Unidad 7 · A cuánto se vende y cuánto se venderá

Resumen · Libro del alumno, págs. 105–120

Como comerciante minorista en **recargo de equivalencia**, Marcelina no recupera el IVA ni el recargo que paga a su proveedor: son **coste**. La pintura de 15 L (base 31,00 €) cuesta **39,12 €** (31,00 + 6,51 + 1,61) y con un PVP de 58,90 € deja **19,78 €**, el **33,6 % del precio** (el margen se calcula siempre sobre el precio, no sobre el coste). Para ganar el 35 %, el precio sería 39,12 ÷ (1 − 0,35) = 60,18 €. Las **ventas** del mes son clientes al día × ticket medio × días (28 × 14,00 € × 25 = 9.800 €) y el **índice de estacionalidad** compara cada mes con la media (13.783,33 €). El **punto muerto** es los fijos entre el margen menos la comisión de tarjeta: 3.684,89 ÷ 0,366 = **10.068,01 €** al mes; con la previsión solo mayo y agosto quedan por debajo. Esperar 30 días a un cobro de 518,60 € cuesta 2,59 € con un dinero al 6 %.

7.1 · Cómo se fija un precio

- **Coste real y margen.** Coste real = precio del proveedor × 1,262 (IVA 21 % + recargo 5,2 %, mercancías al tipo general). Margen en euros = PVP − coste real. Margen en % = margen en euros ÷ PVP.
- **Seis cosas que mandan en un precio.** Antes de escribir una etiqueta, Marcelina se hace seis preguntas y a todas les pone un dato.
- **El coste real.** El **precio de venta al público** (PVP) es el que paga el cliente, con los impuestos incluidos.
- **Documento 1 · Línea de la factura de compra de la pintura de 15 L.** (modelo didáctico, de Pinturas Ledesma, S.A., ficticia)
- **El margen se mide sobre el precio.** El **margen** es la diferencia entre el PVP y el coste real.
- **Libertad de precios, con un límite.** Cada comerciante fija sus precios.

7.2 · La lista de precios de venta al público

- **Del coste al precio.** Marcelina empieza por el margen que busca.
- **Redondeos y precios psicológicos.** El precio sin redondear raramente se escribe tal cual.
- **Hacerlo en una hoja de cálculo.** Marcelina monta la lista con una fila por referencia y estas columnas: código, referencia, precio del proveedor (base), coste real, PVP, margen en euros y margen en porcentaje.
- **El control antes de imprimir las etiquetas.** Una lista de precios no se da por buena hasta pasar cuatro comprobaciones, una por columna de la hoja:

7.3 · Prever la demanda y las ventas

- **Qué datos hay antes de abrir.** La **previsión de ventas** estima lo que La Fragua venderá cada mes.
- **Clientes, ticket y días.** De los datos a los euros: **ventas del mes = clientes al día × ticket medio × días de apertura**.
- **La estacionalidad.** Una ferretería no vende lo mismo todo el año: en agosto la gente está fuera y se reforma menos; en otoño se pinta y se arregla la casa; en diciembre suben las luces y los regalos de bricolaje, y en primavera, la pintura y el jardín.
- **Documento 3 · Previsión de ventas de mercancía a doce meses.** (PVP, hipótesis del libro)
- **Tres escenarios.** Una previsión optimista arruina un negocio, así que Marcelina trabaja con tres escenarios.

7.4 · Punto muerto: cuánto hay que vender

- **Costes fijos y variables.** Un **coste fijo** no cambia con las ventas del mes: alquiler, seguro, gestoría, sueldo de Ruperto o cuota de autónoma.
- **Documento 4 · Costes fijos mensuales de La Fragua.** (hipótesis del libro; con IVA no recuperable)
- **La fórmula.** El **punto muerto** o **umbral de rentabilidad** es la venta mensual con la que los ingresos igualan a los costes: ni ganancia ni pérdida.
- **Interpretar el resultado.** El punto muerto no es un objetivo, es un suelo.
- **Un gráfico sencillo.** Columnas con las ventas de cada mes y una línea a 10.068,01 €: las que quedan por debajo son meses de pérdida.

7.5 · Cobrar a clientes: plazos, medios y descuentos

- **A quién se vende y cómo se cobra.** La Fragua tiene dos tipos de cliente.
- **Cuánto cuesta esperar.** Un plazo no es gratis: la tienda tiene que pagar a sus proveedores y sus gastos igual.
- **Descuentos.** Hay tres tipos habituales: por **volumen** (más compra, menos precio), por **pronto pago** (si paga antes, se le descuenta) y de **campaña** (una promoción puntual).

CASO RESUELTO · LA PINTURA DE 15 LITROS Y EL PUNTO MUERTO DE LA FRAGUA

Coste real 39,12 €, PVP 58,90 €, margen 19,78 € (33,6 %), margen medio 37,2 % y punto muerto de 10.068,01 € al mes. Con la previsión prevista, solo mayo y agosto quedan por debajo; con la prudente, cuatro meses.

NO CONFUNDAS

- Margen sobre el precio (33,6 %) y sobre el coste (50,6 %).
- Coste real (39,12 €) y base de la factura (31,00 €).
- Punto muerto con y sin comisión de tarjeta.
- Previsión prevista y escenario prudente (−15 %).

DÓNDE SE EXPLICA EN EL LIBRO

- **7.1** Fijar el precio · 107–109
- **7.2** Lista de precios · 109–110
- **7.3** Prever ventas · 111–112
- **7.4** Punto muerto · 112–113
- **7.5** Cobrar · 113–114

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