.

"No siempre la ejecución de la transacción puede llevarse a cabo sin generar impactos"

(iii) Inversiones o gastos: en medio de un proceso de venta se cuestiona la conveniencia de llevar a cabo inversiones o incurrir en determinados gastos que podrían ser inocuos o incluso contrarios al valor de la empresa. Por ejemplo, la realización de ciertas inversiones cuyos beneficios no reconocerá el comprador para fines de su oferta.

(iv) El cuidado de negociar con un competidor: finalmente, aunque la lista de temas según cada caso puede ser más extensa, más allá del cumplimiento de las normas de libre competencia, desde el lado del M&A es fundamental conducir el proceso de manera cuidadosa. Nada asegura que la venta llegue a materializarse, pero al margen de la existencia de un convenio de confidencialidad, lo que no debería ocurrir es que el impacto del intento de venta fallido lleve consigo una pérdida de valor o competitividad.

El Comercio no necesariamente coincide con las opiniones de los articulistas que las firman, aunque siempre las respeta.