«Los empresarios se sorprenden al conocer los criterios de mercado para valorar compañías»

Alejandro Azcona Fundador de Albia Capital

Acefam organiza hoy una jornada con la firma especializada para ofrecer a sus socios las pautas para establecer el precio de sus sociedades

JESÚS LASTRA

Alejandro Azcona, socio fundador de Albia Capital. DM

SANTANDER. ¿Cuánto vale mi empresa? Una pregunta que en ocasiones aflora en la mente de los fundadores y que suele hacerse más recurrente con el paso de generaciones y ante la proximidad de operaciones corporativas, dentro o fuera del grupo societario. De ello va a hablar hoy Alejandro Azcona, socio de Albia Capital, firma vasca especializada en valoraciones corporativas, ante los miembros de la Asociación Cántabra de la Empresa Familiar (Acefam).

–¿Ha llegado ya el momento de que las empresas familiares de Cantabria empiecen a preocuparse de lo que valen sus compañías?

–Dentro de la vida de una empresa, familiar en particular, el aspecto de cuánto vale una organización es un elemento que se produce no más de tres veces durante la vida de la sociedad. En una firma con una trayectoria de 50, 60 o 100 años que sus propietarios se preocupen de su valor es algo esporádico. ¿Cuándo se produce esa preocupación? Puede suceder en momentos en los que hay reordenaciones societarias, con algún cambio dentro de las sociedades que posee la familia y por tanto se requiere conocer el valor de cada una para acometer la operación. También puede ocurrir en momentos con conflictos entre socios y como consecuencia del mismo alguien tenga que salir de la compañía. Otro escenario complementario emerge en firmas que se encuentran en segunda o tercera generación, con un 'árbol' de accionistas demasiado amplio y que requiere reducirlo, sacando del accionariado a las personas que están más desvinculadas.

Estos serían movimientos naturales por la evolución en edad de los dueños de la compañía. Luego hay otras ocasiones provocadas por movimientos empresariales. Puede ser en el momento en que la compañía quiere fusionarse con otra, por lo que a la hora del canje es necesario conocer el valor de cada una. Puede ser ante una compra en la que se paga parte en dinero y otra parte en acciones. Además, si hay falta de sucesión, ante una posible venta.

–Teniendo en cuenta el tipo de perfil tradicional que domina en este tipo de organizaciones, ¿cómo reaccionan cuando se les habla de estos asuntos?

–Cada persona es un mundo. Hablamos de empresas muy personalizadas, muy hechas al carácter y forma de trabajar de los fundadores de la misma. El primer punto de sorpresa cuando se aproximan a la valoración llega con los criterios que el mercado emplea para arrojar un resultado. El empresario seguramente piensa en cuánto valen sus activos, el precio de las máquinas, las existencias... Esos son elementos necesarios para que un negocio funcione, pero no son los que dictan el valor de la compañía. Este lo marca el potencial de mercado, su posición competitiva, las ventajas competitivas, los márgenes que obtiene frente a otros productos de su mismo mercado... También es cierto que hay que diferenciar valor y precio. Una cuestión es el valor, que se consigue con métodos generalmente aceptados; y otra es el precio, lo que el mercado está dispuesto a abonar. Hay casos en que el precio es superior al valor intrínseco y otros casos que sucede al contrario. Ahí es donde influyen todos los parámetros que hemos comentado. El empresario no solicita una valoración técnica, sino cuánto vale en el mercado.

–¿Qué pretenden trasladar a las firmas familiares cántabras con esta jornada?

–Es un curso que nació hace tres años y surgió de conversaciones que vamos teniendo a lo largo del tiempo con empresarios y clientes nuestros. Muchas veces, el mundo del valor de las empresas se ha banalizado. Cualquiera va al bar del polígono y se queda con los comentarios. De ahí a un criterio profesional se producen notables oscilaciones. No es un curso púramente técnico, sino de poner encima de la mesa los fundamentos que valora el mercado, así como casos prácticos. De aquellas reflexiones hubo una primera versión en La Rioja, que generó mucho interés. Es una materia que aporta claves que interesan a los empresarios.

–Desde la distancia, ¿cómo se ve, a nivel general, a este tipo de organizaciones en la región?

–En el tejido empresarial cántabro, en la medida en que nosotros lo conocemos, creemos que domina como perfil el de empresarios hechos a sí mismos. Empresas que nacieron hace 30, 40 o 50 años, que ahora están en segunda generación basadas en hacer bien las cosas. La Cornisa cantábrica se distingue por compañías que hacen bien las cosas, con un buen producto. Quizá ha faltado algo de visión comercial, que sí destaca en otros sitios como el Levante. Suelen tener buena gestión, con seguramente más posibilidad de mercado dado que se han centrado en sus clientes tradicionales. Quizá falta un puntito de ambición.

–¿Cómo ha afectado a las firmas familiares esta crisis tan global?

–En cualquier escenario de crisis, con unos vaivenes de mercado con caídas de ventas de hasta el 50%, la empresa pequeña tiene dos problemas. Acceso a la financiación y mercados más concentrados. Además, no suele haber departamentos de desarrollo de productos que permiten de forma más rápida esa adaptación ante retos como el actual. La internacionalización también ayuda a compensar estas situaciones. Cuando se juntan estos elementos, obviamente cuesta más salir de las crisis. Eso sí, hay que adaptarse cuanto antes.

LAS FRASES

TEJIDO CÁNTABRO

«Suelen tener buena gestión; pero quizá falta un puntito de ambición para ampliar mercado»

CRISIS DEL COVID

«A menor tamaño cuesta más salir; eso sí, hay que adaptarse cuanto antes para continuar»

Marcano ofrece al PP consensuar las reivindicaciones a Madrid sobre las electrointensivas

D. MARTÍNEZ

SANTANDER. El consejero de Industria, Javier López Marcano, ha ofrecido a la presidenta del PP, María José Sáenz de Buruaga, elaborar de forma conjunta la lista de reivindicaciones que Cantabria enviará al Gobierno central para tratar de acabar con los problemas de las industrias electrointensivas de la región. Como recordó la líder de la oposición, en estos momentos las empresas que dependen más de la energía para sacar adelante su producción están pagando por la electricidad el doble que sus rivales alemanas o francesas, lo que supone una desventaja competitiva. El documento de rechazo a la actual regulación será consensuado entre Cantabria, Asturias y Galicia, donde está ahora mismo el borrador. Cuando llegue a la región, la intención de Marcano es introducir las propuestas de agentes sociales y del resto de partidos de la Cámara.

La Cámara de Torrelavega y Cinbesa, en busca de una movilidad más sostenible

DM

SANTANDER. La Cámara de Torrelavega y Cinbesa, clúster de la industria del Besaya, se han unido al reto lanzado por Ship2B junto con otros clústeres para trabajar en la transformación de la movilidad hacia un sector más sostenible y accesible.

Ship2B es una fundación que persigue impulsar la Economía de Impacto, un modelo económico donde el objetivo primordial no es solamente aumentar la rentabilidad económica, sino su impacto social y medioambiental en la sociedad.

A este reto se han sumado las dos entidades cántabras junto a otros clústeres como Railgrup, ClusterMoto, Clúster de l'Energia Eficient de Catalunya (CEEC) y Clúster de la Indústria d'Automoció de Catalunya (CIAC) y Acció, informó la Cámara en una nota. Para este reto se buscan 'startups' que ayuden a encontrar soluciones innovadoras.

pressreader PRINTED AND DISTRIBUTED BY PRESSREADER PressReader.com +1 604 278 4604 COPYRIGHT AND PROTECTED BY APPLICABLE LAW