

¿Qué es una Due Diligence?



1

Concepto de Due Diligence.

Una Due Diligence es una **actuación profesional** a través de la cual se **investiga, analiza y revisa la situación en la que se encuentra un negocio o empresa**, así como su posible potencial y precio.

En estas actuaciones profesionales suelen implicar la intervención de:

- ✓ Un economista,
- ✓ Un auditor,
- ✓ Un abogado,
- ✓ Un laboralista y
- ✓ Otros expertos en las áreas en las que el negocio o empresa desarrolla su actividad, como, por ejemplo, un experto medioambiental, un experto en desarrollos tecnológicos, un informático o un ingeniero, entre otros.

Tras un periodo de negociación y aproximación entre vendedor e inversor, y siempre con posterioridad a que el inversor haya mostrado un verdadero interés a través de lo que se denomina **Carta de intenciones** (la cual revela la intención de adquirir total o parcialmente un negocio o empresa bajo determinadas condiciones), se abre el proceso denominado como Due Diligence en virtud de la cual el inversor interesado realiza, con el **consentimiento y asistencia del vendedor**, una **investigación, análisis y revisión** de aquellas áreas del negocio que se pretende adquirir con el objetivo de conocer con mayor profundidad el objeto de la adquisición.

Esta actuación brinda al inversor la primera oportunidad seria de conocer el

¿Qué es una Due Diligence?

negocio con cierto detalle y rigor.

Ventajas de encargar una Due Diligence.

Uno de los principales objetivos que se persigue mediante el encargo de una Due Diligence se centra en **reducir el riesgo inherente a una decisión de compra**, ya que dicha actuación profesional aporta al inversor una evaluación técnica, independiente y detallada del negocio o empresa a adquirir, así como la existencia de posibles activos y/o pasivos ocultos o contingencias en el negocio o empresa objeto de la Due Diligence.

2

Otras ventajas son:

- ✚ Desarrollar una estrategia coordinada de post-compra.
- ✚ Identificar y cuantificar sinergias que puedan ser explotadas.
- ✚ Capacidad de generación de flujos de caja.
- ✚ Identificación de las oportunidades y riesgos vinculados con el negocio.
- ✚ Ayudar al posible comprador a definir las garantías a solicitar sobre la base de los pasivos ocultos detectados y/o sobre las contingencias identificadas, ya sean de carácter laboral, fiscal, medioambiental o de cualquier otra índole.
- ✚ Posibilita la adopción de medidas concretas dirigidas a evitar o mitigar contingencias que pueden arriesgar la transacción.
- ✚ En determinadas situaciones, y dependiendo del tipo de colaboración pactada con el profesional, es posible obtener su asesoramiento en el proceso de determinación del precio objetivo a satisfacer durante la compra, en los disclosers y cláusulas de responsabilidad o incluso durante la negociación de la compra del negocio o empresa.

Tras la realización de la Due Diligence y en el supuesto de afloración de determinados pasivos ocultos, las partes deberían renegociar determinados aspectos relativos a la transacción, siempre y cuando no hubiesen sido considerados en la Carta de intenciones.

¿Qué es una Due Diligence?

Siempre **recomendaremos realizar una Due Diligence** en cualquier tipo de transacción de compraventa de negocios o empresas, aunque en todo caso, tanto el alcance, duración y coste de la misma dependerá de la dimensión de la transacción a revisar, así como del riesgo y peculiaridades de la misma.

Sin embargo, no todo son ventajas a la hora de realizar una Due Diligence. Los dos mayores inconvenientes que presenta es el añadido de los costes derivados del pago a los honorarios de los profesionales encargados, y además, la formalización de la transacción se dilatará hasta la emisión del informe de Due Diligence, proceso que puede tomar un período de tiempo extenso (usualmente unas semanas).

3

Alcance de una Due Diligence.

Cualquier proceso de Due Diligence debe adaptarse a cada situación concreta, por lo que variará de acuerdo con el tipo de transacción, la naturaleza del comprador o inversor y el grado de complejidad del negocio. La Due Diligence no es, pues, un procedimiento estándar, sino uno en el que tiene **vital importancia definir con precisión y claridad el alcance específico** sobre la base de las circunstancias particulares.

En general, un proceso de Due Diligence vendría a cubrir, analizar y revisar las siguientes áreas de un negocio o empresa:

- ✚ El ámbito financiero, mercantil y contable: viabilidad, liquidez, endeudamiento, como más relevantes.
- ✚ La posición en el mercado y aspectos comerciales.
- ✚ La calidad de la Dirección.
- ✚ Aspectos tecnológicos.
- ✚ Asuntos fiscales.
- ✚ Asuntos laborales: sistemas de retribución, Seguridad Social, existencia de horas extraordinarias y posibles incumplimientos del convenio, por ejemplo.
- ✚ Asuntos legales: contratos contractuales, licencias urbanísticas y similares.
- ✚ Asuntos medioambientales: emisiones, consumo de energía o vertidos ilegales

En una primera fase preliminar se deberán planificar las atribuciones y el alcance de esta, dado que no siempre es necesario revisar todas las áreas de un negocio o empresa.

En esta fase preliminar, el inversor, sus asesores y el vendedor deberán acordar el alcance, contenido y duración de la Due Diligence. Para evitar alargar el proceso innecesariamente, es importante que los asesores actúen

¿Qué es una Due Diligence?

como socios estratégicos y se determine el alcance del proceso conjuntamente por ambas partes.

Además, con cada vez más frecuencia, esta fase abandona la elaboración de informes largos en duración y contenido, centrándose en su lugar en **aspectos concretos y previamente definidos**.

Los profesionales de la Due Diligence comienzan a trabajar con el material que estiman necesario y que han solicitado al vendedor, los cuales acostumbran a centralizarlo a través de lo que se denomina **Data room**. Además, es muy aconsejable, por no decir imprescindible, que el equipo de profesionales que llevará a cabo la Due Diligence tenga **acceso directo e ilimitado al personal clave del negocio o empresa a adquirir**, lo que precisará la colaboración del vendedor para organizar dichas reuniones.

Es lógico y evidente que la parte vendedora quiera minimizar, en lo posible, el impacto que todo el proceso de la Due Diligence pueda tener en su organización, preocupándose de que el tiempo transcurrido en sus instalaciones y con el personal de la compañía sea el mínimo posible, de tal forma que se ocasione el menor trastorno y perjuicio en la actividad diaria del negocio, y al mismo tiempo acotar los rumores que dicha actuación pueda generar.

Asimismo, también es indudable que los profesionales que lleven cabo la Due Diligence tendrán presente las inquietudes de la parte vendedora, ya que a pesar de que la labor que tienen encomendada es la de estudio, análisis y revisión, ésta se debe llevar a cabo **del modo más beneficioso y cómodo para todas las partes**.

En algunas transacciones pocos habituales, a los profesionales no se les permite acceder a las instalaciones del negocio o empresa a adquirir, por lo que la información solicitada para analizar y revisar es archivada en una Data room. En estos casos, los profesionales encargados de la Due Diligence establecerán su base de operaciones en esa Data room y entrevistará al personal clave en este mismo lugar.

La duración del trabajo de campo y el número de personas involucradas en la Due Diligence dependerá del tamaño, complejidad y riesgo del negocio o empresa, así como del alcance del trabajo a desarrollar.

Es aconsejable que, paralelamente al progreso del trabajo de campo de la Due, los profesionales encargados de la misma **mantengan informado a su cliente del avance del mismo**, de las conclusiones e incidencias detectadas, y sobre todo de aquellos puntos que son especialmente delicados o susceptibles de despertar un mayor interés por parte de los inversores, pudiendo aprovechar estas reuniones para que los inversores planteen las dudas que les vayan surgiendo.

¿Qué es una Due Diligence?

Asesoramiento al vendedor. El Vendor Due Diligence.

Si bien es cierto que hasta ahora hemos comentado y enfocado el proceso de una Due Diligence desde la óptica del posible inversor, también es cierto que este tipo de actuaciones profesionales son contratadas por parte del vendedor. Cada vez es más frecuente que una vez que el inversor profesional haya cubierto su ciclo natural o previsto de permanencia en un negocio o empresa adquirida, se tome la decisión de proceder a su venta, momento en el cual es el vendedor el que solicita a sus asesores la elaboración de un informe de Due Diligence para posteriormente ofrecérselo a potenciales compradores, sobretodo en el marco de un proceso de subasta.

5

Un **Dossier de Vendor Due Diligence** facilita:

- ✚ Apoyar a la Gerencia General en el proceso de identificación de aspectos relevantes para la toma de decisiones en el contexto de la transacción.
- ✚ Permite que el proceso se realice de la forma más eficiente posible con un considerable ahorro de costos y tiempo para el equipo gestor.
- ✚ Presentar y analizar información consolidada de naturaleza financiera sobre el Grupo Objetivo.
- ✚ Proporcionar un grado de confianza razonable acerca de la consistencia de la información disponible para los potenciales compradores.
- ✚ Evitar que el vendedor tenga que dar exclusividad a un único comprador y facilitando la negociación con varios posibles compradores simultáneamente
- ✚ Ofrecer al futuro comprador una visión independiente sobre aspectos tan relevantes como la calidad del EBITDA, deuda neta y capital circulante, capacidad de generación de flujos de caja, análisis de las inversiones en activos (capex histórico) y del plan de inversión futuro. Análisis del plan de negocio (solidez y sensibilidades / fortalezas), entre otras.

No obstante, a pesar de lo anteriormente comentado, la existencia de un Vendor Due Diligence **difícilmente va a evitar la realización de un proceso**

¿Qué es una Due Diligence?

de Due Diligence por parte del posible inversor, aunque dicho Vendor Due Diligence representa un muy buen punto de partida y una clara declaración de intenciones de la parte vendedora, otorgando a la parte vendedora mayor credibilidad.

