

M&A: Aspectos prácticos de la Due Diligence

1.- Concepto:

“*Due Diligence*” es el término anglosajón comúnmente utilizado para describir el proceso de revisión o auditoría que un potencial comprador realiza sobre la empresa o activos que desea comprar.

La *Due Diligence* consiste en una revisión del negocio de la empresa, sus estados financieros, su situación legal, o técnica – si se trata de un activo -, el cumplimiento de obligaciones fiscales, laborales, aspectos reputacionales o de cualquier otro aspecto que sea sensible para el adquirente de esa empresa o activo. Se trata, en definitiva, de que el potencial comprador sepa y conozca al detalle lo que va a comprar.

Además, la información obtenida de la *Due Diligence* se va a utilizar para negociar y acordar aspectos tan relevantes como el precio final de la compraventa, su forma de pago, las garantías que en su caso otorgará el vendedor y, si fuese necesario, las condiciones suspensivas que deban pactarse (como, por ejemplo, la obtención previa de licencias administrativas, o la autorización de terceros para la cesión de contratos).

2.- Virtual o presencial:

Hoy en día la mayoría de procesos de *Due Diligence* se realizan de forma virtual utilizando un “*Data Room*” en la nube, es decir, subiendo los documentos a la nube (“*Virtual Data Room*” o “*VDR*”) y dando acceso al comprador y a sus asesores para que los puedan revisar allí. Existen empresas especializadas que proveen entornos de *Virtual Data Room* con distintas funcionalidades de acceso restringido, aunque también en ocasiones se utilizan aplicaciones más genéricas como Google Drive o similares, dependiendo del tipo de operación de que se trate y del nivel de control que se requiera.

Aun así, en ocasiones pueden existir circunstancias excepcionales en las que el vendedor prefiera utilizar el formato de *Data Room* físico, al menos para determinada información especialmente sensible. Lógicamente, el *Data Room* físico es mucho menos práctico y requiere el desplazamiento de las personas que vayan a revisar dicha documentación.

BARCELONA

Balmes, 209, planta 2

08006 - Barcelona

+34 93 218 40 00

MADRID

A. Bosch 5, bajo D

28014 - Madrid

+34 91 037 84 81

www.gimenez-salinas.es

info@gimenez-salinas.es



GBL
Alliance
Opening the World
for your business

3.- Compaginar la preparación de la *Due Diligence* con la gestión diaria del negocio:

Dependiendo del tamaño, antigüedad y actividad de la empresa, el volumen de documentación que deberá recopilarse puede llegar a ser muy relevante. Por ello, para sobrellevar un proceso de *Due Diligence* sin que afecte a la gestión ordinaria del negocio, es fundamental no subestimar el trabajo y tiempo que comporta, y saber organizarse adecuadamente desde un principio.

Normalmente, el departamento de administración y finanzas es el más activo en la tarea de seleccionar y subir la información al *Data Room*, pero puede haber también otros departamentos involucrados. Dependiendo del tamaño de la empresa que se vende, y del número de departamentos que deban colaborar en proveer información, será importante nombrar un responsable que coordine y supervise la subida de documentos al *Data Room*.

Preparar el *Data Room* con tiempo permitirá al personal de la empresa poder ir seleccionando y subiendo los documentos al *Data Room* de forma escalonada, compaginándolo con las demás tareas del día a día del negocio.

Si es el vendedor el que inicia el proceso de venta con la búsqueda de potenciales compradores, lo más recomendable es que, paralelamente, inicie también la recopilación de información para la futura *Due Diligence* y vaya subiendo los documentos al *Data Room* de forma estructurada según le indiquen sus asesores.

4.- Preparar la empresa para la venta:

Preparar la *Due Diligence* con tiempo permitirá al vendedor identificar de forma anticipada posibles cuestiones o contingencias que a menudo pueden ser resueltas incluso antes de que el futuro comprador inicie la *Due Diligence*. Por ejemplo, en pymes de carácter familiar o en start-ups, es frecuente encontrar contratos, licencias o marcas que deberían estar a nombre de la empresa, pero que en su momento se otorgaron o registraron a nombre de alguno de sus fundadores. También es frecuente que ciertas transacciones no se hayan contabilizado correctamente o documentado, o que no se lleven al día el libro registro de socios o el libro de actas, etc.

BARCELONA

Balmes, 209, planta 2
08006 - Barcelona
+34 93 218 40 00

MADRID

A. Bosch 5, bajo D
28014 - Madrid
+34 91 037 84 81

www.gimenez-salinas.es

info@gimenez-salinas.es



GBL
Alliance
Opening the World
for your business

Identificar estas situaciones con tiempo permitirá realizar los cambios necesarios para que en el momento en que el comprador inicie la *Due Diligence* ya encuentre dichos contratos, licencias o marcas a nombre de la empresa que va a adquirir, o encuentre todas las operaciones y libros societarios al día.

5.- Reducir contingencias

Si en el proceso de preparación de la información del *Data Room*, se detectan contingencias fiscales, mercantiles o laborales, también podrá aprovechar para estudiar con sus asesores la posibilidad de reducir o eliminar dichas contingencias antes de la venta de la empresa.

No hay que olvidar que el comprador va a utilizar la *Due Diligence* para verificar el estado de la empresa y negociar aspectos tan relevantes como el precio final de la compraventa y las garantías que le pedirá al vendedor. En la medida en que existan contingencias subsanables por el vendedor antes de la venta, ello reducirá el importe de las futuras garantías aumentando la cantidad en efectivo que reciba el vendedor en el momento de cerrar la operación.

6.- Costes

Lo habitual es que vendedor y comprador asuman cada uno sus respectivos costes. Los costes de la preparación del *Data Room* irán a cargo del vendedor, y los de la realización de la *Due Diligence*, del comprador. No obstante, pueden haber excepciones en que se acuerde que el vendedor abone parte de la *Due Diligence*.

7.- Relevancia de la *Due Diligence*

El comprador y sus asesores serán los encargados de revisar toda la información subida al *Data Room* por el vendedor, analizar la misma en detalle y determinar si existe alguna cuestión que pueda afectar o ser relevante para la compraventa.

La finalidad de la *Due Diligence* consiste en poner de manifiesto la exactitud de las cuentas y estados financieros del negocio que se va a adquirir, verificar la existencia de posibles cargas y/o gravámenes que afecten al mismo, y su valoración, así como la posible existencia de pasivos ocultos.

BARCELONA

Balmes, 209, planta 2

08006 - Barcelona

+34 93 218 40 00

MADRID

A. Bosch 5, bajo D

28014 - Madrid

+34 91 037 84 81

www.gimenez-salinas.es

info@gimenez-salinas.es



GBL
Alliance
Opening the World
for your business

El objetivo del comprador será entender la situación real de la empresa y verificar el grado de cumplimiento de la empresa con sus obligaciones legales. El comprador utilizará la *Due Diligence* para identificar los riesgos que existen en la empresa o activo que pretende adquirir, ver si son razonables y negociar con el vendedor la forma de cubrirlos. Es decir, el comprador utilizará la *Due Diligence* para determinar posibles riesgos y establecer el régimen de responsabilidad del vendedor.

En ocasiones, si en la *Due Diligence* se detecta un nivel de contingencias muy alto, ello puede llegar a suponer el fin de la operación, bien por parte del comprador que no está dispuesto a asumir riesgos demasiado elevados, o bien por parte del vendedor que no está dispuesto a otorgar unas garantías de importe tan alto o incluso una reducción del precio inicialmente pactado.

Así pues, la *Due Diligence* es un aspecto esencial del proceso de compraventa que se debe preparar y gestionar adecuadamente por ambas partes para poder llevar la transacción a buen fin.

BARCELONA

Balmes, 209, planta 2

08006 - Barcelona

+34 93 218 40 00

MADRID

A. Bosch 5, bajo D

28014 - Madrid

+34 91 037 84 81

www.gimenez-salinas.es

info@gimenez-salinas.es



GBL
Alliance
Opening the World
for your business