



FONDO DE COMERCIO
VALUACION Y TRANSFERENCIA
DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES
INDUSTRIALES Y VIRTUALES
FONDOS DE COMERCIO

Prof. VICTOR HUGO CAPPuccio
Corredor Balanceador y Martillero publico

vhcbalanceador@gmail.com
victorhugocappuccio@gmail.com



Introducción

Hola, bienvenido a este curso de valuación y transferencia de fondos de comercio y/o establecimientos comerciales industriales y virtuales. Atento que el tema que vamos a tratar es una especialidad que hace a nuestra profesión de Corredor Balanceador y/o Corredor de Comercio.

El presente material que les entrego es a los efectos de ayudarlos a reafirmar los conceptos que iremos tratando de toda esta charla.

POR FAVOR ANOTEN CUALQUIER DUDA PARA HACER LA PREGUNTA TERMINADO CADA BLOK.

1°) SINOPSIS DEL BALANCEADOR



El Balanceador es el primer idóneo reconocido en la intermediación y terminación hasta su inscripción en el registro Respectivo, de las compraventas de Fondos de

Comercio y/o Establecimientos comerciales y/o Industriales y también en su Valuación.

Data su aparición aproximadamente a finales del siglo XIX, y su nombre proviene de los prácticos contables, que laboraban en los Fondos de comercio y realizaban la administración contable total de ventas-compras, acreedores, deudores, inventarios, como un balance continuo, o sea, tenían un conocimiento profundo de los mismos. A estas personas se los denominaban BALANCEADORES. Y este nombre proviene del Libro “EL BALANCEADOR” tratado general teórico práctico, Cuenta y Razón por el sistema de Balance Continuo de ANTONIO V. GARCÍA, editado en Madrid 1886,

- **Libro reconocido en el Diccionario de Legislación y Jurisprudencia pág. 347 y 961 de Joaquín Escriche.**
- **Reconocida la actividad del Balanceador en la actividad de intermediario en fondos de Comercio, Enciclopedia Jurídica OMEBA tomo II año 1955. Aporte del Contador y publicista Juan Rene Bach. Y otros reconocimientos de, Dr. F. J Garo, Dr. A. Cammarota, Dr. Ramón S. Castillo, Dr. M Scolni, Dr. Juan L. Páez, Dr. Michelson Prof. E. L. Lapa, quienes en distintos libros reconocieron la actividad del Balanceador, como el profesional más idóneo e imparcial para la venta y valuación de fondos de comercio.**

2º) CUANDO SOLICITAR UNA VALUACION

JUDICIALES:

- **PARA AGREGAR EL VALOR DEL FONDO A UN PATRIMONIO SUCESORIO**
- **DIVISIÓN DE PATRIMONIO EN JUICIO DE DIVORCIO**
- **EN LA NECESIDAD DE UN CONCURSO O QUIEBRA YA SEA PARA SU REMATE O COMO PARA GARANTIA EN UN CONCURSO**

-

PRIVADOS:

- **PARA UNA FUSION CON OTRO FONDO U OTRO BIEN**
- **PARA UNA DIVISIONES, DE SOCIOS**
- **PARA ACUERDO DIVISIÓN DE BIENES EN DIVORCIO**
- **PARA OBTENCIÓN DE CRÉDITOS**
- **PARA CONSTITUIR UN SEGURO DE INCENDIO O,**
- **LA MÁS COMUN PARA SU VENTA**

3°) DEFINICION DE FONDO DE COMERCIO

ATENTO LO PRESCRIBE EL ART. 1° DE LA LEY 11.867

SANCIONADA EL 09/08/1934. DICE ASI; - Declárase

Elementos constitutivos de un establecimiento comercial o fondo de comercio, a los efectos de su transmisión por cualquier título: las instalaciones, existencias en mercaderías, nombre y enseña comercial, la clientela, el derecho al local, las patentes de invención, las marcas de fábrica, los dibujos y modelos industriales, las distinciones honoríficas y todos los demás derechos derivados de la propiedad comercial e industrial o artística.

Y la siguiente es la denominación en la cual más se ha enrolado nuestra jurisprudencia.

El fondo de comercio es el conjunto de fuerzas productivas derechos y cosas que combinadas en reunión armónica, tanto interior como exteriormente se presentan como un organismo con perfecta unidad por los fines a que atiende, que no son otros que la obtención de beneficios económicos en el orden comercial e industrial.

Fernández. CNCom, Sala B, 18/3/53, GF, 208-220; CNPaz, Sala V, 19/3/71, LL, 142-13; C2a CivCom La Plata, Sala I, 6/4/73, LL, 152-79; CNCiv, Sala A, 14/5/85, LL, 1986-A-94.

Esta definición de Fernández es en la cual más se ha enrolado nuestra jurisprudencia y a juicio de Zunino la más correcta. Libros Tratados de derecho comercial de Raymundo Fernández y Fondo de Comercio de Jorge O. Zunino

4°) HABILITACIÓN y PERMISOS

La habilitación en general tiene todas las categorías desde muy importantes e imprescindibles, hasta las no tan importantes, ya que su obtención hoy sería un trámite, simple y sin restricciones. por lo tanto, debemos saber qué categoría tiene la que se incluya en la universalidad que nos toca valorar. y las calificaríamos así:

La habilitación es para algunos fondos mucho más importante que para otros.

En algunos casos la habilitación influye mucho en el precio de la valuación y en otros no es tan importante. La diferencia la veremos con algunos ejemplos.

Es importante y difícil de obtener en CABA.

En los casos de fondos que están habilitados y ya esa habilitación no se otorga más o piden mucho más requisito, cuestión que la hace mucho más costosa o imposible. Por ejemplo, mayores medidas para su instalación y funcionamiento, como ser, hoteles alojamientos, hiper mercados, talleres mecánicos, curtiembres, laboratorios químicos, panificadoras, herrerías, los denominados hoteles familiares, talleres de pintura de automóviles, residencias geriátricas, clínicas médicas. etc.

Es menos importante:

En los casos de fondos cuya habilitación se otorga por declaración jurada sin requerimientos especiales. Doy ejemplos de algunas de las habilitaciones no tan importantes en su valor como serían las de oficinas comerciales, librerías, comercios minoristas de venta de productos no contaminantes, mini mercados, agencias de turismo, bares, tiendas de ropa, relojería, agencias de lotería, librerías, quioscos de golosinas, venta de servicios, oficinas, etc.

Casos excepcionales

Serían, por ejemplo, las paradas de diarios y revistas, que existen con una habilitación transitoria, pero en este caso puede ser importante considerar, (no ocurre en todos los casos) que todavía hay paradas que siguen teniendo precios importantes y otros no, ya que en la mayoría de las zonas afectó mucho la lectura de diarios por internet.

Estas diferencias en las habilitaciones hay que tenerlas muy en cuenta ya que pueden variar totalmente el valor final de valuación.

También debemos consultar si no hay problemas de habilitación o posibles clausuras, por regla general en la página 180 del libro de inspección se anotan las infracciones hay que revisar.

5°) UBICACIÓN

Tenemos que saber apreciar cual es la importancia de la ubicación del fondo, ya que para algunos será buena ubicación sobre un centro comercial, para otros sobre una ruta u otro lugar cualquiera, importando sólo tener buenos caminos para entrar y salir. Este es el caso que tenemos que aprender a diferenciar al tener que apreciar una buena ubicación para el fondo que nos ocupa en el momento de valuar.

Atención, este es un punto muy importante que el valuador debe dominar a la perfección, teniendo los conocimientos y la intuición necesarios, ya que hay calles que tienen programado desde hace muchos años su ensanche, otras su conversión en peatonal, o lugares donde se harán autopistas, puentes, pasos bajo nivel y cualquier otra transformación que redundaría en una importante modificación de la ubicación del fondo.

Siempre habrá que atender que dicha modificación puede ser en su beneficio o en su perjuicio por ende hay que investigar si en otros lados pasó y qué resultados tuvo, para así tenerlo en cuenta al valuar (hay ejemplos en el pasado y el presente de estos procesos).

Hay Fondos de Comercio como talleres de confección de ropa, delivery, y otros, en los que la ubicación no es muy importante.

También debemos tener en cuenta, los formatos nuevos que se vienen que son los móviles, que tienen lugares específicos donde podrán funcionar.

Ver si hay negocios en los alrededores más cercanos del mismo ramo o muy similar, que pudiera condicionar el funcionamiento y crecimiento o por el contrario que sean en beneficio ya que especializa la zona.

6°) CONTRATO DE LOCACION

Como sabemos, los contratos comerciales tienen HOY una libertad absoluta para convenir plazos precios y ajuste y moneda, de acuerdo a las nuevas disposiciones legales del año 2024.-

Acá si bien el contrato ideal es de 10 años de duración nos manejaremos con la duración que tiene, y tendremos en cuenta si históricamente fue renovado.

Un contrato con historia de renovaciones es importante para la valuación, ya que todavía es muy difícil conseguir contratos largos, y lo más común es un contrato de 3 o 5 años, así que al valorar debemos tener en cuenta esta situación, y las renovaciones darían una historia de continuidad. (En este punto nos encontramos con el problema de la inflación y la inseguridad jurídica que casi digamos obliga a hacer contratos cortos, pero nos perjudica al momento de valorar más que nada en negocios nuevos.)

Igualmente vamos a ver que hay casos en la actualidad de contratos de 10 años, y fijan los precios de los alquileres mensuales, en equivalentes por lo general, al producto que venden. Ejemplo café, nafta, pan, pizza, cobre, carne, bebidas sin alcohol. Precio de habitación, cochera, etc.

7°) La Propiedad Inmueble No Es Un Elemento Del Fondo de comercio pero puede estar en su patrimonio, Por Lo Tanto Si El Fondo De Comercio Que Nos Tocara Valorar

**Tiene También La Propiedad Inmueble, Su Valuación La
Deberemos Realizar Por Separado, Como Es En La
Practica A Nuestra Profesión**

8°) CLIENTELA

Deberemos considerar:

- **Que sea consecuente con la naturaleza y calidad del establecimiento**
- **Que tenga posibilidades presentes y futuras para los productos y/o servicios que comercializa.**
- **Que no tenga una clientela basada por cuestiones transitorias de ningún tipo. Para dar un ejemplo una modificación transitoria podría ser una obra pública que modifique el tránsito por un tiempo semi-prolongado, que obligue a que el tránsito se desvíe beneficiando al fondo de comercio o perjudicándolo.**
- **Que la clientela no sea por cualidades especiales y esenciales de ninguno de los titulares del fondo ya que son inseparables de la persona, y cuando ese titular se vaya, la clientela no quedará en el negocio.**
- **Si la clientela principal, depende de contratos con cualquier organismo gubernamental de tipo nacional, provincial y/o municipal, que sabemos pueden cortarse sin previo aviso**
- **Los considerados sin clientela como los locales de ventas de bebidas o comidas en un estadio.**

9°) HISTORIA



Tomaremos en cuenta:

- **Años que se encuentra en funcionamiento, y posibilidades de continuar en el mismo rubro previendo el futuro del sector y del establecimiento**
- **En caso de un negocio que no tenga una antigüedad lógica por ejemplo si es menor a 2 años, tendremos que estudiar si tiene futuro.**

Asimismo en este punto vamos a diferenciar el caso de locales de franquicias, que ya tienen una marca y un mercado propuesto por el principal, y por lo tanto tomaremos la historia y prestigio de la marca del franquiciame como ejes de la valuación

- **También la historia del fondo y de sus productos o servicios pueden ser un punto relevante para su valuación ya que vemos cómo cambian las costumbres en los usos de servicios y productos. -**

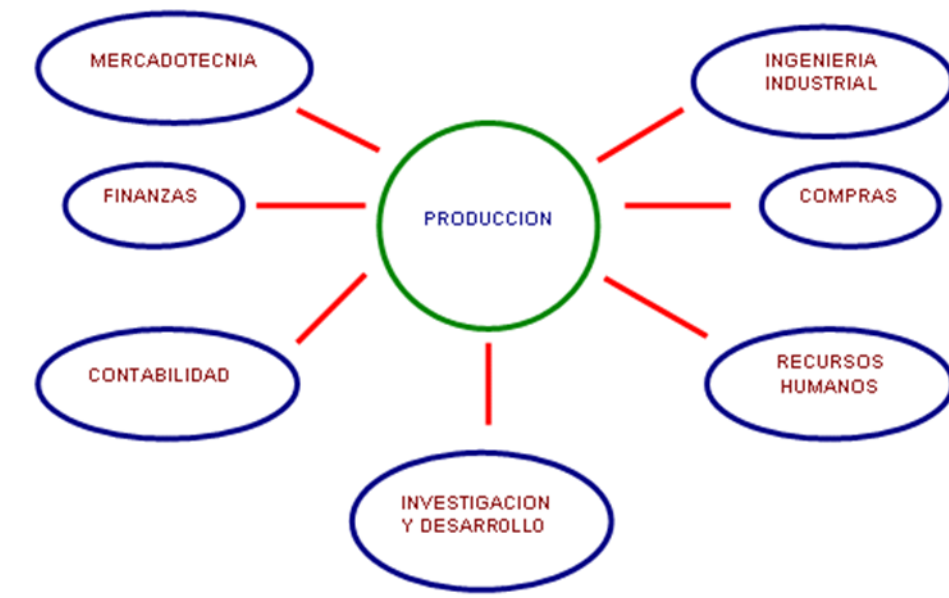
10°) PRESTIGIO



El prestigio, ya sea de los productos y/o servicios, o de la marca con la que se los comercializa, pueden tener un beneficio presente y futuro para el Establecimiento, y que sobresalgan de lo cotidiano o tengan una característica especial.

El prestigio puede ser por cualquiera de sus elementos, y esto hay que tenerlo en cuenta para reconocer una mejor valuación.

11°) INTELEGENCIA



- **Inteligencia de un plan de propaganda y publicidad ya desarrollado, en el cual se han hecho inversiones de consideración y su posible continuación con resultados exitosos.**
- **Una buena dirección de la empresa también con la posibilidad de su continuación independiente de su**

propietario con resultados ventajosos y que no estén basados en ningún tipo de privilegios.

- **Continuación, un plan bien organizado y diagramado de trabajo del personal formada especialmente y bien distribuida lo que formaría un inteligente organigrama de explotación del negocio en todas y cada una de sus partes (que redundará en que el continuador del negocio puede seguir el mismo programa con éxito).**

12º) INSTALACIONES



Maquinarias, muebles, útiles y rodados.

Hacer una evaluación de los mismos a precios lógicos del mercado de usados. Y aquí hago otra advertencia no se debe evaluar ni tener en cuenta para la valuación general del establecimiento, ningún bien que no esté afectado ni sirva para el establecimiento.

En este punto vamos hacer una breve aclaración en la mayoría de los casos nos vamos a encontrar que, no es muy relevante para la valuación del fondo las instalaciones y maquinarias, claro que hay excepciones (si valuamos una tornería y matricería, o una empresa de transporte,

veremos que los elementos materiales serán de mucha importancia por los valores de los mismo y pueden llegar a ser el valor principal, siempre usaremos el sentido común.

13°) MERCADERÍAS



Las mercaderías no se incluyen en las valuaciones, antiguamente se incluía algo de mercadería en fondo de comercio de Farmacias, pero ya quedo en desuso este sistema.

14°) NOMBRE



El nombre y Enseña Comercial, debemos evaluarlos ya que pueden ser importantes si es conocido en la zona y en el tiempo.

15°) ENSEÑA O MUESTRA COMERCIAL



Son para distinguir un establecimiento mercantil, adoptando la forma de cartel, placa, letras de molde de relieve e incluida en la papelería del negocio puede reproducir el nombre comercial o representarse por medio de símbolos figuras combinaciones de colores etc.

16°) PATENTES DE INVENCION (LEY 24481)



Son los productos y procedimientos siempre que sean nuevos, que entrañen una actividad inventiva y sean susceptibles de aplicación industrial.

Respecto de las patentes de invención, debemos ser muy precavidos e investigar si realmente es importante si está registrada, porque muchas veces una patente de invención puede ser el motor principal del fondo de comercio y tenemos que averiguarlo.

17°) MARCAS DE FÁBRICA (registrada LEY 22362



Se usan para distinguir productos o servicios; una o más palabras con o sin contenido conceptual, los dibujos los emblemas, los monogramas, los grabados, los estampados, los sellos, las imágenes, las bandas, las combinaciones de colores aplicadas en un lugar determinado de los productos o de los envases, los envoltorios, los envases las combinaciones de letras y de números, las letras y números por su dibujo especial, las frases publicitarias, los relieves con capacidad distintiva y todo otro signo con tal capacidad.

Al igual que con las patentes, la marca de fábrica, los dibujos y modelos industriales, siempre deben estar registrados para poder valorarlos.

18°) DIBUJOS Y MODELOS INDUSTRIALES **(LEY 16478)**



Calificamos como modelos o diseños, a las formas y aspectos incorporados o aplicados a un producto industrial, que le confieran carácter ornamental y que lo transforman en su aspecto, y obtienen real importancia en un mundo donde las formas y la decoración participan notablemente como factores determinantes en la elección.

19) DISTINCIONES HONORIFICAS



Tendremos en cuenta sólo las distinciones o diplomas que se han otorgado a la empresa y **no al titular, ya que éstas son de la persona y no se valúan.**

Sí las de la empresa, porque hacen a su prestigio.

Un ejemplo heladería artesanal CADORE de la avenida corriente al 1695 distinguida como una de las 10 mejores del mundo distinción otorgada en Inglaterra reafirmada recientemente. - También la Parrilla Don Julio de Guatemala 4691 entre los 4 mejores restaurantes del mundo otros como La Cabrera y La Brigada en los puestos 41 y 60 respectivamente. Y ahora ya están entregando las estrellas Michelin en Gastronomía, estos premios benefician mucho en acrecentar su clientela al fondo de comercio con el consiguiente beneficio económico, etc.

20°) DERECHOS DE UNA PÁGINA O DE PROGRAMAS DE REDES DE INTERNET – TAMBIÉN LOS FONDOS DE COMERCIO VIRTUALES



- 1) GOOGLE+ (Red muy parecida a Facebook)
- 2) MERCADO LIBRE (comunidad de compraventa)
- 3) YOUTUBE (Red con portal clave para atraer clientes)
- 4) INSTAGRAM (Red sencilla y divertida para con amigos)
- 5) FACEBOOK (La red más grande)
- 6) TWITTER (Red informativa)
- 7) TUENTI (tiene whatsApp gratis y puedes navegar y hablar Te. sin facturas ni contratos.)
- 8) LINKEDLN (Red social índole laboral y nuevos clientes)
- 9) WHATSAPP (Aplicación gratuita de comunicación e información)
- 10) WECHAT (mensajería)
- 11) HOOTSUITE (Sitio oficial para monitorear Redes Sociales y dar seguridad)
- 12) SUMOME (El plugin (inserción) todoterreno para multiplicar suscriptores)
- 13) BUFFER (Administrador de redes)
- 14) FLICKR (Plataforma p/compartir y opinar fotos y videos)
- 15) FOURSQUARE (Servicio de localización de negocios y locales p/que estéis presente)

**21°) TODOS LOS DEMÁS DERECHOS DERIVADOS
DE LA PROPIEDAD COMERCIAL E INDUSTRIAL O
ARTÍSTICA**



Como obras científicas, literarias, artísticas, como podrían ser obras de arte, como ser pinturas, esculturas etc. (atención también debemos integrar las concesiones públicas, muchas de las cuales son la verdadera razón del establecimiento.

22°) PERSONAL EMPLEADO



En este punto les voy hacer una aclaración el personal es muy importante ya en establecimientos que tengan un envergadura mediana para arriba, ya que una plantilla de personal de 20, 30 o más que laboran en el establecimiento al que ya conocen a la perfección, nunca es recomendable sacarlos, calculen que hay fondos de comercio con 1500 obreros, esto es así y debemos entender que el fondo de comercio es con el personal en sus funciones es muy difícil y costoso armar y formar una plantilla de personal

23°) ACTIVOS INGRESOS Y EGRESOS

Flujo de Caja					
1. Detalle de Ingresos	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5
1.1 Ingresos por Ventas	20.000	30.000	22.000	24.000	23.500
1.2 Cobro de Deudas	5.000	4.000	6.000	4.500	3.500
1.3 Otros Ingresos	2.000	1.500	2.500	3.200	2.500
1.0 Total de Ingresos	27.000	35.500	30.500	30.700	31.500
2. Detalle de Egresos					
2.1 Luz	200	210	215	205	210
2.2 Agua	50	55	60	52	55
2.3 Teléfono	200	200	200	200	200
Egresos en Consumo	450	465	475	457	465
2.4 Compra de Mercadería	12.000	12.000	20.000	11.000	10.000
2.5 Salarios	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000
2.6 Admin. y Ventas	2.000	2.100	2.100	2.200	2.200
2.7 Impuestos	2.000	2.500	2.200	2.400	2.350
2.8 Amortizaciones	0	0	4.000	4.000	4.000
2.9 Intereses	500	500	500	500	500
Egresos Operativos	22.500	23.100	34.800	26.100	25.050
2.0 Total de Egresos	22.950	23.565	35.275	26.557	25.515
3.0 SALDO NETO	4.050	11.935	-4.775	4.143	5.985
4.0 SALDO ACUMULADO	4.050	15.985	11.210	15.353	21.338

Con los elementos vistos hasta ahora, ya sabemos qué valores factibles tenemos de los bienes corporales, y podemos apreciar algunos de los incorporeales como marcas, prestigio, clientela adicta y consecuente, locación, etc. y acá agregaremos las entradas por ventas lo más detalladas posible y salidas también detalladas, sueldos cargas, impuestos materias primas, gastos de mantenimiento, seguros, servicios de energía eléctrica, gas, teléfonos, Honorarios de gerente de redes, seguros los valores tomados siempre anuales, ya que siempre los establecimientos comerciales o industriales tienen

temporadas altas y bajas por lo tanto siempre es importante hacer los cálculos anuales, y si es posible de más de un año, claro con nuestro tema inflacionario nos puede desvirtuar un cálculo más real, pero evaluando este informe tendremos la base de una utilidad anual.

A continuación, les trasmito lo que dice la jurisprudencia al respecto.

Sin embargo es conteste la jurisprudencia en exigir medida en el manejo de tales factores, así como la base de determinación debe fijarse según antecedentes y situaciones concretas. De este modo no será índice suficiente una determinada operación realizada con un particular, tampoco puede relacionársela con un lapso determinado y es necesario tener en cuenta que existen situaciones particulares, que si bien pueden producir ganancias en la actualidad, no tienen capacidad para presuponerlas en el futuro, como es el caso de que la actividad del vendedor sea esencial a esa ganancia o si son previsibles para el futuro medidas que perturbarán el giro comercial, o si dependen ellas de casos fortuitos.

A pesar de lo dicho ante la imposibilidad de establecer pautas fijas, en algunos casos la jurisprudencia ha determinado el valor llave teniendo en cuenta la capitalización de utilidades que excedan de una cifra considerada como tasa normal, del capital concreto en un lapso determinado anterior al evento que requiere de la valuación (transferencia del fondo, fallecimiento del causante transformación de la sociedad, retiro del socio etc.) siempre y cuando, repetimos, esas utilidades provengan de factores objetivos y no se deban a circunstancias especiales o extraordinarias.-

24°) LAS DISTINTAS TÉCNICAS PARA FIJAR EL VALOR FINAL, TENIENDO EN CUENTA LA ESTIMACIÓN DEL VALOR DE UNA FUENTE PRODUCTIVA DE BENEFICIOS FUTUROS, QUE EXCEDEN A LOS NORMALES QUE SE OBTENDRÍAN CON INTERESES BANCARIOS O RENTAS DE LOCACIONES



Una vez que tengamos la utilidad anual, y teniendo en cuenta la situación del mercado en el acto que nos toque valorar, ya que sabemos nuestro país tiene muchos altos y bajos, más todavía contando con la inseguridad jurídica y de todo tipo, a la cual estamos sometidos, valuaremos el Establecimiento Comercial, Industrial o Virtual que nos toque evaluar tomando como el lapso de tiempo que vamos a necesitar para recuperar el capital invertido por lo tanto

no existe un plazo mínimo ni máximo, ese plazo va surgir del estudio de todos y cada uno de los puntos como.

25)

EJEMPLO DE UN FONDO DE COMERCIO PARA VALUAR;

Si tenemos un contrato de locación a 20 años con un alquiler bien convenido.

Si tenemos una clientela consecuente y adicta exclusivamente por los productos y servicios que comercializa con la seguridad de poder continuar y muchas posibilidades de aumentarlas con el consiguiente beneficio económico.

Si tiene una plantilla de personal bien organizada y muy eficiente.

Si tenemos un plan de publicidad, Redes y una página Web con un muy funcionamiento y puede continuar con el mismo funcionamiento.

Si tenemos una buena ubicación y con todas las posibilidades de continuar ya que no existen proyectos de modificaciones que pudieren alterarlos.

Si tenemos todas las Habilitaciones y Permisos otorgados para funcionar en forma correcta y ya permanentes.

Si tiene una buena historia y prestigiosa.

Si la dirección y gerenciamiento eficiente e independiente de sus dueños, y con posibilidades de continuar de la misma forma.

Si las Instalaciones ya fueron renovadas y no tenemos y están de acorde con el Fondo de Comercio por lo tanto no deberemos invertir para reciclar o renovar.

Si tenemos un nombre ya reconocido con buen prestigio en la zona de influencia.

Si tenemos alguna receta magistral, o al producto registrado importante para la explotación ya registrado.

Si tenemos logos o dibujos identificatoria para que el público identifique el Fondo con su logo.

Si tenemos Distinción honorifica del Fondo de Comercio.

Ahora con todos estos datos lo primero que vamos hacer es averiguar cuál es la recaudación promedio mensual, atento al problema inflacionario que tenemos.

Primero vamos a tomar el mes que nos piden la valuación el que toque, después investigaremos en negocios del mismo rubro como son las recaudaciones mensuales durante el año calendario, yo les voy a detallar como es la recaudación en una panadería confitería que es uno de los gremios que más conozco.

Enero 75% (setenta y Cinco Por ciento)

Febrero 85% (setenta y Cinco Por ciento)

Marzo 90% (Noventa Por ciento)

Abril 100% (Cien Por Ciento)

Mayo 90% (Noventa Por ciento)

Junio, Julio y agosto 100% (Cien por ciento)

Setiembre 90% (Noventas por ciento)

Octubre 120% (Ciento Veinte por ciento)

Noviembre 85% (Ochenta y Cinco por ciento)

Diciembre 120 % (Ciento veinte por ciento)

Con este estudio tendremos la recaudación mensual del promedio anual.

Se puede hacer también en los casos que tengan registrados los tickets mensuales, usamos como base el ticket promedio del último mes y con ese valor hacemos el resto de los meses.

Estos dos sistemas u otro similar que vamos a usar es solamente por alta tasa de inflacionaria que tenemos.

Resumen:

Con el promedio de recaudación mensual anual resuelto pasaremos al segundo punto que son las salidas totales.

En el tema de las salidas y gastos tomaremos los dos meses últimos de todas las salidas ordinarias, más las salidas especiales como ser seguros de todo tipo, sueldos de los propietarios y sus hijos y familiares a estos les fijaremos el doble del sueldo mayor del convenio colectivo,

Si fueren los mismos propietarios de la propiedad Inmueble le fijaremos si tenemos el valor de la propiedad del 3.5% al 4.5% del valor de la propiedad dividido por 12 meses, calculáremos entre un 5% a 7% del promedio mensual en concepto de reparaciones mejoras y extras.

Con todas estas cuentas nos a dar la utilidad antes del impuesto a las ganancias y estas serán aproximadamente entre el 10 y 12 porcientos para los fondos de comercio medianos calculando recaudaciones 100 millones para arriba y de un 15 a un 25% en pequeños fondos de comercio manejados familiarmente con recaudaciones más cerca de los 10 o 15 millones mensuales.

Valuación final si nos tocara un fondo de comercio como el señalado en el punto 25, tranquilamente debemos tasarlo multiplicando la utilidad por 60 meses. Y si fuera todo lo contrario le fijaría el valor multiplicando la utilidad por 10 meses. De ahí en más tenemos que usar el sentido

común para poder fijar el valor final de fondo de comercio que nos toque valorar, uno con las condiciones intermedias es entre 24 y 30 meses de recaudación.

La cantidad de meses está relacionada con la recuperación del capital invertido.

Podemos debatir.

**25°) FARMACIAS—AGENCIA DE LOTERIA Y
PUESTOS DE DIARIO COMO SE VALUAN
PEQUEÑOS FONDOS DE COMERCIO KIOSKOS,
PEQUEÑOS DESPCHO DE PAN PEQUEÑOS
LAVADEROS DE ROPA ETC. SU
VALUACIÓN POR USOS Y COSTUMBRE**





- a) Tenemos los casos de las farmacias que en la provincia de Buenos Aires tienen el privilegio de no poder instalarse en radio menor a de 350 metros contados de puerta a puerta de otra farmacia, como antes también regía en CABA. Estos fondos de comercio, por uso y costumbre, se valúan entre dos y cuatro veces lo que recaudan promedio mensual.**
- b) Las paradas de Diarios y Revistas, perdieron mucho valor antes se valuaban hasta 30 utilidades mensuales promedio. Hoy no valen nada salvo alguna excepción, como ser las que se encuentran en algún aeropuerto u otro lugar privilegiado.**
- c) Las Agencias de Lotería tienen una recaudación totalmente por blanco por lo tanto comprobable su recaudación, y cuentan con una utilidad bruta del 15 al 17 por ciento lo que dejaría un neto del 10 al 12 por ciento de acuerdo a cada local, y el valor será de 24 a 30 utilidades mensuales.**
- d) Los otros negocios, como kioscos, despachos de pan, lavaderos de ropa, pequeñas tiendas y peluquerías chicas, debemos justipreciarlos entre 8 y 14 meses de utilidad mensual promedio anual.**

BIBLIOGRAFIA:

BIBLIOGRAFIA BASICA CONSULTADA:

"REGIMEN LEGAL DE LA TRANSFERENCIA DE FONDOS DE COMERCIO LEY 11867 DR. MIGUEL A. PIEDECASAS EDITORIAL RUBINZAL-CULZONI AÑO 2000

"FONDO DE COMERCIO" DR. JORGE OSVALDO ZUNINO EDITORIAL ASTREA SEGUNDA y TERCERA EDICION AÑO 2000 Y 2009

"MAUALDEL MARTILLERO PUBLICO Y DEL CORREDOR" EDUARDO L. LAPA EDITORIAL DEPALMA DECIMO TERCERA EDICION Año 2005

"TRATADO TEÓRICO-PRACTICO DE DERECHO COMERCIAL Tº II-A" RAYMUNDO L. FERNÁNDEZ, OSVALDO R. GÓMEZ LEO y M. VALENTINA AICEGA. EDICION AÑO 2009.

"TRANSFERENCIA DE FONDO DE COMERCIO" Aspectos Prácticos y Teóricos" JORGE ADOLFO STGMAN, EDICION AÑO 2000

"TRANSFERENCIA DE FONDO DE COMERCIO" DEL COLEGIO DE ESCRIBANO DE PCIA. DE BS. AS. DONDE TRATA DISTINTOS PROYECTOS DE REFORMA DE LA LEY, UNO DEL ESCRIBANO Raúl R. García Goni , otro el proyecto Michel son, con varias opiniones y proyectos incluido el de Ramón Mourente presidente de la Asociación de Balanceadores y Martilleros Públicos editado en 1963.

TRANSMISIÓN DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES E INDUSTRIALES, Dr. MIGUEL SCOLNI, SEGUNDA EDICIÓN DE 1955 y TERCERA EDICIÓN, 1964.

TRANSFERENCIA DE FONDO DE COMERCIO, ANALISIS JURISPRUDENCIAL LEGAL Y PRACTCO, del ABOGADO ENRIQUE JESUS MARÍA ERRAMUSPE, EDITADO EN AÑO 1982.

TRANSFERENCIA DEL FONDO DE COMERCIO, del Dr. JORGE P. SEARA año 1965.

TRANSMISION DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES e INDUSTRIALES, a base de anotaciones tomadas al Dr. y Senador Nacional RAMÓN S. CASTILLO por FRANCISCO BERTORINO, EDICION 1934.

TRANSMISION DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES Y DETERMINACION VALOR LLAVE por EL Contador Público Nacional VICENTE I. RIPA ALVERDI.

TRANSFERENCIAS DE FONDOS DE COMERCIO, CONTADOR PÚBLICO EDUARDO JOSÉ NUÑEZ Y ABOGADA MARIA ELENA FRANZONE, editorial ERREPAR, AÑO 2002.

TRANSMISIÓN DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES E INDUSTRIALES, Dr. JUAN L. PAEZ, editorial GUILLERMO KRAFT LTDA AÑO 1944.

Diccionario Razonado de legislación y jurisprudencia por Don Joaquín Escriche 1911

TRATADO DE LA COMPRA-VENTAS COMERCIALES Y MARITIMAS, del PROF. FRANCISCO J. GARO, editorial EDIAR Soc. Anón. Editores año 1945

CASAS DE COMERCIO COMPRA-VENTADE NEGOCIOS. Dr. ANTONIO CAMMAROTA EDITADO VALERIO ABELEDO año 1924.

EXPROPIACIÓN DE EMPRESAS Y FONDOS DE COMERCIO del PROFESOR HÉCTOR RAÚL FERRO, EDITORIAL ASTREA 1977.

ENCICLOPEDIA JURIDICA OMEBA TOMO II EDITORIAL BIBLIOGRAFICA ARGENTINA S. R. L. AÑO 1955 Pag. 15

Contador y Publicista Juan Rene Bach.

LEY Nª 11.867

FIN