Unidad 5 · Qué vender, dónde y con qué cara

Resumen · Libro del alumno, págs. 73–88

El **surtido** se define por **familias** (amplitud) y **referencias** (profundidad): La Fragua abre con seis familias y doce referencias y un margen medio del 37,2 %. Los **64 m²** de venta se reparten según el peso de cada familia (la pintura, 14,72 m²) y los 22 m² del almacén guardan la reposición. Para el local se compara el coste a **cinco años**: alquiler 66.000,00 €, traspaso 69.000,00 € y compra 203.500,00 €. Marcelina **alquila** por 1.100,00 € al mes: con IVA y retención, transfiere 1.122,00 € al arrendador, y presta una fianza de dos mensualidades (2.200,00 €). Una inversión en equipo se valora por su **recuperación**: la máquina de llaves, 7,2 meses; el tintómetro, 11,2 meses. La tienda en línea se deja para el segundo año: un pedido de 25,00 € deja 9,30 € de margen y 4,80 € tras un envío de 4,50 €.

5.1 · El surtido: qué familias y cuántas referencias

- **Poco surtido, bien elegido.** El surtido se elige con datos de clientela, competencia y espacio, y se revisa con las ventas. No se mide por cuántas cosas hay, sino por cuántas de las que se piden están siempre en el estante.
- **Qué es el surtido.** El **surtido** es el conjunto de productos que una tienda ofrece.
- **Cómo se decide.** Se mira a quién se vende (familias que reforman, personas mayores, comunidades de vecinos y autónomos de reformas), qué hace la competencia (Ferretería Sampedro no tiene droguería ni tintado, y el centro de bricolaje está lejos y no compite en lo urgente), qué tendencias hay (arreglar en casa lo que antes se tiraba) y cuánto espacio hay: La Fragua tiene 64 m² de venta y 22 m² de almacén.
- **Las seis familias de La Fragua.** Marcelina abre con seis familias y doce referencias elegidas para el ejercicio (no es un surtido completo).
- **El margen.** El **margen** es lo que queda de cada venta después de pagar el producto.
- **Cómo se reparte el espacio.** Un primer reparto de los 64 m² de venta es proporcional al peso de cada familia.

5.2 · El local por dentro y lo que necesita

- **Necesidad antes que precio.** Primero se pregunta qué hace falta para vender lo que se ha elegido, y solo después cuánto cuesta. Una oferta barata de algo que no se necesita es dinero perdido.
- **De la clientela y los productos a las necesidades.** Se parte de lo que se va a vender y a quién, y de ahí sale lo que hace falta.
- **Cómo se ordena la lista.** Se separa lo **imprescindible** para abrir (mostrador, estanterías, terminal de cobro) de lo que puede esperar (parte del rótulo, un segundo ordenador).
- **Las zonas del local.** De los 86 m², 64 son de venta al público y 22 de almacén.

5.3 · Alquilar, traspasar o comprar el local

- **El contrato manda, salvo lo imperativo.** En un local de negocio, lo que se pacta pesa más que la ley, salvo las reglas imperativas. Por eso se lee cada cláusula y se pregunta qué dice la ley antes de firmar.
- **Las tres modalidades. Alquilar** es pagar cada mes por usar un local de otra persona. **Traspasar** es quedarse con el contrato de alquiler (cesión) y con lo que se pacte del negocio de quien se va, pagando un precio por ello; hay que detallar qué incluye. **Comprar** es adquirir el local en propiedad.
- **El desembolso a cinco años.** Es una suma nominal de lo que se paga en 60 meses, sin valor residual, financiación ni impuestos.
- **Lo que no dice la tabla.** La compra deja un local que sigue valiendo algo, pero ata un dinero que La Fragua no tiene (Marcelina cuenta con 18.000,00 € de ahorros).
- **Lo que dice la ley.** El alquiler de un local de negocio es un arrendamiento para uso distinto del de vivienda, y se rige por lo que pacten las partes, por la ley en su defecto y por el Código Civil después, pero hay reglas imperativas que no se pueden saltar, como la fianza.
- **La conservación.** El arrendador debe hacer las reparaciones necesarias para que el local sirva al uso pactado, sin subir la renta por ello, salvo cuando el deterioro sea culpa del arrendatario; las pequeñas reparaciones por el desgaste del uso ordinario van a cargo de quien lo usa (art. 30, que remite al art. 21).

5.4 · Innovar y formarse: ¿merece la pena?

- **Antes de comprar, se calcula la recuperación.** Una mejora se decide con un coste, un beneficio mensual y un plazo. Si el plazo es mayor que la vida útil del equipo, no merece la pena.
- **Qué es innovar en una tienda pequeña.** Innovar no es inventar: es introducir algo nuevo que corrige un punto débil o aprovecha una ventaja.
- **La regla del plazo de recuperación.** Se divide el coste de la mejora entre lo que ganará cada mes: el resultado son los meses que tarda en pagarse.
- **Cómo se mide el beneficio.** El beneficio mensual de una mejora es lo que entra por ella menos lo que cuesta mantenerla: materia prima, mantenimiento y tiempo de quien la maneja.
- **Otras mejoras.** La formación también se calcula, aunque no siempre en euros: se apunta qué se espera, cuánto cuesta y cuándo se comprobará si ha servido.

5.5 · Vender por internet y a distancia

- **Primero demanda, luego web.** Una tienda en línea se monta cuando hay clientela que la pide y productos con margen para pagar el envío. Antes se prueba por teléfono.
- **Qué encaja.** Vender a distancia es vender sin que la persona esté en la tienda: por internet, por teléfono o por mensajería.
- **Otras vías.** No hay que montar una tienda en línea para vender a distancia.
- **Cuánto cuesta.** Una tienda en línea exige fotos, descripciones, un sistema de pago, un lugar donde guardar los pedidos y un reparto.
- **Qué dice la ley de la venta a distancia.** Quien vende a distancia a un consumidor debe darle antes información clara sobre las características principales del producto, la identidad del vendedor y su dirección, y el precio total con impuestos y gastos de envío (art. 97), y le reconoce, salvo excepciones, un derecho a desistir del contrato durante catorce días naturales sin dar motivos.
- **Qué se hace en La Fragua.** Marcelina deja la tienda en línea para el segundo año y mientras tanto vende por teléfono y mensajería con **reparto local**, que tiene un coste y se anuncia al pedir.

CASO RESUELTO · EL LOCAL Y EL SURTIDO DE LA FRAGUA

Marcelina **alquila** el local por **1.100,00 €** al mes (66.000,00 € a cinco años), abre con **seis familias y doce referencias**, invierte **19.965,00 €** en equipo y deja la tienda en línea para el segundo año.

NO CONFUNDAS

- Amplitud (nº de familias) y profundidad (referencias de cada familia).
- Coste a cinco años y renta mensual.
- Renta (1.100,00 €) y transferencia al arrendador (1.122,00 €).
- Fianza y renta del primer mes.

DÓNDE SE EXPLICA EN EL LIBRO

- **5.1** Surtido · 75–76
- **5.2** Por dentro · 76–78
- **5.3** El local · 78–80
- **5.4** Innovar · 80–81
- **5.5** A distancia · 81–82

Material complementario del libro del alumno. Las personas, empresas y situaciones de los casos son ficticias, salvo que se indique otra cosa.