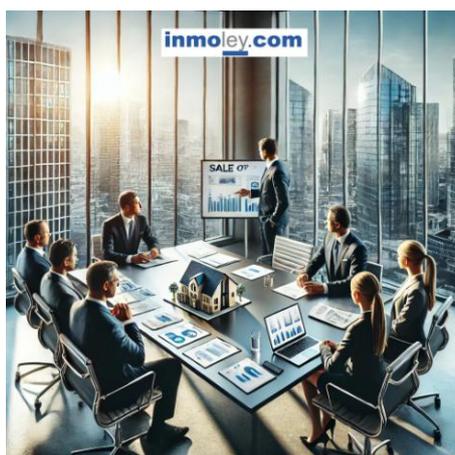




CURSO/GUÍA PRÁCTICA VENTA DE EMPRESAS Y NEGOCIOS Formularios





Índice

¿QUÉ APRENDERÁ?	15
Introducción	16
PARTE PRIMERA	18
Venta de empresa o negocio.	18
Capítulo 1. Razones para vender o comprar una empresa.	18
1. ¿Por qué se vende una empresa?	18
a. Cambios en el mercado	18
b. Falta de medios financieros.	18
c. Cambios en la propiedad o la dirección	19
d. Sinergias	19
e. Diversificación	19
f. Jubilación.	19
g. Obsolescencia de maquinaria.	19
2. Ventajas de comprar una empresa en funcionamiento.	19
a. Historial de ingresos y ganancias	19
b. Clientes y proveedores establecidos	20
c. Equipo y recursos existentes	20
d. Reputación y marca	20
e. Reducción del riesgo	20
f. Aprovechar sinergias y entrar en nuevos mercados.	20
Capítulo 2. Pasos para vender una empresa.	22
1. Hacer una revisión de la empresa	22
a. Fase de preparación	22
b. Elaboración de los documentos de venta.	22
c. ¿Qué es la USP (unique selling proposition) (propuesta única de venta) y cuáles son las oportunidades de crecimiento?	23
d. Asesoramiento especializado	23
e. La sucesión de la empresa	24
f. Valoración de empresas	25
g. Memorándum Informativo	26
h. Enfoque del comprador y fase de marketing	26
Management Buy Out (MBO)	26
Management Buy In (MBI)	26
Competidor / Inversor Estratégico	27
Inversores financieros	27
i. Búsqueda activa de compradores con el método de lista larga/lista corta (long list / short list method)	27
j. Búsqueda pasiva de compradores con intercambio de empresas	28
j. El acuerdo de confidencialidad	28
k. Auditoría corporativa y negociación. Due diligence.	28
l. La venta de una empresa desde una perspectiva fiscal	29
m. Contrato y celebración	30
Venta de activos (Asset Deal)	30
Venta de acciones (Share Deal)	30
n. El proceso de licitación	30
2. Asesorarse con profesionales.	31
a. ¿Cómo se gestiona un mandato de venta?	31
Fase 1: Análisis de la empresa y elaboración del informe de valoración	31
Fase 2: Elaboración de la documentación de venta	31



Fase 3: Segmentación de posibles Compradores/Inversores _____	31
Fase 4: Negociación y Documentación durante el Proceso de Compra _____	31
b. Procedimiento profesional de venta de empresas. _____	31
Fase 1: Búsqueda de Contrapartidas: _____	31
Fase 2: Análisis de las Empresas Objetivo _____	32
Fase 3: Valoración de las Empresas Seleccionada _____	32
Fase 4: Negociación y Documentación durante el Proceso de Compra _____	32
3. Determinar el valor de la empresa _____	32
Método 1: Análisis de flujo de caja descontado (DCF - Discounted Cash Flow) _____	33
Método 2: Análisis de empresas comparables ("Coms") _____	33
Método 3: Transacciones precedentes _____	33
4. Elaborar un cuaderno de venta _____	34
5. Buscar compradores potenciales _____	34
6. Negociar y cierre la venta _____	35
Capítulo 3. ¿Cómo se vende una empresa o un negocio? _____	36
1. Estrategia de venta de una empresa en venta y fijación de prioridades. _____	36
a. Identificar a los clientes (el mejor activo empresarial). _____	36
b. Identificar oportunidades en la gestión de ventas de la empresa "en venta" _____	37
c. Desarrollar una propuesta de valor _____	37
d. Diseñar un plan de marketing de la empresa en venta _____	37
e. Establecer objetivos de venta claros _____	37
f. Asignar responsabilidades _____	37
g. Medir y evaluar el rendimiento _____	37
h. Determinar la estrategia de venta de la empresa. _____	38
i. Analizar si se debe vender el 100% de la empresa o sólo una parte. _____	38
2. Maximizar el valor de la empresa en venta. _____	39
a. Mejorar la rentabilidad _____	39
b. Reducir el riesgo _____	39
c. Aumentar el tamaño de la empresa _____	39
d. Fortalecer la posición de la empresa en el mercado _____	39
e. Mejorar la eficiencia operativa _____	40
f. Ampliar la cartera de productos o servicios _____	40
g. Fortalecer la marca y la reputación _____	40
3. Valoración de la empresa _____	40
4. Cuaderno de venta de una empresa. _____	40
5. Planificación y calendario de la venta de una empresa. Fases del proceso de venta de una empresa o negocio. _____	42
6. Identificación y contacto con compradores potenciales. _____	43
7. Ofertas de compra de una empresa. _____	44
8. Negociaciones de venta de una empresa. _____	44
10. "Due Diligence" o auditoría legal de la empresa en venta. _____	45
11. Contrato de compraventa de una empresa y cierre de la operación. _____	45
Capítulo 4. El proceso de venta de empresas desde la perspectiva del comprador. _____	46
1. Decisión de compra de una empresa o negocio. _____	46
2. Análisis del Plan estratégico y de los objetivos de la transacción. _____	47
3. Búsqueda de potenciales empresas objetivo ("Targets"). _____	47
4. Toma de contacto con empresas objetivo (targets). _____	48



5. Exclusividad de la transacción. "Carta de Intenciones" (letter of intents, memorandum of understanding).	48
a. Aspectos fundamentales del contenido de una Carta de Intenciones	49
b. Características principales de las formas de acceso a la información.	50
c. Formas de acceso a la información	50
"Full Access".	50
"Data Room".	50
Particularidades de un Data Room	51
Non Access.	51
d. Información confidencial restringida.	52
e. Situaciones de contacto directo del vendedor.	52
6. Due Diligence	52
a. Due Diligence Financiero	53
Carta de encargo o contrato ("Engagement letter").	53
Informes de situación ("Red flags reports")	53
Responsabilidades.	53
Confidencialidad.	54
Honorarios.	54
Anexo: Procedimientos.	54
Procedimientos.	54
Informe de Due Diligence financiero.	55
b. Due Diligence Fiscal	56
c. Due Diligence Legal	56
d. Due Diligence Laboral	56
e. Due Diligence Penal	56
7. Análisis de conclusiones de los Due Diligences	57
Capítulo 5. El proceso de venta de empresas desde la perspectiva del vendedor.	59
1. Due Diligence para el vendedor ("Sell side Due Diligence")	59
2. Alcance de la Due diligence del vendedor.	60
3. Asistencia al vendedor ("Vendor Assistance")	60
4. Alcance de trabajo	61
5. Carta de encargo o contrato	62
6. Informes	62
Capítulo 6. Fases del proceso de venta de empresas.	63
1. El acuerdo de confidencialidad con los potenciales compradores.	63
2. Tras la firma del acuerdo de confidencialidad se entrega el cuaderno de venta de la empresa.	63
3. Carta del proceso de venta de una empresa.	64
4. Carta de confirmación de interés de potenciales compradores de una empresa.	64
5. Due diligence de la empresa en venta.	64
Capítulo 7. Procedimiento de la oferta vinculante en la venta de empresas o negocios.	66
1. El Perfil Ciego (Teaser, Blind Profile o Blind)	66
a. Perfil de los inversores potenciales	66
b. Intermediarios y asesores inmobiliarios.	67
2. Acuerdo de Confidencialidad	67
3. Cuaderno de Venta (Information Memorandum o InfoMemo)	67



4. Confirmación de Interés con primera oferta no vinculante.	68
5. Presentación de ofertas.	68
a. Ofertas no vinculantes.	68
b. "Data Room"	69
c. Q&A ("questions and answers")	69
6. Due Diligence	70
Capítulo 8. Dictámenes sobre los procesos de revisión legal de la empresa en venta.	71
1. ¿Cuáles son las posibles contingencias con las que se pueden encontrar las partes en el futuro?	71
2. Manifestaciones y Garantías o Representations and Warranties («R&W»)	71
a. Manifestaciones y garantías de carácter general.	72
b. Mercantil y societario.	72
c. Estado financiero y tributario.	73
d. Laboral y Seguridad Social.	73
e. Administrativo y Competencia.	73
f. Procesal.	73
g. Confidencialidad.	73
h. Exclusividad.	73
PARTE SEGUNDA	74
Due diligence o auditoría legal de una empresa o negocio en venta.	74
Capítulo 9. "Due Diligence" o Auditoria Legal en la venta de una empresa o negocio.	74
1. ¿Cómo planificar y desarrollar la "Due Diligence" o Auditoria Legal. ¿Qué aspectos se deben definir? Conceptos preliminares.	74
2. ¿Qué diferencia una "Due Diligence" de una Auditoria Legal?	75
3. ¿Cuáles son los objetivos de la "Due Diligence"?	75
4. ¿Cuál es la finalidad de la "Due Diligence"?	76
5. ¿Qué aspectos deben analizarse para garantizar el éxito de la operación?	76
6. ¿Qué es el "Data Room"?	77
Capítulo 10. Due diligence de un proceso de venta de empresa o negocio.	78
1. ¿Qué es la Due Diligence?	78
2. De la carta de intenciones a la Due Diligence.	79
3. Fases o etapas del proceso de due diligence de venta de empresas.	80
a. Etapa inicial.	80
b. Fase de estudio recogida y análisis de la información.	80
Análisis fiscal, legal y laboral	80
Análisis financiero.	81
Análisis medioambiental	81
Análisis registral y fiscal.	81
c. Confirmación de datos	81
d. Redacción del informe de Due Diligence	82
4. Contenido de la due diligence de venta de empresas.	82
5. Due Diligence Legal	82
6. Due Diligence Laboral	83
7. Due Diligence Financiera o de viabilidad del negocio en venta.	83



8. Due Diligence Fiscal. _____	83
9. Due Diligence Medioambiental _____	84
10. Due Diligence Comercial. Análisis de competencia. _____	84
11. Due Diligence sobre los Sistemas de Información (IT) y protección de datos. ____	84
12. El informe de due diligence de venta de una empresa. _____	85
13. Conclusiones de la Due Diligence de venta de empresas. _____	86
a. Fijación del precio _____	86
b. Exigencia de condiciones preliminares para que pueda venderse la empresa. _____	87
Capítulo 11. "Due Diligence" para compra de sociedades. _____	88
1. Breve mención a las sociedades en paraísos fiscales. _____	88
2. Escrituras y otros documentos. _____	89
3. Accionistas. _____	89
4. Poderes. _____	89
5. Inversiones en cartera. _____	89
6. Auditores. _____	90
7. Contabilidad y cuentas anuales. _____	90
8. Información fiscal. _____	90
9. Bienes inmuebles. _____	90
10. Bienes muebles _____	90
11. Contratos. _____	91
12. Clientes. _____	92
13. Proveedores. _____	93
14. Seguros. _____	93
15. Otros contratos. _____	94
16. Propiedad Industrial e Intelectual. _____	94
17. La franquicia y el "Know -how". _____	99
18. Contratos que incidan en materias de propiedad industrial, intelectual o análogas. _____	99
19. Contratos en los que la empresa reciba concesiones, licencias o autorizaciones sobre derechos pertenecientes a terceros. _____	100
20. Compromisos de confidencialidad. _____	100
21. Controversias y contenciosos. _____	101
22. Laboral. _____	101
23. Administrativo y Medio Ambiente. _____	103
Capítulo 12. Due diligence de la propiedad intelectual en la venta de empresas. _____	106
1. Los derechos de autor (copyrights) _____	106
2. Propiedad industrial. Marcas y patentes. _____	108
Capítulo 13. Due Diligence específica. _____	110
1. Due diligence de protección de datos en la venta de empresas. _____	110



2. Due diligence de los créditos a favor de la empresa en venta. _____	111
3. Due diligence del parque de maquinaria de la empresa en venta. _____	111
4. Due diligence de los activos inmobiliarios de la empresa en venta. _____	112
a. Inmuebles en propiedad de la empresa en venta. _____	112
b. Inmuebles arrendados por la empresa en venta. _____	112
5. "Due Diligence fiscal". _____	113
a. Impuestos Directos. _____	113
El impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas. _____	113
El Impuesto sobre Sociedades: Régimen General de Residentes. _____	114
b. Impuestos indirectos. _____	115
El Impuesto sobre el Valor Añadido. _____	115
El Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados. _____	118
Impuesto sobre transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados (ITP y AJD). _____	121
Impuesto sobre el incremento de valor de los terrenos de naturaleza urbana. _____	123
Impuesto sobre actividades económicas. _____	126
c. Inspecciones fiscales. Actuaciones ante la Administración. _____	126
d. Otros temas. _____	127
Capítulo 14. Due diligence de litigios judiciales de una empresa en venta. _	128
1. Acciones para proteger la Propiedad (deslindes, reivindicatorias, etc.). _____	128
2. Litigios _____	128
3. Documentos a solicitar. _____	129
4. Mención especial a la existencia de expedientes expropiatorios. _____	130
Capítulo 15. Due diligence o auditoría contable del proceso de venta de empresas o negocios. _____	132
1. Aspectos contables de las operaciones de adquisición de negocios. _____	132
2. Concepto de "Combinación de negocios" _____	132
3. Registro contable de las combinaciones de negocios. _____	133
4. Método de adquisición _____	135
5. Coste de la combinación de negocios. _____	136
6. Reconocimiento y valoración de los activos identificables adquiridos y los pasivos asumidos. _____	137
7. Valor razonable a efectos contables. _____	138
8. Determinación del importe del fondo de comercio o de la diferencia negativa. _	138
9. Activos no corrientes mantenidos para la venta y grupos enajenables de elementos, mantenidos para la venta. _____	139
10. Cuentas de registro contable. _____	140
11. Valoración. _____	141
Capítulo 16. Due diligence o auditoría financiera de una empresa en venta. 143	
1. La importancia del diagnóstico financiero de una empresa en venta. _____	143
2. Métodos de análisis financiero. _____	144
3. Los estados financieros. _____	144
a. Balance y cuenta de resultados. _____	144
b. Cuenta de pérdidas y ganancias o estado de resultados. _____	145
4. Los índices económico-financieros. _____	147
a. Índice de liquidez. _____	147



Índice de liquidez. _____	147
Índice de tesorería. _____	148
Índice de disponibilidad. _____	148
b. Índices de endeudamiento. _____	148
El apalancamiento financiero. _____	149
Índice de calidad de la deuda. _____	150
Índice de capacidad de devolución de la deuda. _____	150
Índice de gastos financieros sobre ventas. _____	150
Coste de la deuda. _____	150
c. Índices de rotación de activos. _____	150
Índices de rotación de activos. _____	150
Índice de rotación del activo fijo. _____	151
Índice de rotación del activo circulante. _____	151
Índice de rotación de stocks. _____	151
d. Índices de gestión de cobros y pagos _____	151
El período medio de cobro (PMC) _____	151
Período medio de pago (PMP) _____	151
e. Índices de rentabilidad _____	151
Rentabilidad financiera _____	152
Rentabilidad económica _____	152
PARTE TERCERA _____	153
Valoración de una empresa o negocio en venta. _____	153
Capítulo 17. DAFO: herramienta analítica de valoración de empresas. ¿Qué es el DAFO? Antes de decidir, evaluar. _____	153
1. DAFO: herramienta analítica > D Debilidades, y A de Amenazas (o problemas). F de Fortalezas y O de Oportunidades. _____	153
2. ¿Para qué sirve el análisis DAFO? _____	155
3. El análisis DAFO: análisis interno y análisis externo de una organización. _____	156
Capítulo 18. La importancia del Purchase Price Allocation (PPA) (asignación del precio de compra) en la compra de empresas y negocios. _____	159
1. ¿Qué es un Purchase Price Allocation (PPA)? _____	159
2. Características del Purchase Price Allocation (PPA). _____	159
3. Efectos del Purchase Price Allocation (PPA) en la valoración de los activos intangibles de una compañía. _____	160
a. El PPA revela los elementos claves y núcleos de creación de valor. _____	160
b. Determinación de valores razonables de activos y pasivos. _____	160
Capítulo 19. El secreto de venta de empresa o negocio está en la valoración. _____	162
1. Valorar adecuadamente una compañía o activo es vital para afrontar con éxito una adquisición. _____	162
2. ¿Por qué es tan importante la tasación de una empresa o negocio? _____	162
3. El proceso de tasación de una empresa. _____	163
a. Fundamentales de la empresa o negocio. _____	163
b. Estado de conservación de los activos y capacidad para generar ingresos. _____	163
c. Valorar un activo inmobiliario tiene requisitos especiales. _____	164
d. En sociedades inmobiliarias se calcula el potencial múltiplo adicional de valoración sobre el NAV (Net Asset Value) de los activos que componen su portfolio. _____	164
e. Know How de un management. Intangibles. _____	164
4. Métodos de valoración técnica. _____	165
a. Triple NAV _____	165
b. El NAV parte de la valoración razonable de todos los elementos que componen el balance. _____	165



5. Riesgos y claves	165
a. Divergencia entre valor y precio.	165
b. La incertidumbre es el peor enemigo de una valoración.	166
6. Precios al alza o a la baja	166
Capítulo 20. Valoración de una empresa en venta.	167
1. Una empresa que continua no vale lo mismo que una que se liquida.	167
a. Aspectos contables en la valoración de empresas en venta.	167
Balance de situación	167
Principio de empresa en funcionamiento.	167
Normas de valoración que refleje la imagen fiel.	168
b. Finalidad de la valoración de las empresas.	168
c. El precio de una empresa en venta.	169
2. Métodos de valoración.	169
a. ¿Cómo hacer la valoración de una empresa?	169
b. Métodos de Valoración contable	169
Valor Neto Patrimonial	170
Valor Neto Patrimonial Ajustado	170
Valor de Liquidación o de cese de la actividad.	170
Valor contable	171
b. Método del valor contable ajustado	172
c. Método de valoración relativa (Múltiplos)	174
Múltiplos sobre compañías comparables.	174
Múltiplos sobre transacciones comparables.	174
Metodología	174
1. Selección de las empresas comparables	174
2. Cálculo de los múltiplos o ratios	174
3. Valoración de la empresa	174
d. Método de valoración por DCF o descuento de flujos de caja.	175
e. Método de valor de liquidación.	175
f. Método de valor sustancial.	176
g. Métodos basados en múltiplos de las cuentas de resultados.	177
h. Método de valor de los beneficios (PER)	177
i. Método del múltiplo de las ventas.	177
j. Método del valor de los dividendos.	178
k. Métodos mixtos (basados en el fondo de comercio).	178
Método clásico	179
Método de la Unión de Expertos Contables Europeos (UEC)	179
Método de la Unión de Expertos Contables Europeos (UEC) "simplificado".	180
Método directo o anglosajón.	180
Método indirecto o "de los prácticos".	181
Método de compra de resultados anuales.	181
Método de la tasa con riesgo y de la tasa sin riesgo.	181
l. Métodos de descuento de flujo de fondos	182
m. Método de flujo de caja libre para la empresa.	183
n. Método de flujo de caja disponible para los accionistas.	183
ñ. Método de flujo de caja disponible para la deuda.	184
o. El Descuento de Cash Flows (DCF). Valoración por DCF o descuento de flujos de caja.	185
Capítulo 21. El valor de marca	187
1. ¿Qué debe entenderse por valor de marca?	187
2. Estimación del valor de marca.	188
3. El coste de crear una marca.	189
Capítulo 22. Valoración de empresas en venta.	190
1. El valor subjetivo frente al valor de mercado.	190



2. Métodos de valoración de empresas en venta.	190
a. Método Patrimoniales. Valor Teórico Contable (VTC).	190
➤ El valor Patrimonial Ajustado (VPA)	191
➤ El Valor de Liquidación (VL)	191
➤ El Valor Sustancial (VS)	191
b. Valor adicional del fondo de comercio al valor patrimonial.	191
c. Métodos de Rentabilidad.	191
➤ Valor del PER (multiplicador del beneficio).	191
➤ Valor por descuento de Dividendos	191
➤ Valor por multiplicadores en base a múltiplos de compañías comparables.	191
➤ Valor por Descuento de Flujos (WACC y CAPM).	191
3. Valoración de una empresa en venta mediante el sistema de descuento de flujos.	192
a. Valor del Activo (Enterprise Value)	193
b. El Valor del Capital (Equity Value)	193
c. Procedimiento	194
1. La determinación de los flujos	194
2. La determinación del valor residual	194
3. La selección de la tasa de descuento.	194
4. Fórmulas para el cálculo de las tasas de descuento.	195
5. La actividad como denominador común.	196
Selección de empresas "comparables"	197
Elaboración de los "multiplicadores"	197
Aplicación de los multiplicadores a las magnitudes de la empresa.	197
Capítulo 23. La valoración de las inmobiliarias.	198
1. El NAV y el triple NAV, la forma de valorar una inmobiliaria	198
El NAV es el resultado de restar las deudas al valor en mercado de los distintos activos de una compañía.	198
2. Triple NAV, ¿qué significa eso?	198
Capítulo 24. La especial valoración de las empresas inmobiliarias.	200
1. Fijar el sistema de comercialización de los inmuebles (individuales, lotes, carteras, etc.)	200
2. Metodologías de valoración de inmobiliarias.	200
a. Método del Coste	201
b. Método de la Rentabilidad	201
c. Método del Valor en Uso	201
d. Método de comparación. El estudio del mercado inmobiliario en el entorno y la selección de comparables	201
e. Descuento de flujos de caja en activos inmobiliarios que generan renta.	202
f. Net Asset Value (NAV, NNNAV, EPRA NAV).	202
3. Aspectos esenciales en la valoración de las inmobiliarias. Viabilidad del plan de negocio.	202
4. Contingencias y complicaciones frecuentes en las valoraciones inmobiliarias.	203
5. Especialidades en las valoraciones de inmobiliarias que cotizan en bolsa.	203
PARTE CUARTA	204
Efectos laborales en la venta de empresas o negocios.	204
Capítulo 25. Efectos laborales en la venta de empresas o negocios.	204
1. Subrogación del comprador de la empresa o negocio.	204
2. Responsabilidad solidaria.	205
3. Convenio colectivo y representación laboral.	205



4. Obligación de información a los representantes laborales. _____	206
PARTE QUINTA _____	207
Check-lists en la venta de empresas _____	207
Capítulo 26: Check-lists en la venta de empresas _____	207
1. Check-list: Motivaciones y Objetivos de la Venta _____	207
a. Definir las razones para vender _____	207
b. Establecer objetivos y metas de la transacción _____	209
c. Evaluar sinergias y oportunidades de crecimiento _____	211
2. Check-list: Preparación Interna y Documentación _____	214
a. Revisar integralmente la situación de la empresa _____	214
b. Realizar un análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) _____	216
c. Organizar y actualizar la documentación financiera, legal y operativa _____	218
3. Check-list: Valoración de la Empresa _____	220
a. Seleccionar y aplicar métodos de valoración (DCF, comparables, contables, etc.) _____	220
b. Evaluar activos tangibles e intangibles (marca, know-how, reputación) _____	221
c. Implementar el análisis del Purchase Price Allocation (PPA) _____	223
4. Check-list: Estrategia de Venta y Marketing _____	224
a. Definir la propuesta única de venta (USP) _____	225
b. Diseñar y ejecutar el plan de marketing para la empresa en venta _____	226
c. Identificar y segmentar potenciales compradores/inversores _____	226
5. Check-list: Asesoramiento y Preparación de Documentos _____	228
a. Contratar asesores especializados (financieros, legales, fiscales, contables) _____	228
b. Elaborar el cuaderno o memorándum informativo de la empresa _____	229
c. Preparar acuerdos de confidencialidad y cartas de intención _____	230
6. Check-list: Búsqueda y Contacto con Compradores _____	232
a. Definir estrategias de búsqueda activa (long list/short list) y pasiva _____	232
b. Difundir y presentar el cuaderno de venta a potenciales interesados _____	233
c. Gestionar y evaluar las ofertas (no vinculantes y vinculantes) _____	234
7. Check-list: Due Diligence y Auditorías _____	235
a. Preparar la empresa internamente para el proceso de due diligence (sell-side) _____	236
b. Organizar el Data Room y el acceso a la información relevante _____	237
c. Coordinar auditorías en áreas clave: legal, fiscal, contable, laboral, ambiental e IT _____	238
8. Check-list: Negociación y Cierre de la Operación _____	239
a. Establecer la estrategia de negociación y definir prioridades _____	239
b. Revisar y negociar el contrato de compraventa (asset deal o share deal) _____	240
c. Formalizar el cierre: firma de escrituras, pago y entrega de activos _____	241
9. Check-list: Aspectos Laborales y Contractuales _____	242
a. Verificar la subrogación y obligaciones laborales _____	243
b. Analizar los convenios colectivos y la representación de los trabajadores _____	243
c. Asegurar la comunicación y documentación con los representantes laborales _____	244
10. Check-list: Seguimiento y Post-Venta _____	245
a. Implementar el plan de asistencia post-venta (vendor assistance) _____	245
b. Gestionar obligaciones y compromisos posteriores al cierre _____	246
c. Coordinar la integración y seguimiento de la transición post-transacción _____	247
11. MODELOS DE CHECKLISTS PARA LA VENTA DE EMPRESAS _____	248
CHECKLIST 1: MOTIVACIONES Y OBJETIVOS DE LA VENTA _____	248
CHECKLIST 2: PREPARACIÓN INTERNA Y DOCUMENTACIÓN _____	249
CHECKLIST 3: VALORACIÓN DE LA EMPRESA _____	250
CHECKLIST 4: ESTRATEGIA DE VENTA Y MARKETING _____	252
CHECKLIST 5: ASESORAMIENTO Y PREPARACIÓN DE DOCUMENTOS _____	253
CHECKLIST 6: BÚSQUEDA Y CONTACTO CON COMPRADORES _____	254



CHECKLIST 7: DUE DILIGENCE Y AUDITORÍAS	255
CHECKLIST 8: NEGOCIACIÓN Y CIERRE DE LA OPERACIÓN	256
CHECKLIST 9: ASPECTOS LABORALES Y CONTRACTUALES	257
CHECKLIST 10: SEGUIMIENTO Y POST-VENTA	258

12. FORMULARIOS PRELIMINARES PARA LA VENTA DE EMPRESAS 259

FORMULARIO 1: EVALUACIÓN DE MOTIVACIONES Y OBJETIVOS DE LA VENTA	260
FORMULARIO 2: PREPARACIÓN INTERNA Y DOCUMENTACIÓN	261
FORMULARIO 3: VALORACIÓN DE LA EMPRESA	262
FORMULARIO 4: ESTRATEGIA DE VENTA Y MARKETING	263
FORMULARIO 5: ASESORAMIENTO Y PREPARACIÓN DE DOCUMENTOS	264
FORMULARIO 6: BÚSQUEDA Y CONTACTO CON COMPRADORES	266
FORMULARIO 7: DUE DILIGENCE Y AUDITORÍAS	267
FORMULARIO 8: NEGOCIACIÓN Y CIERRE DE LA OPERACIÓN	268
FORMULARIO 9: ASPECTOS LABORALES Y CONTRACTUALES	269
FORMULARIO 10: SEGUIMIENTO Y POST-VENTA	270

PARTE SEXTA 272

Formularios de venta de empresas 272

Capítulo 27: Formularios de venta de empresas 272

1. Contrato de Mandato/Agencia para la venta de una empresa. 272

Primero. Acuerdo de colaboración de venta de la empresa.	273
Segundo. Plazo de duración del acuerdo	273
Tercero. Precio de compraventa de las acciones de EMPRESA EN VENTA.	275
Cuarto. Reconocimiento de honorarios	275
Quinto. Registro de clientes.	275
Sexto. No exclusividad.	276
Séptimo. Obligaciones de la mandante	276
Octavo. Obligaciones de la mandataria	276
Noveno. Resolución	277
Decimo. Buena fe de las partes	277
Decimoprimer. Responsabilidad de las partes	277
Decimosegundo. Comunicaciones	277
Decimotercero. Confidencialidad y protección de datos.	278
a) Deber de Confidencialidad	278
b) Tratamiento de datos de carácter personal	279
Cláusulas	279
I. Objeto	279
II. Identificación de la información afectada	279
III. Obligaciones del agente con respecto a los datos de carácter personal	280
IV. Violaciones de seguridad de los datos	282
V. Subcontratación	282
VI. Registro de actividades	283
VII. Obligaciones del responsable del tratamiento con respecto a los datos de carácter personal	283
Decimocuarto. Prevención de blanqueo de capitales y de la financiación de actividades terroristas.	283
Decimoquinto. Ley aplicable y jurisdicción	284

2. Modelo de bases del procedimiento y licitación y cuaderno de venta de los activos de una sociedad. 285

BASES PARA LA LICITACIÓN	285
OBJETO Y DATOS GENERALES.	286
1. Entidad responsable.	286
2. Objeto.	286
3. Precio Mínimo.	286
4. Criterio de Adjudicación.	286
5. Comunicaciones.	287
REQUISITOS DE PARTICIPACIÓN EN LA LICITACIÓN Y DECLARACIÓN RESPONSABLE.	287



1. Requisitos de Participación en la Licitación. _____	287
2. Declaración Responsable. _____	287
3. Consorcios o uniones temporales de empresas. _____	288
4. Subsanación de la Declaración Responsable. _____	288
5. Exclusión. _____	288
VISITA A LAS INSTALACIONES Y REVISIÓN DE LA DOCUMENTACIÓN _____	288
1. Visita a las Instalaciones. _____	288
2. Revisión de la Documentación. _____	288
3.- Compromiso de Confidencialidad _____	289
PRESENTACIÓN Y CONTENIDO DE LAS OFERTAS _____	289
1. Presentación de ofertas. _____	289
2. Ofertas. _____	290
3. Formalidades de la presentación. _____	290
4. Consorcios y Uniones Temporales de Empresas. _____	290
5. Contenido de las ofertas. _____	290
6. Carácter irrevocable de la oferta. _____	291
7. Gastos exigibles al adjudicatario. _____	291
8. Impuestos. _____	291
CELEBRACIÓN Y DESARROLLO DE LA LICITACIÓN _____	292
1. Apertura de sobres. _____	292
2. Adjudicación provisional. _____	292
3. Devolución de la fianza. _____	293
OTORGAMIENTO DE LA ESCRITURA PÚBLICA DE COMPRAVENTA _____	293
1. Otorgamiento de la escritura pública de compraventa. _____	293
2. Pago del precio. _____	294
3. Aavales. _____	294
CONDICIONES CONTRACTUALES BÁSICAS _____	294
1. Autorización Reglada y Expresa para Transmisión de los activos _____	294
2. Participación en Plusvalías _____	295
ANEXOS _____	295
Anexo 1. Declaración Responsable. _____	295
Anexo 2. Modelo aval presentación oferta. _____	296
Anexo 3. Modelo de oferta licitación del conjunto de activos. _____	296
3. Cuaderno de venta. Descripción de las instalaciones. _____	297
1. Introducción _____	297
2. Perfil de los activos inmobiliarios y localización _____	297
2.1 Situación _____	297
2.2 Accesos _____	297
2.3 Entorno y tipo de núcleo _____	297
2.4 Descripción de la zona _____	297
3. Descripción de la finca _____	297
3.1 Construcciones _____	297
3.2 Infraestructuras y viales _____	297
3.3 Maquinaria y equipos _____	297
4 Datos identificativos _____	297
4.1 Inscripción Registral _____	297
4.2 Linderos _____	297
4.3 Referencia Catastral _____	297
4.4 Situación y Uso Urbanístico _____	298
5. Precio _____	298
4. Modelo de cuaderno de venta. Teaser ciego. _____	299
5. Resumen Ejecutivo _____	300
Ventajas generales _____	300
Descripción de la Empresa _____	300
Precio venta _____	301
Ventajas _____	301
6. Modelo de cláusulas de confidencialidad en la venta de empresas y negocios. _____	302



7. Modelo de cláusula de “declaraciones y garantías” o “representations and warranties”. La responsabilidad del vendedor.	303
8. Modelos de cláusulas de arbitraje o jurisdicción aplicable.	306
Arbitraje	306
Jurisdicción competente	307
9. Modelos de contrato de compraventa de empresa.	308
a. Modelo general.	308
Primera. Objeto (venta de empresa según los casos, acciones, bienes, derechos y obligaciones, etc.)	310
Segunda. Precio	310
Tercera. Transmisión de la titularidad	310
3.1. Bienes muebles	311
3.2. Bienes inmuebles	311
3.3. Maquinaria	311
3.4. Contratos laborales	311
3.5. Vehículos	312
3.6. Existencias	312
3.7. Propiedad industrial	312
Cuarta. Contratos en curso	312
Quinta. Contratos de arrendamiento financiero	313
Sexta. Otros arrendamientos	313
Séptima. Asunción de deudas	313
Octava. Hacienda pública	314
Novena. Procedimientos judiciales	314
Décima. Saneamiento por evicción y vicios ocultos.	314
Decimoprimera. Pacto de no competencia.	314
Decimosegunda. Confidencialidad.	314
Decimotercera. Causas de resolución del contrato.	314
Decimocuarta. Anexos	315
Decimoquinta. Gastos	315
Decimosexta. Resolución de conflictos (jurisdiccional o arbitraje).	315
b. Modelo de Escritura notarial de compraventa de participaciones sociales	317



¿QUÉ APRENDERÁ?



- Identificar las razones y oportunidades para vender o comprar una empresa.
- Analizar las ventajas de adquirir un negocio en funcionamiento.
- Preparar la empresa para la venta mediante una revisión integral.
- Determinar el valor de la empresa a través de métodos de valoración.
- Elaborar el cuaderno de venta y el memorándum informativo.
- Diseñar la estrategia de marketing y la propuesta única de venta.
- Buscar y contactar potenciales compradores e inversores.
- Negociar los términos y cerrar la operación de compraventa.
- Realizar la due diligence en ámbitos legal, fiscal y laboral.
- Aplicar técnicas de análisis financiero, contable y de activos.
- Utilizar check-lists y formularios para optimizar el proceso.
- Gestionar la subrogación y las obligaciones laborales post-venta.



Introducción



La venta de una empresa o negocio es un proceso complejo y repleto de obstáculos, tanto para el comprador como para el vendedor. Para los que piensen que basta con anunciar la venta, coger el dinero y olvidarse, que sepan que es todo lo contrario. Y que cualquier paso en falso que den, ya sea al comprar o al vender, conlleva muchas responsabilidades a las que hay que hacer frente ante los tribunales.

La venta de una empresa o negocio es un proceso de planificación, asesoramiento de todo tipo (mercantil, fiscal, laboral, inmobiliario, etc.) y además lo más importante: horas de negociación.

El proceso de venta de una empresa o negocio es lento porque el vendedor quiere obtener el mayor precio y no responder de las contingencias y el comprador quiere justo lo contrario, pagar poco y que si hay alguna contingencia (que siempre las hay) que cargue con ellas el vendedor.

En cuanto a la duración (timing) del proceso de venta de una empresa o negocio, es difícil estimarla, depende mucho del tipo de compradores o vendedores, de las limitaciones que tengan para tomar decisiones, del proceso de venta que se pacte (exclusividad, oferta pública, subasta, due diligence data room, etc.). En algunos casos se supera el año de negociación.

Para evitar esta incertidumbre, suele ser habitual que comprador y vendedor acuerden el plazo (timing), de manera que su incumplimiento conlleve la cancelación de la transacción y la liberación de cualquier compromiso u obligación contraídos anteriormente.

Es muy importante ajustarse al tipo de comprador, que puede tratarse de inversores corporativos (empresas o grupos de empresas) e inversores financieros (fondos de capital riesgo o private equities).

Hay que preguntarse ¿para qué quiere comprar mi empresa? Si es para crecer el precio lo fijará el coste de un crecimiento similar sin necesidad de comprarla. En estos casos la cartera de clientes es esencial. En otros casos lo que se quiere es



pasar la empresa a otro comprador y quedarse con una plusvalía. En estos casos el tiempo es determinante para el comprador porque suelen ser operaciones a corto plazo.

Cualquier anomalía que se detecte afectará al precio a la baja y lo mismo sucederá si el vendedor quiere limitar las garantías e indemnizaciones.

Para abarcar todo el proceso de la venta de empresas, en especial las inmobiliarias y de la construcción, aquí hay algunos conceptos y temas esenciales:

- **Concepto:** La venta de empresas es el proceso de traspasar la propiedad de una empresa a otra persona o grupo de personas.
- **Características:** Una venta de empresa puede ser total o parcial, dependiendo de si se vende toda la empresa o solo una parte de ella. También puede ser una venta de activos o de acciones, dependiendo de si se venden los bienes de la empresa o las acciones de la misma.
- **Pros y contras:** Algunas ventajas de vender una empresa son obtener una gran cantidad de dinero a cambio, desprenderse de una responsabilidad empresarial o simplemente retirarse. Algunas desventajas son perder el control sobre la empresa, tener que pagar impuestos sobre las ganancias de la venta y puede ser difícil encontrar un comprador adecuado.
- **Precauciones:** Algunas precauciones que se deben tomar al vender una empresa son asegurarse de que el precio de venta sea justo, hacer una revisión exhaustiva de todos los documentos y contratos relacionados con la empresa y asegurarse de que no haya problemas legales o fiscales pendientes.
- **Procedimiento:** El proceso de venta de una empresa suele incluir la elaboración de un informe de venta, la búsqueda de compradores potenciales, la negociación del precio y los términos de la venta y la firma de un contrato de compraventa.

En conclusión, la venta de una empresa es un proceso complejo que requiere mucha planificación y atención a los detalles. Sin embargo, si se hace de manera adecuada, puede ser una excelente opción para obtener una gran cantidad de dinero y desprenderse de una responsabilidad empresarial.

De estas cuestiones se trata desde una perspectiva práctica y profesional en la guía de venta de empresas y negocios.