

CINCO CONSEJOS PARA VENDER TU EMPRESA FAMILIAR

Grupo JDA

www.jda.es · contacto@jda.

CINCO CONSEJOS PARA VENDER TU EMPRESA FAMILIAR



La venta de una empresa familiar es una de las **decisiones más complejas** que puede afrontar un empresario. No solo implica una operación financiera, sino también una dimensión emocional, patrimonial y estratégica. A diferencia de otras transacciones corporativas, aquí entran en juego la historia, los valores y, muchas veces, el legado de varias generaciones.

Para que el proceso sea exitoso y se **maximice el valor obtenido**, es fundamental prepararlo con bastante antelación y abordarlo de manera profesional. Es muy importante ir **acompañado de un equipo profesional** con experiencia en este tipo de transacciones.

A continuación, te compartimos **cinco consejos esenciales.**

1. PREPARAR LA EMPRESA CON TIEMPO



Uno de los errores más comunes es empezar a preparar la venta cuando ya se ha tomado la decisión de vender. Lo recomendable es iniciar este proceso con **entre dos y tres años de antelación**, e incluso antes si es posible.

Esto implica:

- **Ordenar la contabilidad** y garantizar la máxima transparencia financiera.
- **Auditar las cuentas de la compañía**, en caso de que aún no se haga.
- **Profesionalizar la gestión** si todavía depende en exceso de la familia.
- **Reducir riesgos legales, fiscales o laborales.**
- **Diversificar clientes y proveedores** cuando existe una concentración significativa.
- **Analizar si la estructura de capital** es la más adecuada para optimizar la venta. En algunos casos puede ser conveniente separar los inmuebles que están dentro de la empresa y que el comprador probablemente no querrá adquirir. Asimismo, estudiar la posibilidad de una estructura tipo **holding** puede facilitar la transmisión.

Todos estos aspectos son clave y, en gran medida, determinarán que la experiencia de venta de la empresa familiar sea más o menos satisfactoria.

Una empresa bien estructurada, transparente y menos dependiente del fundador **resulta mucho más atractiva para los potenciales compradores.**

2. SEPARAR EMOCIONES DE DECISIONES

Seguramente existirán muchas razones por las que una familia decide vender su empresa. La más habitual suele ser la falta de relevo generacional, aunque, por supuesto, pueden existir muchos otros motivos.

En una empresa familiar, el negocio no es solo una fuente de ingresos: **forma parte de la identidad de la familia**. Por ello, uno de los mayores retos en el proceso de venta es **separar la dimensión emocional de la racional.**

En este contexto, es fundamental evitar conflictos familiares que puedan interferir en la negociación o afectar al desarrollo del proceso.

La familia debe definir **objetivos claros** —como el precio esperado, la continuidad del equipo directivo o el futuro del proyecto— y **tomar decisiones basadas en criterios financieros y estratégicos**, no en criterios sentimentales.

Además, contar con **asesores externos puede resultar clave** para aportar objetividad, facilitar la toma de decisiones y reducir posibles tensiones internas.



3. ESTABLECER UN PRECIO REALISTA

Muchos propietarios tienden a sobrevalorar su empresa debido al esfuerzo personal y a los años que han invertido en ella. Sin embargo, el mercado no paga por la historia ni por el sacrificio realizado, sino por los resultados actuales, los riesgos asumidos y las perspectivas de crecimiento futuro.

Por ello, es recomendable que la familia cuente con una **valoración realizada por un experto independiente** antes de fijar expectativas sobre el valor de la empresa.

En términos generales, las valoraciones y, en consecuencia, **los precios de mercado** suelen basarse en f**actores como los siguientes:**



• **EBITDA y márgenes**

Cuanto mayor sea el EBITDA, mayor será, en principio, la valoración de la empresa.

El mercado suele utilizar métodos simplificados basados en múltiplos de EBITDA, ajustados por la posición financiera neta.

Esto significa que es habitual recibir ofertas que valoren la compañía en “n” veces el EBITDA generado en el último año, minorado por la posición financiera neta (deuda financiera menos tesorería).

El múltiplo (“n”) dependerá de diversos factores, aunque generalmente está muy ligado al potencial de crecimiento de la empresa y al grado de madurez del sector en el que opera.

3. ESTABLECER UN PRECIO REALISTA



- **Posición competitiva**

La posición competitiva de la compañía también puede influir en el múltiplo aplicado.

En gran medida, las expectativas de crecimiento futuro dependen de la fortaleza competitiva de la empresa dentro de su mercado.

- **Potencial de crecimiento**

Como se ha indicado, el potencial de crecimiento influye de forma significativa en el múltiplo utilizado en la valoración: a mayor potencial de crecimiento, mayor suele ser el múltiplo aplicado.

- **Riesgos del sector**

En modelos de valoración más rigurosos, el riesgo del sector influye directamente en la tasa de descuento utilizada. Cuanto mayor es el riesgo percibido, mayor será la tasa de descuento aplicada y, en consecuencia, menor la valoración resultante de la empresa

4. ELEGIR EL COMPRADOR ADECUADO

No siempre la mejor oferta es necesariamente la más alta. En el caso de las empresas familiares, además del precio, conviene valorar otros aspectos que pueden resultar determinantes para el futuro del proyecto empresarial y de las personas que forman parte de él.

Entre otros factores, es r**ecomendable analizar:**

- Si el comprador garantizará la **continuidad del equipo**.
- Si respetará la **cultura** y los valores de la empresa.
- Si facilitará una **transición ordenada** que permita transferir el conocimiento y mantener la estabilidad del negocio.
- Si propone fórmulas de operación flexibles, como **estructuras de pago mixtas** (un pago inicial combinado con un componente variable), o la posibilidad de que los propietarios permanezcan durante un tiempo como asesores o directivos.

Asimismo, es importante tener en cuenta que existen distintos **tipos de compradores,** cada uno con objetivos y enfoques diferentes. Entre los más habituales se encuentran:

- **Competidores o empresas del mismo sector**, que buscan ganar cuota de mercado o generar sinergias.
- **Fondos de inversión**, cuyo objetivo suele ser impulsar el crecimiento de la compañía para venderla posteriormente.
- **Directivos internos** (MBO), que adquieren la empresa para continuar desarrollando el proyecto empresarial.
- **Inversores estratégicos**, interesados en integrar la compañía dentro de un proyecto industrial más amplio.

Cada uno de estos perfiles puede implicar diferencias relevantes en términos de **control, continuidad del negocio y cultura.**

5. DISEÑAR BIEN LA TRANSACCIÓN



La venta de la empresa no termina con la firma del acuerdo. La etapa posterior a la operación es especialmente crítica para garantizar la **estabilidad del negocio y preservar el valor de la compañía.**

Una transición bien planificada puede incluir, entre otros aspectos:

- La **permanencia temporal del fundador** o de miembros clave del equipo directivo, con el fin de facilitar la transferencia de conocimiento y asegurar la continuidad operativa.
- Una **comunicación clara y ordenada** a empleados, clientes y otros grupos de interés, evitando incertidumbres que puedan afectar al negocio.
- Un **plan de integración progresiva**, especialmente cuando el comprador pretende incorporar la empresa a una estructura empresarial más amplia.
- Un **acompañamiento estratégico** durante los primeros meses, que permita al nuevo propietario comprender mejor el funcionamiento del negocio y sus dinámicas internas.
- La posible existencia de componentes **variables en el precio** de la operación, vinculados a la evolución futura de la empresa.

Diseñar cuidadosamente esta etapa es fundamental: una salida ordenada no solo facilita la continuidad del proyecto empresarial, sino que también protege el legado construido y reduce el riesgo de pérdida de valor tras la operación.

CONCLUSIÓN

La venta de una empresa familiar es un proceso que combina **estrategia, planificación y gestión emocional.**

Prepararse con **anticipación, profesionalizar la empresa y rodearse de asesores expertos** puede marcar la diferencia entre una venta compleja y una operación exitosa.

Más que una simple transacción, se trata de cerrar una etapa con inteligencia y abrir una nueva con seguridad.

Si estás valorando este proceso o necesitas asesoramiento, **no dudes en ponerte en contacto con nosotros**. Estaremos encantados de ayudarte a analizar tu situación y acompañarte en cada fase de la operación.

Grupo JDA



GRUPO JDA ES UN BUFETE DE ABOGADOS, ASESORES FISCALES, LABORALES, ECONOMISTAS Y CONSULTORES DE EMPRESAS CON 40 AÑOS DE EXPERIENCIA

MADRID

BARCELONA

GRANOLLERS

SABADELL

jda.es

NUESTROS SERVICIOS

- Fiscalidad
- Contabilidad
- Laboral y RRHH
- BPO nóminas
- Legal
- Compliance
- Protección de Datos
- Consultoría empresarial y estratégica
- Corporate Finance (M&A, valoración y financiación)
- I+D+i y gestión de subvenciones
- Servicios para empresas, directivos y emprendedores
- Mobilidad Internacional



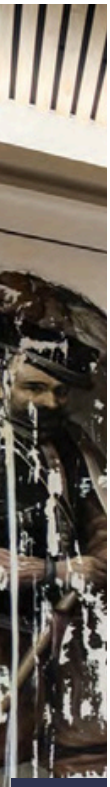


UNO DE LOS MEJORES DESPACHOS EN ESPAÑA

EXPANSIÓN - RANKING 2025

REVISTA EMPRENDEDORES





GRUPO JDA MADRID
Príncipede Vergara43,6ª planta
28001 Madrid
Tel. 91 743 09 68

JDA B&B GESTIÓN
Príncipe de Vergara 43, 6ª planta
28001 Madrid
Tel. 91 743 09 68

GRUPO JDA BARCELONA
Muntaner 262, 6ª planta
08021 Barcelona
Tel. 93 412 76 39

JDA BUXADERAS
Muntaner 262, 6ª planta
08021 Barcelona
Tel. 93 467 43 50

GRUPO JDA GRANOLLERS
Francisco de Quevedo9
08402 Granollers, Barcelona
Tel. 93 860 03 70

GRUPO JDA SABADELL
Sant Antoni Maria Claret1,1º 1ª
08202 Sabadell, Barcelona
Tel. 93 725 91 53

www.jda.es
contacto@jda.es

