

# Valoració d'un despatx professional. Cas pràctic

JORDI AMADO  
Economista  
Soci fundador d'AMADO CONSULTORES

Data de recepció: 10/5/2015  
Data d'acceptació: 23/10/2015

## RESUM

En aquest treball es defineix i aclareix el significat del fons de comerç d'un despatx professional, i es desenvolupen els diferents mètodes de valoració que se solen aplicar en el sector. Per clarificar aquesta temàtica s'inclou un exemple de valoració d'un despatx professional.

## PARAULES CLAU

Despatx professional, fons de comerç, valoració.

## ABSTRACT

This paper defines and clarifies the meaning of the goodwill of a professional office, and different valuation methods often applied in the sector. A case study is included in order to clarify this issue

## KEYWORDS

Professional office, goodwill, valuation.

---

## 1. Introducció

Un despatx professional pot definir-se com “una organització de professionals que presta serveis de naturalesa jurídica, econòmica i tributà-

ria". En resum estaríem incloent-hi en aquesta definició Assessories fiscals, comptables i laborals, Firmes d'advocats i Firmes d'auditoria.

La valoració dels despatxos professionals requereix prendre en consideració les peculiaritats que es deriven del servei o assessorament que es presta. Aquestes prestacions, en definitiva, pressuposen bàsicament una aportació de coneixements com a nucli bàsic, de tal manera que altres elements que poguessin ser presos en consideració de forma molt rellevant en altres empreses, en els despatxos professionals es converteixen en merament accessoris, adjectius, com si es tractés només de l'embolcall del producte, que no és un altre que l'assessorament o servei pròpiament dit.

I és que, en veritat, el valor que es transfereix al client, això és, al destinatari del servei del despatx professional, constitueix, en essència, el seu objecte, finalitat i la seva raó de ser, amb independència del nivell de complexitat de l'estructura societària que s'hagi creat. Així es comprèn fàcilment que la seva valoració no depengui tant d'elements físics com les instal·lacions, i sí, en canvi, d'elements de difícil quantificació com la preparació professional, el nivell aconseguit en l'anomenada "corba d'aprenentatge" o "maduresa de l'equip professional", etc. Efectivament, a diferència d'altres empreses, el producte del despatx professional és un bé intangible, que hi porta associada la qualitat que li ha transmès el professional. Per tant, els despatxos professionals són empreses molt peculiars. Com més antiguitat tingui més probabilitats té de seguir funcionant, com més gran sigui menor serà el risc provocat per la pèrdua de clientela, o per la pèrdua d'un bon col·laborador.

En primer lloc és important definir què s'entén per despatx professional, en aquest sentit utilitzarem la definició que apareix en la Guia per a l'aplicació de la norma UNE-EN ISO 9001:2000 en els despatxos professionals econòmics i/o tributaris, elaborada per AENOR; "És una organització de professionals que presta uns serveis de naturalesa jurídica, econòmica i tributària". En resum estaríem incloent-hi en aquesta definició Assessories fiscals, comptables i laborals, Firmes d'advocats i Firmes d'auditoria. Segons l'Institut nacional de Estadística en España existeixen més de 164.000 despatxos professionals, dels quals 113.000 són persones físiques, 41.400 són Societats de Responsabilitat Limitada, 1.758 són Societats Anònimes i 6.734 tenen una altra forma jurídica. Com pot observar el lector estem davant d'un sector molt atomitzat.

Reprement la qüestió que dona el títol a aquest article, tot empresari té interès a conèixer quant val la seva empresa o negoci. Però no n'hi ha prou amb la informació que es recull en els estats comptables, i el soci o fundador d'un despatx professional no és una excepció. Assignar valor a un negoci "viu" la gestió i resultats del qual poden variar segons nombrosos factors

interns i externs, tangibles i intangibles, econòmics, socials, tecnològics, productius, laborals, legals i de mercat, amb major o menor influència de l'equip humà, no és una tasca senzilla.

La determinació del valor d'un negoci, d'una empresa, d'un despatx, es fa indispensable en situacions com l'entrada o la retirada de socis, en transaccions de compravenda, en la divisió de patrimonis per herències o testaments, en l'avaluació de la gestió de l'administració quan l'objectiu prioritari dels propietaris és maximitzar la rendibilitat de la seva empresa o despatx, en la presa de decisions estratègiques que afectin la continuïtat de l'empresa (fusions, adquisicions, aliances estratègiques), així com en l'elaboració de plans estratègics.

És important distingir entre valor i preu. Una mateixa empresa té diferent valor per a diferents compradors i per al venedor, mentre que el preu és la quantitat que acorden tant venedor com comprador en concretar una operació de compravenda. Dit d'una altra manera, el valor no és un fet sinó que a causa de la seva subjectivitat és una possibilitat, en contraposició al preu, que és una realitat.

Noteu, en aquesta mateixa línia, que si en qualsevol empresa el denominat "fons de comerç" determina una part important de la seva valoració, no succeeix el mateix (almenys, no en la mateixa mesura) quan es tracta d'un despatx professional. En efecte, com que el servei és el valor i el valor depèn del professional, és obvi que no resulta fàcil valorar el "fons de comerç" d'un despatx professional. El producte d'una indústria, malgrat la venda de la societat que el produïa, pot raonablement mantenir-se de forma idèntica, de tal manera que per als destinataris del producte resulti indiferent o innòcua aquesta venda. Per contra, la transmissió d'un fons de comerç lligat a un despatx professional no permet assegurar que la clientela es mantingui. Així, és obvi que en els despatxos individuals o en els col·lectius de petita o mitja grandària, els professionals que els integren són difícilment substituïbles. Vol dir que en aquest tipus de despatxos la relació de confiança es trava o s'estableix de forma directa entre el prestador i el receptor dels serveis, fins al punt d'identificar-se el despatx amb la persona o persones, la qual cosa duu a la conclusió que en aquests despatxos la desaparició del titular o titulars (per exemple, per abandonar la professió) pot provocar l'extinció del despatx, la qual cosa implica repercussions en la valoració d'aquests despatxos.

A diferència d'altres empreses, per a un despatx el paper dels col·laboradors i dels socis és decisiu. La imatge del soci/col·laborador va lligada a la imatge del despatx. El despatx sap que perdre un bon soci o col·laborador significa que el guanya la competència. El més probable és que el soci/col·laborador s'emporti una bona part dels clients als qui presta els seus serveis. El valor del despatx depèn de la continuïtat d'aquests bons profes-

sionals. És clar que com més gran sigui el despatx, més antiga, i més consolidada estigui “la seva marca” més difícil serà que en l'emigració el col·laborador s'emporti clients.

Cal no oblidar que en moltes ocasions s'exigeix complir uns requisits professionals i legals, per exemple, que la majoria del capital social estigui en mans dels professionals en qüestió, i que, a més, l'administrador reuneixi els requisits exigits pel col·legi professional al qual pertanyen.

Per complicar-ho una mica més, les diferències entre les dades comptables i fiscals i la realitat pot ser bastant més gran que l'apreciada en un altre tipus d'empreses. Pretendre valorar un despatx implica conèixer bé el despatx, el sector, i tenir en compte tots aquests aspectes que hem comentat.

## 2. Fons de comerç i mètodes de valoració que s'apliquen en el sector

A la introducció ja plantegem algunes de les particularitats i dificultats que comporta valorar un despatx professional. Per ser concrets, intentarem exposar aquells mètodes que normalment solen utilitzar-se en el sector. No obstant això l'aplicació d'aquests mètodes i les conclusions que aporten, encara que poden ser molt rellevants i diuen molt sobre el valor del nostre despatx, no són definitius. Tan sols són un punt de partida. El punt final ho posa el mercat. És a dir, allò que els nostres competidors o uns futurs socis estarien disposats a pagar pel nostre despatx, aquest seria el valor real del nostre despatx.

### 2.1. Definició de fons de comerç

En aplicar la teoria de la relativitat del valor, la taxació d'un despatx igual que una empresa es basa fonamentalment en el seu fons de comerç;

<b>Fons de comerç = Valor real – Valor comptable</b>
--

El fons de comerç és el valor que té el despatx per sobre del seu valor comptable o financer, ajustat als preus de mercat. És a dir, estem parlant de factors no financers, com per exemple els següents:

- *El nostre despatx té una trajectòria d'anys i un solvent historial de professionalitat i prestigi?*

- *Els seus socis i el personal són professionals reconeguts en el sector?*
- *La cartera de clients i la facturació que genera és recurrent i sòlida?*
- *Les especialitats del despatx tenen futur...?*
- *Quina posició ocupa el nostre despatx respecte als seus competidors principals i el seu àmbit d'influència...?*

### ***El nostre despatx “ven confiança” o “ven serveis”?***

Valorar aquest tipus d'actius intangibles no és fàcil, i en moltes ocasions són totalment subjectius. Fan sens dubte molt complicat mesurar el valor del fons de comerç. També és important destacar que en analitzar i en estudiar el fons de comerç es donen dues situacions en el sector: a) Despatxos que “*venen confiança*”, són firmes el fons de comerç de les quals és professional/personal, és a dir, està lligat a una persona —habitualment sol donar-se en els petits despatxos d'advocats, normalment de caràcter unipersonal—; b) Despatxos que “*venen serveis*”, són despatxos el fons de comerç dels quals és empresarial, que estan lligats a una organització, aquest últim cas sol donar-se més habitualment en les assessories fiscals, laborals i comptables. El fons de comerç empresarial, “*nosaltres venem serveis*”, està associat amb l'entitat íntegrament, mentre que el fons de comerç professional, “*jo venc confiança*”, es refereix a l'individu o persona. Per entendre millor el que volem destacar podem traslladar-nos al món del Circ i trobarem exemples similars, així un espectacle del tipus Charlie Rivel, seria un clar exemple “*venc confiança*” és a dir, està lligat a una persona que ha estat insubstituïble i única com a artista/professional. Com a contrapartida tenim el model d'espectacle del Cirque du Soleil, on ningú no coneix els artistes i que a més es projecta simultàniament en diferents capitals del món: el públic acudeix per la marca i l'espectacle, en aquest cas estaríem en el model “*venc serveis*”. Així doncs, i com a conclusió, un despatx que faci anys que té una presència al mercat, amb una plantilla i una organització, probablement es considerarà que el seu fons de comerç s'ha consolidat com a empresarial, i per a un futur o hipotètic comprador, lògicament, tindrà més valor, amb majors possibilitats de rendibilitzar i optimitzar la seva inversió.

### ***2.2. Quins mètodes es van aplicant en el sector?***

No existeix una unanimitat metodològica en intentar determinar el valor del fons de comerç. Per al seu càlcul, els mètodes de valoració clàssics parteixen d'un punt de vista mixt. D'una banda, fan una valoració estàtica

dels actius de l'empresa, basada en el balanç del despatx com a empresa, i per una altra, afegeixen un cert dinamisme en sumar-hi una quantitat relacionada amb els beneficis futurs del despatx. En resum, **s'està valorant la capacitat de generar beneficis**. Un despatx que generi grans beneficis valdrà lògicament més que un despatx que amb prou feines generi beneficis.

Els mètodes més habituals que se solen aplicar en el sector són els següents:

**a) Mètode basat en el compte de resultats (Múltiple de vendes i o BAIT)**

Aquest mètode es basa en el compte de resultats de l'empresa. El valor de l'empresa es determina a través de la quantia del benefici, de les vendes o d'algun altre indicador relacionat amb els resultats. És un mètode que es caracteritza perquè és senzill d'aplicar.

Dins d'aquest mètode es van utilitzant els següents sistemes:

**a.1 Múltiple de vendes.** El valor del despatx es calcula multiplicant els seus ingressos per un nombre (ràtio)

$$\text{Valor del despatx} = \text{vendes del període} \times \text{ràtio del sector}$$

Encara que no podem afirmar que sigui un criteri acceptat per tot el sector, com sol ocórrer amb les Oficines de Farmàcia o Corredories d'Assegurances, però sí és bastant habitual aplicar quan la majoria d'ingressos són recurrents (Assessories fiscals, laborals i comptables) aplicar una ràtio de 0,5 a 1,5 sobre la xifra de facturació de l'últim any o en algunes ocasions, sobre la mitjana de facturació dels dos o tres últims anys. Aquestes ràtios, quan es tracta d'un despatx d'advocats, ja no són aplicables, ja que la facturació sol ser més variable i molt vinculada a un professional concret.

**a.2 Múltiple de Benefici abans d'Interessos i Impostos (BAIT).** El valor del despatx es determina multiplicant diferents valors, pel nombre (ràtio) assignat en el sector

$$\text{Valor del despatx} = \text{BAIT} \times \text{ràtio del sector}$$

En el sector es va multiplicar el benefici entre un mínim de 3 anys i un màxim de 5 anys.

### ***Una dada rellevant***

Una qüestió important a tenir en compte és que en el sector en qualsevol dels mètodes aplicats el valor resultant es vincula al manteniment de la xifra de vendes durant el període pactat de pagament de l'operació i la permanència de titular. Així doncs si la xifra de vendes disminueix, el valor resultant de l'operació també disminueix en la mateixa proporció.

#### **b) Mètodes basats en el descompte de fluxos**

Possiblement és el mètode conceptualment més correcte i eficient per valorar un despatx professional, encara que no sempre se sol aplicar. Aquest mètode es basa en el descompte de fluxos, i determina el valor del despatx a través de l'estimació dels fluxos de diners —cash flows— que aquest pot generar en el futur, per després descomptar-los a la taxa apropiada segons el risc d'aquests fluxos. Els mètodes de descompte de fluxos es basen en el pronòstic detallat i acurat per a cada període de cadascuna de les partides financeres vinculades a la generació de fluxos de diners (vendes, pagaments a personal i professionals, devolució de crèdits...). Per tant, l'enfocament conceptual és molt similar al del pressupost de tresoreria.

La determinació de la taxa de descompte adequada per a cada tipus de flux és un dels punts més importants d'aquest mètode de valoració. Es realitza tenint en compte el risc.

### **3. Un cas pràctic**

A continuació es desenvolupa un cas real d'un despatx professional (assessoria) que ofereix uns serveis d'assessoria fiscal, laboral i mercantil i que els seus socis han decidit posar en venda.

*El despatx es va crear fa més de 25 anys, la titularitat està compartida per dos professionals fundadors, un economista amb especialitat en assessoria fiscal, i un graduat social amb especialitat en gestió laboral. L'àrea jurídica l'ofereixen a través d'advocats que col·laboren externament amb la firma. El despatx actualment factura una xifra de 650.000€. Aquesta xifra s'ha anat mantenint durant aquests tres últims anys, encara que l'any 2008 la firma va arribar a facturar 1.100.000 €, és a dir, la crisi ha passat*

factura. La plantilla del despatx la componen 10 persones, incloent-hi els dos socis.

- **Els fons propis del despatx (net patrimonial)** a 31-12-2014 són 480.000 €

- **Xifra de negocis i resultats de la firma (31/12/2014)**

*Import net xifra de negocis.....	650.000 €
*Costos de personal (*).....	325.000 €
*Altres despeses d'exploració.....	247.000 €
*Resultat abans d'impostos.....	78.000 € (rendibilitat 12%)

(\*) *Els costos de personal inclouen la retribució dels seus 2 socis.*

- **Detall de la xifra de facturació i tipologia dels clients**

La xifra de facturació està desglossada en les següents especialitats:

*Serveis d'assessoria i gestió fiscal.....	80.000 €
*Serveis de gestió laboral.....	220.000 €
*Serveis de jurídic.....	150.000 €

\**En els serveis de fiscal el 80% és facturació recurrent (igual). En els serveis de gestió laboral la facturació mitjançant iguala és del 90%. En els serveis de jurídic és totalment variable, encara que en aquests tres últims anys la xifra s'ha anat mantenint sense variacions significatives.*

\**La cartera de clients la componen uns 125 clients, majoritàriament pimes i autònoms de sectors molt variats i no existeix cap client que concentri més del 10% de la facturació. Existeix una fidelitat molt alta, més del 75% dels clients té una antiguitat de relació amb el despatx de més de 10 anys.*

- **Els costos de personal**

La plantilla (8 persones), sense incloure-hi la retribució dels dos socis (140.000 €), suposen un cost total 185.000 €. La plantilla, excepte 2 administratius, té una formació universitària i una antiguitat mitjana de 10 anys. La ràtio sobre la xifra de facturació de fiscal i laboral és un 37%. Recordem que la facturació de l'àrea jurídica es generarà a través dels advocats que col·laboren externament, el seu cost està inclòs en altres despeses d'exploració (67.500 €).



• **Quin valor s'aplicaria en un escenari de venda?**

Sobre la base d'aquests antecedents, tenint en compte que estem en un procés de venda, en un entorn econòmic actual any 2015, aquest despatx es valoraria prenent com a referència els següents paràmetres, aplicant a més un principi de màxima prudència:

Proposta de valoració (\*)

a) Segons el mètode basat en els beneficis

Valor mínim (3 anys)..... 225.000 €

Valor màxim (4 anys)..... 300.000 €

b) Segons el mètode basat en la xifra de negocis

Valor mínim (0,80 s/ 650.000 €)..... 520.000 €

Valor màxim (0,95 s/650.000 €)..... 617.000 €

(\*) *Aquests criteris s'apliquen tenint en compte que estem davant d'un escenari de venda i en tots els casos suposem que el comprador se subroga amb tot el personal.*

***Proposta final***

Sobre la base d'aquests criteris de valoració aquest despatx, com a punt de partida, en una hipotètica venda, es valoraria en un import mínim de 500.000 €, considerant la subrogació de tot el personal. En aquest import no està inclosa la possible retribució dels socis durant el seu període de permanència en el procés de transició o d'integració (normalment s'exigeix un període mínim d'1 a 3 anys de permanència).

Aquesta conclusió està basada i recolzada també per una mostra de més de 20 operacions tancades en els últims tres anys, de despatxos professionals amb característiques similars a les que es descriuen en l'exemple. Totes elles es van valorar i van tancar sota criteris similars als que es descriuen en l'exemple.

## Referències bibliogràfiques

- AMADO, J. (2012) *El relevo generacional en los despachos profesionales*. Editorial Aranzadi.
- PEREZ, M. R. (2008) *¿Cuánto vale mi despacho? Los tres pilares del despacho profesional*. Editorial CISS.



**Associació Catalana de Comptabilitat i Direcció**

Edif. Col·legi d'Economistes de Catalunya  
Pl.- Gal·la Plàcida 32, 4<sup>a</sup> planta - 08006 Barcelona  
Tel. 93 416 16 04 extensió 2019

info@accid.org - www.accid.org- @Associacio ACCID