

## Vida jurídica

### Gestión

#### EL PROBLEMA

# Cómo planificar la tarifa de precios

Algunas firmas de servicios profesionales se enfrentan al difícil reto de diseñar cambios o una estrategia para continuar siendo competitivos el próximo año

**D**irijo una asesoría de empresas donde los servicios que prestamos básicamente son de asesoría fiscal, laboral, contable y algo de jurídico. Nuestro tamaño dentro de la Comunidad Valenciana es mediano, ya que somos un equipo de 25 profesionales. El 65% de la facturación procede de trabajos de pura gestión y el resto proviene de asesoría o consultoría. Durante estos últimos años hemos sufrido

un descenso muy preocupante en los precios de los servicios de gestión. En asesoría y consultoría, los ingresos también han caído por el descenso de la demanda, pero al menos los márgenes o precio por hora los hemos podido defender mejor. En estos momentos estamos elaborando los presupuestos de 2015 y nos planteamos qué cambios o estrategia deberíamos seguir para fijar la nueva política de precios.

#### LA RESPUESTA

**Nadie tiene una solución perfecta** a esta problemática que usted nos plantea y que es común a muchas otras firmas de su sector. Es una realidad que las firmas profesionales en general lo está sufriendo, debido a la crisis económica, aunque sí es cierto que algunas organizaciones se están defendiendo mejor que otras, básicamente porque desde el inicio de este difícil momento económico que se vive en España han intentado seguir una estrategia. En este sentido, aunque son consejos muy generales, no conocemos otro camino para decidir el precio que una firma desea fijar y aplicar por la prestación de sus servicios:

1. ¿Qué política de precios queremos seguir? Hay distintas franjas, que van del alto, competitivo, bajo o muy bajo. En función de lo que decidamos, aplicaremos una estrategia y nos

marcaremos unos objetivos y unas acciones a seguir a partir de ese momento.

2. Dividir nuestros clientes en pequeños grupos homogéneos para saber exactamente qué necesidades tienen. De este modo también conoceremos si nuestra política de precios será bien aceptada o no.

3. Revisar a fondo nuestra oferta de servicios, con el ánimo de cambiar, innovar y ofrecer valor añadido.

4. Gestione y conozca su punto muerto, o lo que es lo mismo, el nivel de ocupación mínimo a conseguir para no perder dinero por la prestación de determinados servicios.

5. Y, por último, recuerde que en la política de fijación de precios no debe olvidar el concepto de valor de un cliente. Valor de un cliente es igual a beneficio por el tiempo empleado.

Esta fórmula significa que existen dos vías para

incrementar el valor del cliente y, por tanto, el valor de nuestro despacho profesional: en primer lugar, conviene conseguir que el cliente utilice otros servicios del despacho, y en segundo lugar, obtener -lo más difícil- la fidelidad, que esté más tiempo con nosotros.

Finalmente, nos gustaría destacar que en el último estudio del observatorio del despacho profesional de Sage, publicado el pasado mes de octubre, se destaca que la mayoría de despachos que han participado en el estudio mantendrán precios o los subirán moderadamente en 2015. Pero sobre todo, y lo que es más importante, en el citado informe se resalta que, a diferencia de años anteriores, ya no se piensa en bajarlos.

Amado Consultores



Fausto Saavedra (Legal Control).



Fernando Matesanz (Spanish VAT Services Asesores).



Joan Díaz (JDA Assessors Consultors Professionals).

#### LAS EXPERIENCIAS

● Desde nuestro despacho queremos seguir aportando valor a nuestros clientes y consideramos que no estamos solo en un mercado nacional, sino que también existe otro mercado internacional en el que competimos. Por ello, hemos adaptado nuestros precios y servicios a ambos perfiles de clientes, tanto nacionales e internacionales, con especial interés en España, permitiendo de este modo ampliar el campo de acción y de valor. También buscamos prestar nuevos servicios en el ámbito de la consultoría para mantener, y sobre todo, para hacer crecer nuestros ingresos, como pueden ser los de *outsourcing* de determinadas áreas especializadas en la empresa.

Fausto Saavedra  
Socio de Legal Control

● Como consecuencia de la crisis que vivimos en España, los clientes participan activamente en la determinación de los precios de los servicios jurídicos y fiscales. En la mayoría de los casos y en los últimos años, negociándolos a la baja. Solo los despachos que han apostado de forma clara por la especialización en una rama del Derecho o en un área de actividad concreta podrán mantener los honorarios que existían antes de que se iniciara la presente crisis económica. La especialización es una manera de diferenciarse de la competencia y, en definitiva, de poder mantener unos honorarios acordes con el valor añadido que cada firma aporta al cliente.

Fernando Matesanz  
Director de Spanish VAT Services Asesores

● En el tema de los precios no se puede improvisar la pauta a seguir. Debe haber una planificación establecida previamente. La estrategia del despacho o de la firma de servicios profesionales tiene que estar orientada fundamentalmente a competir en costes, en diferenciación del servicio, producto o en enfoque. Se trata como prioridad, y así debe establecerse, ser muy competitivo en aquellos trabajos o servicios que aportan poco valor añadido y muy diferente en todos aquellos que aportan valor y que, en definitiva, sumen para el cliente.

Joan Díaz  
JDA Assessors Consultors Professionals

providencia la suspensión, indicando que, al tratarse de un juicio de faltas, no era preceptiva la asistencia letrada y que el ministerio fiscal estaba para velar por las partes intervinientes.

La Audiencia da la razón al recurrente, recordando que el artículo 967 de la Ley de Enjuiciamiento Criminal prevé que las partes pueden ser asistidas por letrado si lo desean, y así lo manifestó el ahora recurrente, sin que la enfermedad de su abogado sea causa para impedir el ejercicio

de su derecho de defensa. En consecuencia, dice la sentencia, debió suspenderse la iniciación del juicio hasta que obtuviese el alta, cosa que estaba prevista para el mes siguiente, por lo que debe ser anulada la sentencia dictada y el juicio que le precedió a fin de que se vuelva a celebrar un nuevo juicio de fal-

tas ante un juzgador diferente de quien dictó la sentencia ahora anulada con el fin de preservar el principio de imparcialidad judicial (TOL4.465.099).

**LA AFECTACIÓN A LA ACTIVIDAD SOCIAL CON VOCACIÓN DURADERA ES ESENCIAL PARA CATALOGAR ELEMENTOS PATRIMONIALES EN EL INMOVILIZADO MATERIAL**

● La Sala de lo Contencioso-Administrativo de la Audiencia

Nacional ha desestimado el recurso de una sociedad mercantil que pretendía que se anulara la decisión del Tribunal Económico-Administrativo Central (TEAC) ratificando las precedentes sobre una liquidación del impuesto de sociedades.

La empresa inmobiliaria había realizado unas deducciones en su liquidación fiscal, incluyendo como inmovilizado material la venta que había realizado de unos apartamentos destinados a alojamiento turístico hotelero antes de que

finalizase su construcción y antes de que se iniciase la actividad de hostelería. La autoridad fiscal, al contrario, negó dicha consideración a los inmuebles, calificando la operación como de venta de existencias y, en consecuencia, inadmitiendo la deducción por reinversión aplicada conforme lo dispuesto en el artículo 42 del Texto Refundido de la Ley del Impuesto sobre Sociedades vigente en el momento.

Dice la Sala, en su sentencia de 25 de septiembre de 2014,

que "no es determinante para acreditar la naturaleza y afectación de los activos la calificación contable que la sociedad les haya dado, ni para probar la afectación es suficiente la mera intención en el futuro, los inmuebles en cuestión a cierta actividad económica o productiva, sino que es preciso probar en Derecho la condición legal de efectuar la reinversión en bienes" (TOL4.521.662).

MÁS INFORMACIÓN EN [www.tirantonline.com](http://www.tirantonline.com)

