

QUANT VAL UNA EMPRESA?

Vols saber com valorar-la?

Vols vendre'n o comprar-ne una?



CONTINGUTS

1. Coneix el valor de la teva empresa	02
2. Factors a tenir en compte	03
3. Com fer la valoració? Exemple	05
4. Errors més habituals	07
5. Passos per vendre o comprar una empresa	08
6. Inspira't amb casos reals	09



1. CONEIX EL VALOR DE LA TEVA EMPRESA

T'agradaria fer una valoració del teu negoci?
T'estàs plantejant vendre'l o comprar-ne un?
Segueix llegint!

El valor vs. el preu

El valor d'una empresa es determina en base a diferents elements. En el cas de les micropimes sol tenir un component emocional i subjectiu, que fa que el valor variï molt segons qui ven o qui compra.

El preu, en canvi, és el resultat de la negociació entre comprador i venedor per fer la transacció.

El càlcul del valor d'una empresa sol ser una tasca complexa per a qualsevol empresari o empresària i provoca diversos dubtes. Més enllà del balanç de situació i del compte d'exploració, es pot valorar la cartera de clients, el flux de caixa o alguns elements intangibles, com el temps i l'esforç invertits en l'empresa. La pressa per vendre o comprar són altres factors que afectaran el preu final de la compravenda.

La valoració empresarial és una eina molt poderosa: **et permet conèixer el valor del teu negoci per prendre les millors decisions estratègiques.** La necessites, per exemple, si tens intenció de vendre l'empresa, si busques noves persones inversores, si vols demanar finançament o si pretens expandir el negoci, entre altres situacions.

2. FACTORS A TENIR EN COMPTE



ELEMENTS FÍSICS

Inclou els béns tangibles de l'empresa, com el local, les oficines, el mobiliari, l'estoc de productes i el de matèries primeres. El valor s'estima a través del preu d'aquests béns, però recorda tenir en compte la depreciació pel pas del temps i l'ús.



ELEMENTS TECNOLÒGICS

Pren nota dels equips i programes informàtics, telèfons i dispositius, presència a la xarxa, terminals de venda i altres elements. Recorda que la tecnologia no dura sempre i que la seva renovació també s'ha de valorar.



EQUIP HUMÀ

És difícil calcular el valor del capital humà. Pots considerar aspectes com els seus coneixements o si són professionals molt buscats en el sector. També s'ha de tenir en compte si algú es jubilarà aviat o si cal més personal. Si després de la venda l'empresa ha de viure un procés de transformació, la valoració pot incloure el cost dels acomiadaments.



ELEMENTS EMPRESARIALS INTANGIBLES

La teva empresa és un projecte format per actius intangibles com la teva experiència, la cartera de clients, la teva marca, la competitivitat al sector, la situació del mercat, els riscos que et poden afectar...

2. FACTORS A TENIR EN COMPTE



ELEMENTS ECONÒMICS I FINANCERS

La capacitat de l'empresa de generar diners és clau a l'hora de calcular el valor. Això inclou l'equilibri patrimonial, les necessitats de finançament i inversió, la rendibilitat de la teva activitat, els deutes, etc. L'EBITDA dels darrers anys és l'únic que determina què guanyes realment per a alguns experts.



ELEMENTS LEGALS

Recull tots aquells factors jurídics com la relació entre socis (si n'hi ha), litigis corrents amb clients, proveïdors o treballadors, contractes vigents com l'arrendament d'un local, llicències, assegurances, patents, etc.

3. COM FER LA VALORACIÓ?

Existeixen diversos mètodes de valoració empresarial, alguns més adequats per a pimes. Cal tenir en compte que tots són mètodes estimatius i que, de vegades, se'n fa servir més d'un per arribar al valor del negoci.

- Els **mètodes estàtics** valoren l'empresa pel seu passat. L'eina fonamental és el balanç de situació, que reflecteix la situació econòmica de l'empresa. Permet calcular el valor d'una manera ràpida, però no té en compte la capacitat de generar beneficis futurs, ja que deixa fora actius immaterials importants, com la cartera de clients o els contractes signats a futur.

- Els **mètodes dinàmics** valoren l'empresa pel futur que pot tenir. Els més utilitzats són els basats en els fluxos de caixa (el capital resultant de la diferència entre cobraments i pagaments). Amb el flux de caixa dels darrers anys es pot projectar la capacitat de l'empresa de generar diners, i donar un valor més ajustat a la realitat.

- Els **mètodes mixtos** combinen els mètodes dinàmics i estàtics. Tenen en compte tant el passat i el present de l'empresa,

com el seu futur.

- També hi ha **mètodes basats en múltiples**. La valoració es fa a través d'un múltiple per transacció que emana del mercat, i considerant alguna variable de l'empresa, a poder ser relacionada amb el compte de resultats. Es pot fer de diferents maneres. És més ràpid, té en compte empreses comparables a la que volem valorar.



EXEMPLE DE VALORACIÓ

Volem valorar una empresa (ABC) i disposem de la següent informació:

Compte de resultats de l'empresa

Vendes	500.000,00 €
EBITDA	100.000,00 €
Benefici	85.000,00 €

Balanç de situació de l'empresa

Actiu	500.000 €
Fons propi	150.000 €
Passiu exigible	350.000 €

Utilitzem els següents mètodes de valoració:

MÈTODE ESTÀTIC PER COMPTABILITAT: Valor = Actiu - Passiu exigible

$$\text{Valor} = 500.000 \text{ €} - 350.000 \text{ €} = 150.000 \text{ €}$$

MÈTODE DE MÚLTIPLES PER EBITDA: Valor = EBITDA ABC x Múltiple EBITDA empreses comparables

Sabem que empreses com ABC es valoren per 4 vegades l'ebitda

$$\text{Valor} = 100.000,00 \text{ €} \times 4 = 400.000,00 \text{ €}$$

MÈTODE DINÀMIC - Descompte de fluxes

Calculem els fluxes de caixa pels propers 3 anys de l'empresa ABC

Flux de caixa any n+1	70.000,00 €
Flux de caixa any n+2	71.000,00 €
Flux de caixa any n+3	71.500,00 €
Taxa d'actualització	10%
Valor terminal (VT)	715.000,00 €

$$\text{Valor} = \sum \frac{FC_n + VT}{(1+i)^n}$$

$$\text{Valor} = 713.223,14 \text{ €}$$

MÈTODE MIXT CLÀSSIC: Valor = Valor comptable net (ajustat) + multiplicador x Benefici

El multiplicador per empreses similars a ABC és de 2,5

$$\text{Valor} = 150.000 \text{ €} + (2,5 \times 85.000,00 \text{ €}) = 362.500,00 \text{ €}$$

Resultat de la valoració

El resultat de la valoració es presenta en format rang, la forquilla de valors derivada de l'ús dels mètodes proposats.

4. ERRORS MÉS HABITUALS

El component emocional té un gran pes a l'hora de valorar una empresa i pot portar a fer una valoració incorrecta. Per això l'ajuda d'un professional pot ser essencial.

Alguns dels **errors** més habituals en el cas de les micropimes són:

- Basar-se en els diners invertits anys enrere.
- Confondre valor amb preu.
- No comptar amb la visió d'un expert extern.

És **recomanable**:

- Separar la gestió personal de l'empresarial, sovint vinculades.
- Assegurar-se de comptar amb el màxim d'informació sobre l'empresa.
- Utilitzar diversos mètodes de valoració per comptar amb una visió més completa del valor de l'empresa o negoci.



La veu de l'experta

“Valorar un negoci és un exercici complex. Cal conèixer bé l'empresa, el seu recorregut i les seves projeccions de futur. És temerari valorar una empresa sense conèixer-la a fons, tant ella com l'entorn. Sigui quina sigui la motivació per valorar una empresa, és imprescindible deixar-se assessorar per experts per fer un bon exercici de valoració.”

Laura Sallent, directora de Reempresa

5. PASSOS PER VENDRE O COMPRAR UNA EMPRESA

Si t'interessa vendre la teva empresa, hauràs de posar en marxa un procés de transmissió que consta de diverses parts. Hauràs de fer un anàlisi al detall del negoci i una primera valoració, construir la teva estratègia negociadora i desenvolupar un pla de cessió inclogui allò a què us comprometeu les dues parts.

Si, en canvi, ets tu qui vol comprar una empresa, fes una cerca activa d'empreses i prepara una oferta de compra, en funció de la valoració de l'empresa que t'interessi i de les teves consideracions.

És molt important elaborar un document final, on consti l'acord al qual arribeu, amb el preu, el mètode de pagament, el termini o la transmissió de *know-how*, entre altres aspectes importants.

Aquests són els **passos** que Reempresa, el mercat de compravenda de petites i mitjanes empreses de Catalunya, recomana seguir en un procés de transmissió:

1. Primera presa de contacte entre les parts
2. Signatura de l'acord de confidencialitat
3. Negociació dels termes i les condicions de la venda
4. Signatura de la Carta d'Intencions, el precontracte i/o el contracte d'arres
5. **Due Diligence** (auditoria del negoci per part d'una entitat externa)
6. Signatura del contracte de compravenda



6. INSPIRA'T AMB CASOS REALS

CAS 1

“Continuar tot allò que s’ha demostrat que és viable té molt menys risc que començar des de zero”, explica la Tània, compradora de l’empresa tecnològica DoctoData.

DoctoData és una empresa tecnològica que va néixer l’any 2005, orientada a la gestió sense paper i a la prestació de serveis de gestió documental i de digitalització. **L’Antoni va decidir vendre-la per jubilació i manca de relleu generacional.** La Tània, per altra banda, sempre havia considerat que tenia més sentit continuar un negoci amb trajectòria i estructura que començar de zero. Es va decidir per DoctoData per afinitat professional i bona sintonia, amb l’objectiu de desenvolupar-hi un ventall més ampli de serveis.

“Va ser bàsic treballar conjuntament amb l’Antoni, ja que em va permetre entendre els serveis que s’oferien (la transferència de

know-how), conèixer els perfils dels treballadors, presentar-me davant de clients i proveïdors i, importantíssim, saber la trajectòria prèvia del negoci: què havia funcionat i què no, per evitar així repetir errors”, explica la Tània.

Reempresa la va ajudar a identificar el negoci més adient, la va assessorar legalment i la va acompanyar en l’àmbit personal. També va assessorar l’Antoni en el procés de transmissió i el va ajudar en aspectes com la redacció del contracte de compravenda o el tancament de l’acord.

6. INSPIRA'T AMB CASOS REALS

CAS 2

“Que allò que vam crear fa tants anys i amb molt d'esforç continuï és una satisfacció per a mi”, explica la Montserrat Castillo, cedent de la botiga Pedro Sport.

Vendre una empresa és donar una segona vida a un projecte professional i, sovint, personal. La Montserrat va entrar a treballar a aquesta botiga del Prat de Llobregat amb 26 anys, i hi va estar tota la vida. El **motiu de la venda va ser la seva jubilació** i, tot i que va pensar a tancar, li sabia greu que la feina feta es perdés. *“Quan es tracta de vendre, recomanaria tenir en compte més aspectes que l'econòmic, com trobar un perfil que s'adapti al negoci i vegis capaç de donar-li continuïtat. Per mi va ser molt important el feeling, veure una persona amb ganes i il·lusió”*, explica.

A l'altra banda hi havia la Montserrat Fàbregas, la compradora del negoci. Coneixia la botiga i la considerava un punt de referència del món de l'esport al mu-

nicipi. El seu objectiu era continuar amb l'activitat i complementar-la amb serveis de valor afegit, com coaching, tallers o voluntariat. *“Ella em va transmetre el coneixement de l'empresa i vaig comptar amb el seu assessorament en aspectes fonamentals com la compra de gènere, la contractació de personal, la gestió de la botiga i l'atenció al client”*, afirma. Reempresa la va ajudar a tramitar la capitalització de l'atur, a obtenir la totalitat del finançament i a accedir a subvencions municipals.



6. INSPIRA'T AMB CASOS REALS

CAS 3

“Vaig veure l'oportunitat d'aquest negoci i vaig pensar que estava lligat a la meva professió i que podia ampliar nous horitzons”, explica l'Inma, compradora de l'herboristeria Vitasana Palafrugell.

En aquest cas, es tractava d'un **comerç de compravenda de productes de dietètica i herboristeria**, que el cedent, l'Isma, venia també per jubilació.

L'Inma és farmacèutica i volia donar continuïtat al negoci, afegir productes de parafarmàcia i oferir nous serveis fisioterapèutics. *“Les negociacions i la sintonia amb el cedent sempre van anar bé i van ser positives, amb una entesa fàcil. Però sí que hi va haver uns timings per preparar el projecte, la documentació, el finançament... que van durar uns 4-5 mesos”,* explica.

Els coneixements de l'Isma la van ajudar, sobretot, a agafar rodatge a l'inici.

Per l'Isma, la venda d'una empresa també era un procés desconegut. Considera que va ser important treballar conjuntament amb la compradora durant un període de temps per poder **transmetre el coneixement empresarial**, fidelitzar els clients i fer una transició ben feta. *“Hi havia una sèrie de protocols i una metodologia creada per poder atendre els clients de la manera més adient. Considero que tots aquests intangibles tenien un valor important que també es quedava la compradora i li permetria donar resposta a les necessitats de la clientela”,* conclou.



www.bizbarcelona.com

Contingut elaborat per Bizbarcelona,
amb la col·laboració de Reempresa



www.reempresa.org
