

Cámara
Valencia



**GESTIÓN
ECONÓMICA
DE UN COMERCIO**

www.camaravalencia.com

Noviembre 2017



INDICE

1 • I INTRODUCCIÓN

2 • I UNAS NOCIONES BÁSICAS

3 • I BALANCE DE SITUACIÓN

4 • I RATIOS FINANCIEROS Y COMERCIALES

A • I Análisis del rendimiento en relación a la situación financiera

- 1 • RATIO DE RENTABILIDAD
- 2 • RATIO DE LIQUIDEZ
- 3 • RATIOS DE ENDEUDAMIENTO
- 4 • UMBRAL DE RENTABILIDAD

B • I Análisis del rendimiento en relación a la situación superficie de venta

- 1 • COS (COEFICIENTE DE OCUPACIÓN DEL SUELO)
- 2 • RATIO DEL GRADO DE ATRACCIÓN DE CADA SECCIÓN
- 3 • RENDIMIENTOS POR M² DE SUPERFICIE DE VENTA
- 4 • INDICE DE RENTABILIDAD DEL LINEAL

5 • I EL PVP: LA IMPORTANCIA DE CALCULAR CORRECTAMENTE EL MARGEN COMERCIAL

1 • I INTRODUCCIÓN.

A lo largo de este Cuaderno de Comercio el comerciante encontrará de forma sintetizada conceptos esenciales de gestión comercial empresarial, para gestionar, controlar y dirigir el comercio de una manera más eficaz y eficiente.

Antes de avanzar en materia, se debe ser conscientes de que todo lo aquí expuesto requiere, no sólo de una labor de implantación, sino también de un proceso continuado de control y seguimiento durante toda la vida de la empresa-comercio.

Para poder realizar una adecuada labor de gestión y control, se requiere disponer de unas correctas herramientas, y entre ellas, de un apropiado sistema informático que lo permita. Contar con un buen control de registro de información contable, no debe ceñirse solamente a un mero cumplimiento legal.

2 • I UNAS NOCIONES BÁSICAS

Se debe tener información de TODO (¿QUÉ?, ¿CUÁNDO?, CUAL?, ¿POR QUÉ? y ¿CÓMO?) lo que acontece en el comercio a lo largo del año:

1 • ¿Cómo se encuentra el estado de la tesorería? ¿Cuál es el capital corriente necesario de la empresa? Para ello es básico tener información sobre :

- **Las ventas (Ingresos)** que se han presupuestado como necesarias para cubrir los gastos del año en curso y obtener el beneficio deseado. También es fundamental tener la información de las ventas realizadas en el último año, para poder ir comparando ambas cifras y observar si se cumplen los objetivos y, de no ser así, poder analizar la causa.





- **El IVA repercutido de estas ventas**, ya que pese a que es un importe que paga el cliente final, es una cuantía que se debe ingresar a Hacienda con carácter periódico (según el volumen del negocio con carácter trimestral o mensual).

- **Coste de las ventas sin IVA.**

- **Sueldos y salarios**, comprende tanto la nómina pagada a todos los trabajadores del comercio, como el sueldo del empresario y familiares que trabajen en la empresa.

En la pyme de comercio es habitual que el titular de la actividad sea una persona física en régimen de autónomo. En esta situación, el comerciante suele no incluir su sueldo dentro de los gastos salariales de la empresa, pero es necesario que sí lo haga. Debe hacer una estimación del importe a recibir. Una forma fácil de calcularlo es preguntarse ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar a otra persona para que realizara las mismas funciones? O si trabajara para otra persona en lugar de por cuenta propia ¿cuánto dinero podría estar cobrando?

- **Cuotas de la Seguridad Social.**

- **Impuesto y tributos locales:** todo tipo de impuestos municipales sobre elementos o la propia actividad comercial IAE, IBI,...

- **Alquileres**, aquí el equívoco surge cuando la planta baja donde se desarrolla la actividad comercial es en propiedad. Se debe calcular, al igual que se hizo con el sueldo del autónomo ¿Si el local lo tuviese alquilado a un tercero ¿cuánto dinero estaría percibiendo al mes?

- **Consumos eléctricos.**

- **Consumos de agua.**

- **Limpieza.**

- **Consumos en comunicación y datos.**

- **Material de oficina.**

- **Publicidad y propaganda.**

- **Conservación, mantenimiento y reparación**, los gastos relativos al mantenimiento del establecimiento comercial (pintura, decoración, etc.) o reparación de desperfectos. No se incluyen las obras de remodelación o ampliación del local que suponen un mayor valor del inmovilizado.

- **Gastos transporte**, los gastos derivados del traslado de mercancías o cualquier otro porte que esté afecto a la actividad comercial. No se incluye la inversión en la adquisición de un vehículo.
- **Asesorías externas y gastos de otros profesionales**: gastos de contratación de una asesoría contable, fiscal, gestoría, Community Manager, etc.
- **Primas de seguros**: todo tipo de seguros contratados sobre elementos afectos a la actividad comercial (local, mercaderías, elementos informáticos, vehículos, etc.).
- **Amortizaciones**: la amortización contable representa la depreciación que sufren los bienes de inmovilizado (edificios, instalaciones, maquinaria, mobiliario, elementos de transporte, equipos informáticos, etc.) debida a la obsolescencia, al uso, al paso del tiempo, etc., y para su cálculo se hará uso de las tablas facilitadas a tal efecto por Hacienda. El cálculo se hace sobre el valor de adquisición de cada elemento.
- **Gastos financieros y similares** que se desprenden del pago de las cuotas de los préstamos, descuento de pagarés, o cualquier otro gasto financiero relacionado con la actividad comercial.

La suma de todos estos elementos configuran la "Cuenta de Resultados", "Cuenta de explotación" o "Cuenta de Pérdidas y Ganancias".

CUENTA DE EXPLOTACIÓN

	%T	.R.
IVA		

DIAS NATURALES DEL PERIODO ANALIZADO	IMPORTE	%
TOTAL VENTAS SIN IVA0	,00%	0,00%
VENTAS REALES (IVA INCLUIDO), DEL PERIODO ANALIZADO		0,00%
- IVA REPERCUTIDO	0,00	0,00%
-COSTE DE VENTAS(SIN IVA)		0,00%
=MARGEN BRUTO	0,00	0,00%
-GASTOS ANUALES REALES (SIN IVA), ÚLTIMO EJERCICIO	0,00	0,00%
SUELDOS, SEGURIDAD SOCIAL Y AUTÓNOMOS.		0,00%
GASTO ELCTRICIDAD.		0,00%
COMBUSTIBLE		0,00%
COMUNICACIONES:TELÉFONO E INTERNET.		0,00%
LIMPIEZA		0,00%
ALQUILERES		0,00%
CONSERVACIÓN Y REPARACIÓN		0,00%
GTOS TRANSPORTE		0,00%
ASESORÍAS EXTERNAS Y GASTOS DE OTROS PROFESIONALES.		0,00%
PRIMAS DE SEGUROS		0,00%
IMPUESTOS Y TRIBUTOS LOCALES: IAE, IBI,....		0,00%
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA		0,00%
AMORTIZACIONES		0,00%
GASTOS FINANCIEROS		0,00%
OTROS		0,00%
RESULTADOS ANTES DE IMPUESTOS	0,00	0,00%



Esta cuenta contable refleja qué es lo que se está obteniendo en el negocio, durante el año, con *la actividad comercial* que realiza, (si es una zapatería con la venta de zapatos, tienda de muebles con la venta de mobiliario, floristería venta de flores y plantas) es decir, saber si la tienda proporciona Beneficio o Pérdida. A este resultado se le conoce como **Resultado de explotación**.

A continuación de este Resultado de explotación, se presenta el **Resultado financiero** y el **Resultado extraordinario**, que junto al primero determinarán el **Resultado final** de la empresa (**Resultado del Ejercicio**):

- **Resultado financiero:** hace referencia al que se determina contemplando tanto los intereses recibidos (ej: los intereses que un comerciante cobra a algún cliente en compra aplazada) como los intereses que ha supuesto un gasto (ej: los que se pagan a un banco por la concesión de un préstamo por la compra del local comercial). Éste Resultado no está ligado a la actividad propia de la tienda.
- **Resultado extraordinario:** es el Resultado generado por el acontecimiento de situaciones excepcionales a lo que supone el día a día de una tienda (ej: la venta de una maquinaria de la tienda o bien los gastos realizados para reacondicionar el establecimiento tras sufrir una inundación en el bajo).

Todos estos resultados van a proporcionar un chequeo del año cerrado recientemente.

Una vez determinado si la tienda proporciona beneficios o pérdidas, faltará reconocer el resto de componentes que configuran económicamente el comercio, esto es:

- Mobiliario para exponer mercancía,
- Local comercial para desarrollar la actividad.
- Ordenador con programa para extraer informes financieros, contables, seguimientos de cliente/proveedores,...
- Coche con el que se realizan repartos o con el que se acude a comprar mercancía,
- Préstamos con entidad financieras,
- Cartera de clientes,
- Proveedores: tanto los que proporcionan mercancía para vender producto, como los que abastecen productos/servicios necesarios para el día a día de la tienda: luz, teléfono, material de oficina,....:

- Maquinaria.
- Y un largo etcétera.

Todo ello se recoge en un documento llamado **Balance de Situación**, el cual establece la siguiente categorización: Activos y Pasivos de la tienda.

3 · I BALANCE DE SITUACIÓN

ACTIVO: se define como el conjunto de bienes y derechos que tiene la empresa:

- Como ejemplo de bien: el local si es comprado, las estanterías donde se expone la mercancía, la furgoneta para el reparto, es decir, aquello que podría cobrarse por un posible traspaso.
- Como derechos a favor del comerciante: dinero que deben clientes por ventas aplazadas pendiente de cobros, adelantos de nóminas a empleados, arrendamientos de propiedades.

El activo se califica en función de su liquidez¹, de su posibilidad para convertirse en dinero, y si lo hace con mayor o menor dificultad:

- **Activo Fijo:** es un bien de una empresa, ya sea tangible o intangible, que no puede convertirse en líquido a corto plazo y que normalmente son necesarios para el funcionamiento de la empresa y no se destinan a la venta (local comercial, mobiliario, equipamiento informático, etc.).
- **Activo Circulante:** es el dinero que una empresa tiene más o menos disponible para usar en cualquier momento (el dinero que tiene en las cajas y bancos, las existencias, las deudas de los clientes, etc.).
- **Tesorería:** el dinero del que disponemos en la caja de la

¹LIQUIDEZ: Tiempo que tardaría en convertirse en dinero cada una de las partidas que componen el activo de la empresa. Por ejemplo lo más líquido es el dinero que hay en la caja de la tienda o el del banco y lo que tardaría más en tener liquidez sería el local propiedad del comerciante.



Esquemáticamente sería:

Estructura del Balance de Situación

	ACTIVO	PASIVO
liquidez	BIENES (lo que la tienda tiene)	DEUDAS (lo que la tienda debe)
	+	+
	Derechos (lo que se le debe a la tienda)	Capital (aportación del comerciante)
	<u>Total del Activo</u> =	=Total Pasivo

Exigible

Definidos los conceptos, el comerciante debe proceder a organizar su empresa en función de ellos y llegar a emitir diagnósticos económico-financieros con las siguientes casuísticas:

A • I NECESIDAD DE FINANCIACIÓN Vs. EXCESO DE RECURSOS: el comercio, para mantener su ciclo productivo, necesita **recursos económicos** para hacer frente a los pagos que ha de efectuar (mantener en stock mercancía, para vender directamente, pagar a trabajadores, pagar la electricidad, el teléfono, impuestos, etc.). Al mismo tiempo, conforme va efectuando sus ventas, va cobrando de sus clientes. Este flujo de efectivo que se produce entre cobros y pagos, no confluye temporalmente, ya que se puede estar pagando y cobrando a plazos distintos.

Como ejemplo si se paga a proveedores a 60-90 días, la electricidad a 30 días,.....pero se concede a los clientes plazos superiores de financiación (120, 150 ó en algún caso 180 días); ante esta situación de divergencia temporal en el comercio se estaría produciendo una NECESIDAD DE FINANCIACIÓN, que se podría acudir a recursos externos (póliza de crédito) que ayudaría a cubrir ese desfase temporal entre cobros y obligaciones de pago.

B • I También podría darse el caso contrario, que la empresa



tuviera un EXCESO DE RECURSOS, un ejemplo claro de esta situación es el de las Grandes Superficies donde los clientes pagan al contado, en efectivo (o mediante tarjeta de crédito que como mucho financian a 30 días...) y los pagos a proveedores vienen a ser de unos 120 días. En este caso se cobra antes del cliente, de lo que se paga al proveedor, con lo que las empresas se encuentran con un dinero disponible que pueden colocar (INVERTIR) en distintos productos para poder obtener interés, dividendos, plusvalías...

Dado que para poder determinar si hay NECESIDAD DE FINANCIACIÓN o por el contrario se dispone de un EXCESO DE RECURSOS, la variable TIEMPO es clave, hay que tener claramente identificados los plazos de:

PLAZO MEDIO DE COBRO A CLIENTES EN DÍAS: tiempo que transcurre desde que se vende el producto hasta que se cobra a clientes.

PLAZO MEDIO DE ALMACENAMIENTO EN DÍAS: el tiempo que por término medio están los productos en almacén.

PLAZO MEDIO DE PAGO A PROVEEDORES: el tiempo que por término medio se tarda en pagar a los proveedores.

Continuando con la finalidad de controlar y gestionar la tienda, se debe poder hacer un diagnóstico económico del comercio y para ello se debe conocer:

- 1. El capital circulante real del comercio:
 - Saldo real de tesorería: saldo en Caja y Bancos a fecha del estudio.
 - El saldo de los clientes, que es el dinero que deben los clientes.
 - El saldo de otros posibles deudores, es decir, el dinero que se debe por otros conceptos. Ej: por adelanto de nóminas, se está pendiente de que el seguro abone una cantidad de dinero, etc.



- El valor de la mercancía en tienda y almacén, valor económico de la mercancía almacenada (para ello es importante hacer anualmente inventario).
- Saldo real de proveedores: es el importe que se adeuda a los proveedores por compras, incluyendo las facturas pendientes de pago, y los albaranes pendientes de facturar, a la fecha del estudio.
- Saldo de préstamos a Corto Plazo: préstamos que hemos de pagar a las entidades Financieras.
- Saldo de acreedores a Corto Plazo: importe que se adeuda a otros proveedores a corto plazo.

2 • | Para conocer el Inmovilizado Real, hay que saber cuál ha sido el valor de adquisición del inmovilizado:

- Edificios y construcciones
- Instalaciones
- Maquinaria
- Mobiliario
- Elementos de transporte
- Equipos y programas informáticos
- Otro inmovilizado
- (amortización acumulada)

3 • | Cálculo de la Financiación Permanente Actual:

- Capital o aportación inicial: es el importe del capital social, o en su caso, de las aportaciones realizadas por el empresario al negocio.
- Saldo actual de préstamos-créditos L.P: es el importe que se adeuda a los bancos así como a otros acreedores por servicios y similares, a fecha de realización del estudio. Únicamente se incluyen aquellos que se pueden considerar a largo plazo.
- +(-) reservas y/o resultados. Ej: anteriores no distribuidos.

4 • | RATIOS FINANCIEROS Y COMERCIALES

Siguiendo con la labor de tener información de utilidad y eficiente para medir la calidad de gestión y viabilidad de una empresa, es interesante efectuar análisis a través del estudio de Ratios entendiendo como tal un coeficiente que muestra una relación entre dos variables de la empresa.

Los ratios facilitan la comprensión de la situación del comercio y



- son utilizadas para el control de la gestión.

Generalmente se comparan:

- Ratios de la misma empresa en distintos momentos para estudiar su evolución: si mejoró o empeoró.
- Ratios de variables presupuestadas para conocer en un periodo y comparar lo real con lo presupuestado.
- Ratios sectoriales para poder compararse con el sector económico.

Respecto a la actividad comercial es importante diferenciar dos bloques de ratios:

- A • I Los que hacen alusión al rendimiento en relación a la situación financiera.
- B • I Y lo que versan sobre rendimiento de la superficie de ventas.

A • I Análisis del rendimiento en relación a la situación financiera

Los ratios que vamos a tratar son:

- Ratio de rentabilidad
- Ratio de liquidez
- Ratio de endeudamiento.
- Umbral de rentabilidad

1º. RATIO DE RENTABILIDAD: la rentabilidad es la capacidad de la empresa para generar beneficios o ganancias por cada euro que se ha utilizado o invertido.

Se puede calcular la rentabilidad sobre las ventas:

$$\text{Rentabilidad} = \frac{\text{resultado de la empresa}}{\text{ventas}}$$

O sobre los fondos propios:

$$\text{Rentabilidad} = \frac{\text{resultado de la empresa}}{\text{fondos propios}}$$

Ejemplo: el resultado que se obtenga de la división, se compara con el tipo de interés ofrecido por la emisión de deuda pública a cinco años, como alternativa de inversión sin riesgo por tratarse de un producto seguro garantizado constitucionalmente. Si el Ratio de Rentabilidad da por encima del de deuda pública, se podrá concluir que compensa haber invertido dinero en la tienda.



- 2º. **RATIO DE LIQUIDEZ:** la liquidez es la capacidad de la empresa para hacer frente a las deudas y obligaciones a corto plazo.

$$\text{Ratio de liquidez} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

El ratio de Liquidez muestra cuántos euros están disponibles bien en la tesorería, o bien, pueden ser realizables en dinero a corto plazo del que existe en el activo.

- Mide, de forma muy general, la relación entre la disponibilidad de tesorería a corto plazo y la necesidad de tesorería para responder a las deudas a corto plazo.

El valor óptimo es el comprendido 1-1'5:

- Si es por encima de 2 significa que se dispone de un exceso de tesorería que no está siendo explotado y, por tanto, no se está obteniendo toda la rentabilidad que se podría conseguir y que se puede invertir en otros activos. Habría que buscar una inversión adecuada para sacar rendimiento al exceso de activo. Es más un coste de oportunidad que un coste económico en sí. La filosofía en este caso es que el dinero trabaje para nosotros.

- Si es inferior a 1 indica que el negocio tiene problemas de liquidez y posiblemente se enfrente a dificultades con las obligaciones contraídas en el corto plazo (a pagar a menos de un año).

- 3º. **RATIOS DE ENDEUDAMIENTO:** comprende la capacidad de la empresa para hacer frente a sus compromisos a medida que éstos vayan venciendo. Se haya con la siguiente fórmula:

$$\text{Ratio de endeudamiento} = \frac{\text{Total Deudas}}{\text{Pasivo}}$$





Es importante conocer el grado de endeudamiento de la empresa ya que una dependencia alta de deuda, con su consiguiente pago de intereses, puede repercutir negativamente en los resultados.

El valor óptimo de este ratio es el que se sitúa entre 40 y 60%.

- Si es mayor que 60% indica que el volumen de deuda es excesivo y que la empresa está perdiendo autonomía financiera frente a terceros (Bancos / Proveedores).
- Si es menor que 40% indica que la tienda tiene margen para endeudarse en el futuro.

4° • UMBRAL DE RENTABILIDAD: se define como el nivel de ventas mínimo necesario para, con el % de Margen definido, cubrir todas las Cargas de Estructura y empezar a generar beneficios.

$$UR \text{ (Umbral de Rentabilidad)} = \frac{\text{Costes Fijos}}{(\text{Precio Venta} - \text{Coste Variable})}$$

Para calcular este umbral, hay que mantener fijas una serie de variables:

- El coste variable unitario permanece constante para cualquier volumen de producción.
- Nos encontramos en un mercado de competencia perfecta, lo que conlleva que se pueda vender todas las unidades a ese precio.

Con el objeto de visualizar dónde empieza el comercio a obtener beneficio, se puede crear una tabla similar a la que se muestra a continuación,;

		VENTAS	GASTOS FIJOS	GASTOS VARIABLES	GASTOS TOTALES	BENEFICIO O (PÉRDIDA)
Pérdidas	}					
Punto muerto o Umbral de rentabilidad						
Beneficio	}					

B • I Análisis del rendimiento en relación a la superficie de venta.

Uno de los objetivos más importantes del merchandising es aumentar la rentabilidad en el punto de venta. Para obtener estos objetivos es necesario medir resultados y determinar su eficacia. Una buena gestión de la superficie buscará la mayor rentabilidad posible por cada metro del bajo comercial.

Los ratios que vamos a desarrollar son:

- Coeficiente de Ocupación del Suelo (COS)
- Ratio del Grado de Atracción de cada Sección
- Rendimientos por m² de Superficie de Venta
- Índice de Rentabilidad del Lineal (IS)

1 • I COS (COEFICIENTE DE OCUPACIÓN DEL SUELO): calcula la densidad de mobiliario expositivo en la zona de ventas y así organizarlo de manera óptima para los clientes.

La tienda, para ofrecer a los clientes sus productos, divide el espacio en:

- Áreas utilizadas para la exhibición de su mercancía y su posterior venta.
- Y otras zonas que no son comerciales pero necesarias para el correcto funcionamiento del establecimiento, como por ejemplo los pasillos, el almacén, ...

Con estas dos distribuciones de zonas, el consumidor puede encontrarse con un local cómodo de transitar o por el contrario, saturado y transmitiendo agobio.

Se considera que un comercio posee un C.O.S equilibrado, apropiado y adecuado cuando su valor se mantenga dentro del intervalo [25 % - 40%]:

- Si el C.O.S. es demasiado alto se debe a que existen demasiados lineales en relación con la superficie del establecimiento, presentando pasillos estrechos y produciendo sensación de agobio, especialmente en las franjas horarias con mayor afluencia de compradores.
- Por el contrario si el C.O.S. es demasiado bajo, estamos en locales en los que no se aprovecha al máximo la superficie de venta de la tienda para exponer los productos a los potenciales clientes, produciendo además sensación de desabastecimiento y dispersión de productos.



Este ratio se puede calcular de forma genérica para toda la tienda y determinar si transitar por su interior es cómodo o no. Y calcularlo también para establecer comparativa entre las sesiones y facilitar la labor de marcar objetivos:

$$COS = \frac{\text{metros lineales de suelo}}{\text{superficie de ventas por m}^2} \times 100 = \%$$

FAMILIAS	COS	Ventas realizadas	Estimación de ventas por sección
SECCIÓN A			
SECCIÓN B			
SECCIÓN C			
SECCIÓN D			
SECCIÓN E			

2 • I RATIO DEL GRADO DE ATRACCIÓN DE CADA SECCIÓN: establece comparativas entre las secciones que configuran la oferta de un comercio, con lo que se identificará la que tiene mayor impacto.

Así mismo, ayudará a reconocer las zonas calientes de la tienda (que será la sección con más ventas) y, por lo tanto, a racionalizar la toma de decisión para redistribuir la sala de ventas.

Se obtiene con la fórmula siguiente:

$$\text{Grado de atracción} = \frac{\text{nº de actos de compra de una familia de productos}}{\text{nº total de ventas del establecimiento}}$$

3 • I RENDIMIENTOS POR M² DE SUPERFICIE DE VENTA: Se aplica para calcular las ventas por metro cuadrado de local.

$$\text{Rendimiento m}^2 = \frac{\text{Ventas}}{\text{Superficie de ventas (m}^2\text{)}}$$

Es interesante emplear este ratio de forma comparativa en diversos periodos del año, así como para periodos de referencia como las campañas de Navidad o de rebajas.

4 • I ÍNDICE DE RENTABILIDAD DEL LINEAL (IS)

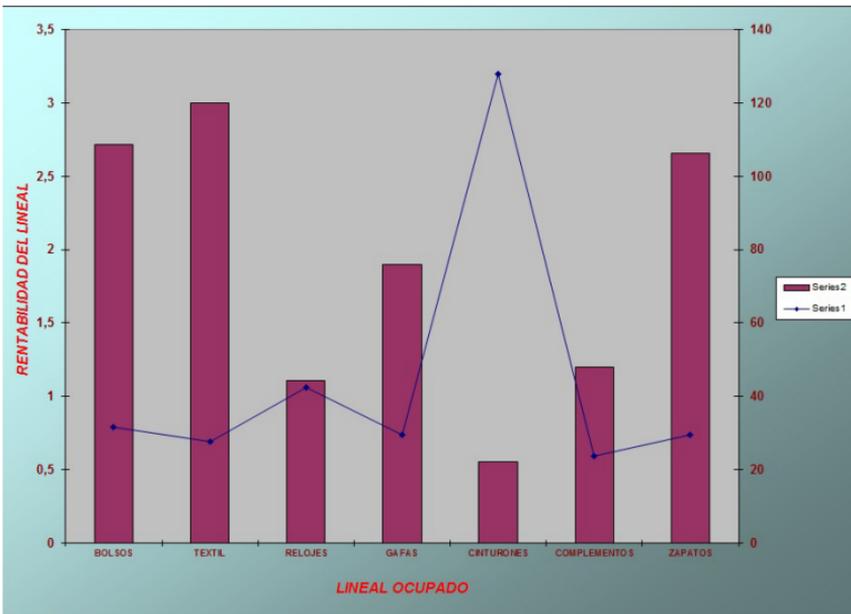
$$IS = \frac{\text{Beneficio bruto}}{lo}$$

Este ratio como valor aislado no aporta un significado en sí pero adquiere mayor peso cuando se compara con otras familias, permitiendo tomar decisiones de la conveniencia o no de contar con una familia.

Se establece la siguiente clasificación:

- Equilibrados cuando IS está comprendido entre 0´75 y 1´25.
- Interesantes si es superior a 1´25.
- Parásitos cuando IS es inferior al 0´75.

Al mismo tiempo, este ratio resulta muy clarificador cuando se compara con la superficie que ocupa cada una de las secciones, ya que se puede valorar si están correctamente dimensionadas la superficie de exposición de cada sección con la rentabilidad que aporta.





5 • I COMO CALCULAR CORRECTAMENTE EL PVP

El comerciante que decide abrir un negocio lo hace con la expectativa de conseguir que su actividad le reporte el mayor beneficio. De esta forma, además de compensar el riesgo que toda iniciativa empresarial conlleva, obtiene una fuente de ingresos.

Para ello, el comerciante adquiere la mercancía a los proveedores a precio de coste (PC) para después venderla a los clientes a otro precio superior (PVP). Esta diferencia entre el valor de venta y el valor de compra de la mercancía es lo que se conoce como margen bruto.

Las tablas que figuran a continuación, formuladas en base al precio que se vende al público, ayudan a calcular de forma efectiva y rápida los PVP de los artículos a la venta, teniendo en cuenta el margen deseado y el impuesto de valor añadido. Todas ellas van acompañadas de ejemplos para facilitar su utilización:

a. **Tablas para comerciantes en Régimen especial de IVA: Recargo de equivalencia¹** se aplica a comerciantes dados de alta como personas físicas². o como comunidad de bienes.

DETERMINACIÓN DEL COEFICIENTE A TRAVÉS DEL MARGEN RÉGIMEN ESPECIAL RECARGO EQUIVALENCIA							
CR = $\frac{1}{1-(M/100)}$							
FACTOR A APLICAR SOBRE EL PRECIO DE COSTE IVA INCLUIDO							
%MARG.	CR	%MARG.	CR	%MARG.	CR	%MARG.	CR
1,00%	1,010	13,00%	1,149	25,00%	1,333	37,00%	1,587
1,25%	1,013	13,25%	1,153	25,25%	1,338	37,25%	1,594
1,50%	1,015	13,50%	1,156	25,50%	1,342	37,50%	1,600
1,75%	1,018	13,75%	1,159	25,75%	1,347	37,75%	1,606
2,00%	1,020	14,00%	1,163	26,00%	1,351	38,00%	1,613
2,25%	1,023	14,25%	1,166	26,25%	1,356	38,25%	1,619
2,50%	1,026	14,50%	1,170	26,50%	1,361	38,50%	1,626
2,75%	1,028	14,75%	1,173	26,75%	1,365	38,75%	1,633
3,00%	1,031	15,00%	1,176	27,00%	1,370	39,00%	1,639
3,25%	1,034	15,25%	1,180	27,25%	1,375	39,25%	1,646
3,50%	1,036	15,50%	1,183	27,50%	1,379	39,50%	1,653
3,75%	1,039	15,75%	1,187	27,75%	1,384	39,75%	1,660
4,00%	1,042	16,00%	1,190	28,00%	1,389	40,00%	1,667
4,25%	1,044	16,25%	1,194	28,25%	1,394	40,25%	1,674
4,50%	1,047	16,50%	1,198	28,50%	1,399	40,50%	1,681
4,75%	1,050	16,75%	1,201	28,75%	1,404	40,75%	1,688
5,00%	1,053	17,00%	1,205	29,00%	1,408	41,00%	1,695
5,25%	1,055	17,25%	1,208	29,25%	1,413	41,25%	1,702
5,50%	1,058	17,50%	1,212	29,50%	1,418	41,50%	1,709
5,75%	1,061	17,75%	1,216	29,75%	1,423	41,75%	1,717
6,00%	1,064	18,00%	1,220	30,00%	1,429	42,00%	1,724
6,25%	1,067	18,25%	1,223	30,25%	1,434	42,25%	1,732
6,50%	1,070	18,50%	1,227	30,50%	1,439	42,50%	1,739
6,75%	1,072	18,75%	1,231	30,75%	1,444	42,75%	1,747
7,00%	1,075	19,00%	1,235	31,00%	1,449	43,00%	1,754
7,25%	1,078	19,25%	1,238	31,25%	1,455	43,25%	1,762
7,50%	1,081	19,50%	1,242	31,50%	1,460	43,50%	1,770
7,75%	1,084	19,75%	1,246	31,75%	1,465	43,75%	1,778
8,00%	1,087	20,00%	1,250	32,00%	1,471	44,00%	1,786
8,25%	1,090	20,25%	1,254	32,25%	1,476	44,25%	1,794
8,50%	1,093	20,50%	1,258	32,50%	1,481	44,50%	1,802
8,75%	1,096	20,75%	1,262	32,75%	1,487	44,75%	1,810
9,00%	1,099	21,00%	1,266	33,00%	1,493	45,00%	1,818
9,25%	1,102	21,25%	1,270	33,25%	1,498	45,25%	1,826
9,50%	1,105	21,50%	1,274	33,50%	1,504	45,50%	1,835
9,75%	1,108	21,75%	1,278	33,75%	1,509	45,75%	1,843
10,00%	1,111	22,00%	1,282	34,00%	1,515	46,00%	1,852
10,25%	1,114	22,25%	1,286	34,25%	1,521	46,25%	1,860
10,50%	1,117	22,50%	1,290	34,50%	1,527	46,50%	1,869
10,75%	1,120	22,75%	1,294	34,75%	1,533	46,75%	1,878
11,00%	1,124	23,00%	1,299	35,00%	1,538	47,00%	1,887
11,25%	1,127	23,25%	1,303	35,25%	1,544	47,25%	1,896
11,50%	1,130	23,50%	1,307	35,50%	1,550	47,50%	1,905
11,75%	1,133	23,75%	1,311	35,75%	1,556	47,75%	1,914
12,00%	1,136	24,00%	1,316	36,00%	1,563	48,00%	1,923
12,25%	1,140	24,25%	1,320	36,25%	1,569	48,25%	1,932
12,50%	1,143	24,50%	1,325	36,50%	1,575	48,50%	1,942
12,75%	1,146	24,75%	1,329	36,75%	1,581	48,75%	1,951

¹ Cotizar o no en recargo de equivalencia viene definido por cómo se ha configurado la empresa comercial en Hacienda.

² Con sus excepciones, entre las que destacan joyerías, peleterías, concesionarios de coches, venta de embarcaciones y aviones, objetos de arte, gasolineras y establecimiento de comercialización de maquinaria industrial o minerales



Ejemplo: supongamos que una comerciante de muebles recibe un sofá cuyo coste ha sido 1.000€. En la factura que le emita su proveedor se leerá:

1.000€ + 21% de IVA + 5,2% de recargo de equivalencia = 1.262 € (PC)

Dicho sofá se quiere vender con un margen del 26%. Para ello, mirará en la siguiente tabla y buscará dicho porcentaje en la columna %MARG.:

DETERMINACIÓN DEL COEFICIENTE A TRAVÉS DEL MARGEN RÉGIMEN ESPECIAL RECARGO EQUIVALENCIA							
CR = $\frac{1}{1-(M/100)}$							
FACTOR A APLICAR SOBRE EL PRECIO DE COSTE IVA INCLUIDO							
%MARG.	CR	%MARG.	CR	%MARG.	CR	%MARG.	CR
1,00%	1,010	13,00%	1,149	25,00%	1,333	37,00%	1,587
1,25%	1,013	13,25%	1,153	25,25%	1,338	37,25%	1,594
1,50%	1,015	13,50%	1,156	25,50%	1,342	37,50%	1,600
1,75%	1,018	13,75%	1,159	25,75%	1,347	37,75%	1,606
2,00%	1,020	14,00%	1,163	26,00%	1,351	38,00%	1,613
2,25%	1,023	14,25%	1,166	26,25%	1,356	38,25%	1,619
2,50%	1,026	14,50%	1,170	26,50%	1,361	38,50%	1,626
2,75%	1,028	14,75%	1,173	26,75%	1,365	38,75%	1,633
3,00%	1,031	15,00%	1,176	27,00%	1,370	39,00%	1,639

$$PVP = PC \times CR$$

$$PVP = 1.262 \times 1,351 = 1.705$$

Es decir, que para obtener un margen del 26%, el sofá tendrá que ser puesto a la venta al público por 1.705 €.

b• b. Si el comerciante se encuentra dado de alta como empresa jurídica, estará sujeto al régimen general de IVA. Con esta premisa, se pueden plantear varios casos dependiendo del IVA aplicable a cada producto:

b•1 Tipo superreducido 4%: se aplica a los artículos que se consideran de primera necesidad. Estos son alimentos básicos de la cesta de la compra (leche, pan, etc.), libros (salvo el libro electrónico), medicamentos para uso humano, prensa (periódicos y revistas), prótesis, implantes internos, órtesis y vehículos para personas con discapacidad.



DETERMINACIÓN DEL COEFICIENTE A TRAVÉS DEL MARGEN

$$CR = \frac{1}{1 - (M/100) - 0,0385}$$

%MARG.	CR	%MARG.	CR	IVA = 4,00%	%MARG.	CR	%MARG.	CR
1,00%	1,051	13,00%	1,203	25,50%	1,405	37,00%	1,691	
1,25%	1,054	13,25%	1,206	25,25%	1,410	37,25%	1,698	
1,50%	1,056	13,50%	1,210	25,50%	1,415	37,50%	1,705	
1,75%	1,059	13,75%	1,214	25,75%	1,420	37,75%	1,712	
2,00%	1,062	14,00%	1,217	26,00%	1,425	38,00%	1,720	
2,25%	1,065	14,25%	1,221	26,25%	1,431	38,25%	1,727	
2,50%	1,068	14,50%	1,225	26,50%	1,436	38,50%	1,734	
2,75%	1,071	14,75%	1,228	26,75%	1,441	38,75%	1,742	
3,00%	1,073	15,00%	1,232	27,00%	1,446	39,00%	1,750	
3,25%	1,076	15,25%	1,236	27,25%	1,451	39,25%	1,757	
3,50%	1,079	15,50%	1,240	27,50%	1,457	39,50%	1,765	
3,75%	1,082	15,75%	1,244	27,75%	1,462	39,75%	1,773	
4,00%	1,085	16,00%	1,248	28,00%	1,467	40,00%	1,781	
4,25%	1,088	16,25%	1,252	28,25%	1,473	40,25%	1,789	
4,50%	1,091	16,50%	1,255	28,50%	1,478	40,50%	1,797	
4,75%	1,094	16,75%	1,259	28,75%	1,484	40,75%	1,805	
5,00%	1,097	17,00%	1,263	29,00%	1,489	41,00%	1,813	
5,25%	1,100	17,25%	1,267	29,25%	1,495	41,25%	1,821	
5,50%	1,103	17,50%	1,271	29,50%	1,500	41,50%	1,830	
5,75%	1,106	17,75%	1,275	29,75%	1,506	41,75%	1,838	
6,00%	1,109	18,00%	1,280	30,00%	1,512	42,00%	1,847	
6,25%	1,112	18,25%	1,284	30,25%	1,517	42,25%	1,855	
6,50%	1,115	18,50%	1,288	30,50%	1,523	42,50%	1,864	
6,75%	1,119	18,75%	1,292	30,75%	1,529	42,75%	1,873	
7,00%	1,122	19,00%	1,296	31,00%	1,535	43,00%	1,881	
7,25%	1,125	19,25%	1,300	31,25%	1,541	43,25%	1,890	
7,50%	1,128	19,50%	1,305	31,50%	1,547	43,50%	1,899	
7,75%	1,131	19,75%	1,309	31,75%	1,553	43,75%	1,908	
8,00%	1,134	20,00%	1,313	32,00%	1,559	44,00%	1,917	
8,25%	1,138	20,25%	1,317	32,25%	1,565	44,25%	1,927	
8,50%	1,141	20,50%	1,322	32,50%	1,571	44,50%	1,936	
8,75%	1,144	20,75%	1,326	32,75%	1,577	44,75%	1,945	
9,00%	1,147	21,00%	1,331	33,00%	1,583	45,00%	1,955	
9,25%	1,151	21,25%	1,335	33,25%	1,590	45,25%	1,964	
9,50%	1,154	21,50%	1,340	33,50%	1,596	45,50%	1,974	
9,75%	1,157	21,75%	1,344	33,75%	1,602	45,75%	1,984	
10,00%	1,161	22,00%	1,349	34,00%	1,609	46,00%	1,994	
10,25%	1,164	22,25%	1,353	34,25%	1,615	46,25%	2,004	
10,50%	1,167	22,50%	1,358	34,50%	1,622	46,50%	2,014	
10,75%	1,171	22,75%	1,362	34,75%	1,629	46,75%	2,024	
11,00%	1,174	23,00%	1,367	35,00%	1,635	47,00%	2,034	
11,25%	1,178	23,25%	1,372	35,25%	1,642	47,25%	2,045	
11,50%	1,181	23,50%	1,376	35,50%	1,649	47,50%	2,055	
11,75%	1,185	23,75%	1,381	35,75%	1,656	47,75%	2,066	
12,00%	1,188	24,00%	1,386	36,00%	1,662	48,00%	2,077	
12,25%	1,192	24,25%	1,391	36,25%	1,669	48,25%	2,088	
12,50%	1,195	24,50%	1,396	36,50%	1,676	48,50%	2,098	
12,75%	1,199	24,75%	1,400	36,75%	1,683	48,75%	2,110	

Ejemplo: una tienda de alimentación adquiere de su proveedor un palé con botellas de leche. Cada botella de leche tiene un precio de 0,65 €. Dado que la leche es un alimento de primera necesidad, le corresponde un IVA del 4%. Para calcular el precio de venta con un margen del 26%, se buscará dicho porcentaje en la columna %MARG de la siguiente tabla:





DETERMINACIÓN DEL COEFICIENTE A TRAVÉS DEL MARGEN

$$CR = \frac{1}{1 - (M/100) - 0,0385}$$

$$IVA = \frac{4,00\%}{1 - (M/100) - 0,0385}$$

%MARG.	CR	%MARG.	IVA =	%MARG.	CR	%MARG.	CR
1,00%	1,051	13,00%	1,203	25,00%	1,405	37,00%	1,691
1,25%	1,054	13,25%	1,206	25,25%	1,410	37,25%	1,698
1,50%	1,056	13,50%	1,210	25,50%	1,415	37,50%	1,705
1,75%	1,059	13,75%	1,214	25,75%	1,420	37,75%	1,712
2,00%	1,062	14,00%	1,217	26,00%	1,425	38,00%	1,720
2,25%	1,065	14,25%	1,221	26,25%	1,431	38,25%	1,727

$$PVP = PC \times CR$$

$$PVP = 0'65€ \times 1'425 = 0'92€$$

Para que el comerciante obtenga un margen del 26%, deberá vender cada botella de leche a un precio de 0'92 €.

b-2 El tipo de IVA reducido del 10% se aplica a productos alimenticios y bienes de uso agrícola, forestal o ganadero, medicamentos para uso veterinario, agua, productos farmacéuticos para uso por consumidores, compra de viviendas y garajes, obras de rehabilitación y renovación de vivienda, flores y plantas, servicios de transporte de viajeros, servicios deportivos con carácter aficionado, asistencia social, ferias y exposiciones comerciales, entre otros

DETERMINACIÓN DEL COEFICIENTE A TRAVÉS DEL MARGEN

$$CR = \frac{1}{1 - (M/100) - 0,0909}$$

$$IVA = \frac{10,00\%}{1 - (M/100) - 0,0909}$$

%MARG.	CR	%MARG.	IVA =	%MARG.	CR	%MARG.	CR
1,00%	1,112	13,00%	1,284	25,00%	1,517	37,00%	1,855
1,25%	1,115	13,25%	1,288	25,25%	1,523	37,25%	1,864
1,50%	1,118	13,50%	1,292	25,50%	1,529	37,50%	1,872
1,75%	1,122	13,75%	1,296	25,75%	1,535	37,75%	1,881
2,00%	1,125	14,00%	1,300	26,00%	1,541	38,00%	1,890
2,25%	1,128	14,25%	1,304	26,25%	1,547	38,25%	1,899
2,50%	1,131	14,50%	1,309	26,50%	1,553	38,50%	1,908
2,75%	1,134	14,75%	1,313	26,75%	1,559	38,75%	1,917
3,00%	1,138	15,00%	1,317	27,00%	1,565	39,00%	1,926
3,25%	1,141	15,25%	1,322	27,25%	1,571	39,25%	1,936
3,50%	1,144	15,50%	1,326	27,50%	1,577	39,50%	1,945
3,75%	1,147	15,75%	1,331	27,75%	1,583	39,75%	1,955
4,00%	1,151	16,00%	1,335	28,00%	1,590	40,00%	1,964
4,25%	1,154	16,25%	1,339	28,25%	1,596	40,25%	1,974
4,50%	1,157	16,50%	1,344	28,50%	1,602	40,50%	1,984
4,75%	1,161	16,75%	1,348	28,75%	1,609	40,75%	1,994
5,00%	1,164	17,00%	1,353	29,00%	1,615	41,00%	2,004
5,25%	1,167	17,25%	1,358	29,25%	1,622	41,25%	2,014
5,50%	1,171	17,50%	1,362	29,50%	1,628	41,50%	2,024
5,75%	1,174	17,75%	1,367	29,75%	1,635	41,75%	2,034
6,00%	1,178	18,00%	1,372	30,00%	1,642	42,00%	2,045
6,25%	1,181	18,25%	1,376	30,25%	1,649	42,25%	2,055
6,50%	1,185	18,50%	1,381	30,50%	1,655	42,50%	2,066
6,75%	1,188	18,75%	1,386	30,75%	1,662	42,75%	2,076
7,00%	1,192	19,00%	1,391	31,00%	1,669	43,00%	2,087
7,25%	1,195	19,25%	1,395	31,25%	1,676	43,25%	2,098
7,50%	1,199	19,50%	1,400	31,50%	1,683	43,50%	2,109
7,75%	1,203	19,75%	1,405	31,75%	1,690	43,75%	2,120
8,00%	1,206	20,00%	1,410	32,00%	1,698	44,00%	2,132
8,25%	1,210	20,25%	1,415	32,25%	1,705	44,25%	2,143
8,50%	1,213	20,50%	1,420	32,50%	1,712	44,50%	2,155
8,75%	1,217	20,75%	1,425	32,75%	1,719	44,75%	2,166
9,00%	1,221	21,00%	1,430	33,00%	1,727	45,00%	2,178
9,25%	1,225	21,25%	1,436	33,25%	1,734	45,25%	2,190
9,50%	1,228	21,50%	1,440	33,50%	1,742	45,50%	2,202
9,75%	1,232	21,75%	1,446	33,75%	1,750	45,75%	2,214
10,00%	1,236	22,00%	1,451	34,00%	1,757	46,00%	2,227
10,25%	1,240	22,25%	1,456	34,25%	1,765	46,25%	2,239
10,50%	1,244	22,50%	1,462	34,50%	1,773	46,50%	2,252
10,75%	1,248	22,75%	1,467	34,75%	1,781	46,75%	2,265
11,00%	1,251	23,00%	1,473	35,00%	1,789	47,00%	2,277
11,25%	1,255	23,25%	1,478	35,25%	1,797	47,25%	2,290
11,50%	1,259	23,50%	1,483	35,50%	1,805	47,50%	2,304
11,75%	1,263	23,75%	1,489	35,75%	1,813	47,75%	2,317
12,00%	1,267	24,00%	1,495	36,00%	1,821	48,00%	2,331
12,25%	1,271	24,25%	1,500	36,25%	1,830	48,25%	2,344
12,50%	1,275	24,50%	1,506	36,50%	1,838	48,50%	2,358
12,75%	1,279	24,75%	1,512	36,75%	1,846	48,75%	2,372



GESTIÓN ECONÓMICA

Ejemplo la gerente de una floristería ha adquirido una partida de tulipanes por un valor unitario de 175 €.

La venta de flores está sujeta a un IVA del 10%. Dado que a la comerciante le interesa obtener un 41% de margen por unidad, para calcular el PVP buscará dicho porcentaje en la columna %MARG de la tabla que figura a continuación:

DETERMINACIÓN DEL COEFICIENTE A TRAVÉS DEL MARGEN							
CR = $\frac{1}{1-(M/100)-0,0909}$							
IVA = 10,00%							
%MARG.	CR	%MARG.	CR	%MARG.	CR	%MARG.	CR
1,00%	1,112	13,00%	1,284	25,00%	1,517	37,00%	1,855
1,25%	1,115	13,25%	1,288	25,25%	1,523	37,25%	1,864
1,50%	1,118	13,50%	1,292	25,50%	1,529	37,50%	1,872
1,75%	1,122	13,75%	1,296	25,75%	1,535	37,75%	1,881
2,00%	1,125	14,00%	1,300	26,00%	1,541	38,00%	1,890
2,25%	1,128	14,25%	1,304	26,25%	1,547	38,25%	1,899
2,50%	1,131	14,50%	1,309	26,50%	1,553	38,50%	1,908
2,75%	1,134	14,75%	1,313	26,75%	1,559	38,75%	1,917
3,00%	1,138	15,00%	1,317	27,00%	1,565	39,00%	1,926
3,25%	1,141	15,25%	1,322	27,25%	1,571	39,25%	1,936
3,50%	1,144	15,50%	1,326	27,50%	1,577	39,50%	1,945
3,75%	1,147	15,75%	1,331	27,75%	1,583	39,75%	1,955
4,00%	1,151	16,00%	1,335	28,00%	1,590	40,00%	1,964
4,25%	1,154	16,25%	1,339	28,25%	1,596	40,25%	1,974
4,50%	1,157	16,50%	1,344	28,50%	1,602	40,50%	1,984
4,75%	1,161	16,75%	1,348	28,75%	1,609	40,75%	1,994
5,00%	1,164	17,00%	1,353	29,00%	1,615	41,00%	2,004
5,25%	1,167	17,25%	1,358	29,25%	1,622	41,25%	2,014
5,50%	1,171	17,50%	1,362	29,50%	1,628	41,50%	2,024

PVP = PC X CR
 PVP = 175€ x 2'004 = 3'51€

Para obtener un margen del 41%, cada tulipán tendrá que ser vendido al público final por 3'51 €.

b-3 El tipo general del IVA del 21% se aplica a todos aquellos bienes y servicios que no entran en las dos categorías anteriores y que tampoco están exentos de IVA.

DETERMINACIÓN DEL COEFICIENTE A TRAVÉS DEL MARGEN							
CR = $\frac{1}{1-(M/100)-0,1736}$							
IVA = 21,00%							
%MARG.	CR	%MARG.	CR	%MARG.	CR	%MARG.	CR
1,00%	1,225	13,00%	1,416	25,00%	1,735	37,00%	2,191
1,25%	1,229	13,25%	1,441	25,25%	1,742	37,25%	2,203
1,50%	1,232	13,50%	1,446	25,50%	1,750	37,50%	2,215
1,75%	1,236	13,75%	1,451	25,75%	1,758	37,75%	2,227
2,00%	1,240	14,00%	1,457	26,00%	1,765	38,00%	2,240
2,25%	1,244	14,25%	1,462	26,25%	1,773	38,25%	2,253
2,50%	1,248	14,50%	1,467	26,50%	1,781	38,50%	2,265
2,75%	1,252	14,75%	1,473	26,75%	1,789	38,75%	2,278
3,00%	1,256	15,00%	1,478	27,00%	1,797	39,00%	2,291
3,25%	1,260	15,25%	1,484	27,25%	1,805	39,25%	2,304
3,50%	1,264	15,50%	1,489	27,50%	1,813	39,50%	2,318
3,75%	1,268	15,75%	1,495	27,75%	1,822	39,75%	2,331
4,00%	1,272	16,00%	1,501	28,00%	1,830	40,00%	2,345
4,25%	1,276	16,25%	1,506	28,25%	1,838	40,25%	2,359
4,50%	1,280	16,50%	1,512	28,50%	1,847	40,50%	2,373
4,75%	1,284	16,75%	1,518	28,75%	1,855	40,75%	2,387
5,00%	1,288	17,00%	1,523	29,00%	1,864	41,00%	2,401
5,25%	1,292	17,25%	1,529	29,25%	1,873	41,25%	2,416
5,50%	1,296	17,50%	1,535	29,50%	1,882	41,50%	2,430
6,00%	1,305	18,00%	1,547	30,00%	1,900	42,00%	2,460
6,25%	1,309	18,25%	1,553	30,25%	1,905	42,25%	2,474
6,50%	1,313	18,50%	1,559	30,50%	1,918	42,50%	2,491
6,75%	1,318	18,75%	1,565	30,75%	1,927	42,75%	2,507
7,00%	1,322	19,00%	1,571	31,00%	1,936	43,00%	2,522
7,25%	1,326	19,25%	1,577	31,25%	1,946	43,25%	2,538
7,50%	1,331	19,50%	1,584	31,50%	1,955	43,50%	2,555
7,75%	1,335	19,75%	1,590	31,75%	1,965	43,75%	2,571
8,00%	1,340	20,00%	1,596	32,00%	1,975	44,00%	2,588
8,25%	1,344	20,25%	1,603	32,25%	1,984	44,25%	2,605
8,50%	1,349	20,50%	1,609	32,50%	1,994	44,50%	2,622
8,75%	1,353	20,75%	1,616	32,75%	2,004	44,75%	2,639
9,00%	1,358	21,00%	1,622	33,00%	2,014	45,00%	2,656
9,25%	1,362	21,25%	1,629	33,25%	2,023	45,25%	2,674
9,50%	1,367	21,50%	1,635	33,50%	2,033	45,50%	2,692
9,75%	1,372	21,75%	1,642	33,75%	2,045	45,75%	2,710
10,00%	1,377	22,00%	1,649	34,00%	2,056	46,00%	2,729
10,25%	1,381	22,25%	1,656	34,25%	2,066	46,25%	2,748
10,50%	1,386	22,50%	1,663	34,50%	2,077	46,50%	2,767
10,75%	1,391	22,75%	1,670	34,75%	2,088	46,75%	2,786
11,00%	1,396	23,00%	1,677	35,00%	2,099	47,00%	2,805
11,25%	1,401	23,25%	1,684	35,25%	2,110	47,25%	2,825
11,50%	1,406	23,50%	1,691	35,50%	2,121	47,50%	2,845
11,75%	1,411	23,75%	1,698	35,75%	2,132	47,75%	2,866
12,00%	1,416	24,00%	1,705	36,00%	2,144	48,00%	2,886
12,25%	1,421	24,25%	1,712	36,25%	2,155	48,25%	2,907
12,50%	1,426	24,50%	1,720	36,50%	2,167	48,50%	2,929
12,75%	1,431	24,75%	1,727	36,75%	2,179	48,75%	2,950



Ejemplo: en la gestión de una tienda de ropa de caballero se quiere fijar el PVP de los pantalones, teniendo en cuenta que el IVA es del 21%. El precio de coste de cada pantalón ha sido de 30 € y el margen que se desea obtener de cada pantalón vendido es del 29%. Para calcular el precio de venta, se acudirá y buscará dicho porcentaje en la columna %MARG.:

DETERMINACIÓN DEL COEFICIENTE A TRAVÉS DEL MARGEN							
$CR = \frac{P}{1 - \frac{M}{100} - 0,1736}$							
		IVA =		21,00%			
%MARG.	CR	%MARG.	CR	%MARG.	CR	%MARG.	CR
4,00%	1,272	16,00%	1,500	28,00%	1,830	40,00%	2,345
4,25%	1,276	16,25%	1,506	28,25%	1,838	40,25%	2,359
4,50%	1,280	16,50%	1,512	28,50%	1,847	40,50%	2,373
4,75%	1,284	16,75%	1,518	28,75%	1,855	40,75%	2,387
5,00%	1,288	17,00%	1,523	29,00%	1,864	41,00%	2,401
5,25%	1,292	17,25%	1,529	29,25%	1,873	41,25%	2,416
5,50%	1,296	17,50%	1,535	29,50%	1,882	41,50%	2,430
5,75%	1,300	17,75%	1,541	29,75%	1,891	41,75%	2,445
6,00%	1,305	18,00%	1,547	30,00%	1,900	42,00%	2,460
6,25%	1,309	18,25%	1,553	30,25%	1,909	42,25%	2,476
6,50%	1,313	18,50%	1,559	30,50%	1,918	42,50%	2,491
6,75%	1,318	18,75%	1,565	30,75%	1,927	42,75%	2,507

PVP = PC X CR
 PVP = 30 € x 1'864 = 56 €

Si se desea obtener un margen del 29%, el precio final del pantalón tendrá que ser de 56 €.

Por último, si tras la aplicación de este método de cálculo del PVP, se observa que hay una desviación en el resultado comparándolo con el procedimiento habitualmente utilizado, el comerciante deberá conocer cuál es el margen real conseguido a la hora de marcar su PVP. Para ello se debe realizar el siguiente cálculo:

Si: PVP = PC X CR
 Entonces: $CR = \frac{PVP}{C}$

Obtenido el CR se busca en la columna a qué margen corresponde (%MARG.).

Ejemplo: en una tienda de electrodomésticos, configurada como una Sociedad Limitada, por lo que repercute un IVA del 21%, se tiene a la venta un frigorífico por un PVP de 297€, que costó (PC) 120€. Para saber el margen que se está obteniendo se efectuará la siguiente operación:

$CR = \frac{297}{120} = 2,476$

DETERMINACIÓN DEL COEFICIENTE A TRAVÉS DEL MARGEN							
$CR = \frac{P}{1 - \frac{M}{100} - 0,1736}$							
		IVA =		21,00%			
%MARG.	CR	%MARG.	CR	%MARG.	CR	%MARG.	CR
4,00%	1,272	16,00%	1,500	28,00%	1,830	40,00%	2,345
4,25%	1,276	16,25%	1,506	28,25%	1,838	40,25%	2,359
4,50%	1,280	16,50%	1,512	28,50%	1,847	40,50%	2,373
4,75%	1,284	16,75%	1,518	28,75%	1,855	40,75%	2,387
5,00%	1,288	17,00%	1,523	29,00%	1,864	41,00%	2,401
5,25%	1,292	17,25%	1,529	29,25%	1,873	41,25%	2,416
5,50%	1,296	17,50%	1,535	29,50%	1,882	41,50%	2,430
5,75%	1,300	17,75%	1,541	29,75%	1,891	41,75%	2,445
6,00%	1,305	18,00%	1,547	30,00%	1,900	42,00%	2,460
6,25%	1,309	18,25%	1,553	30,25%	1,909	42,25%	2,476
6,50%	1,313	18,50%	1,559	30,50%	1,918	42,50%	2,491
6,75%	1,318	18,75%	1,565	30,75%	1,927	42,75%	2,507

El margen que se ha obtenido por la venta de ese frigorífico es de 42'25%.

Nota: este Cuaderno de Comercio se ha elaborado como guía orientativa de conceptos básicos y pautas generales de gestión en materia económico-financiera, teniendo en cuenta que debe adaptarse al tipo empresa y a las posibles modificaciones que se puedan presentar en materia tributaria. En cualquier caso, será oportuno contar con un experto que asesore en la casuística a cada comercio.

HERRAMIENTAS DE GESTIÓN EN EL COMERCIO:

- Diagnóstico del Punto de Venta
- Planes Tutoriales de Gestión en el Comercio
 - Mi escaparate: Como montar mi escaparate.
 - Mi tienda: Organización y distribución de secciones y familias.
 - Mi lineal: Cómo exponer mi producto.
 - Mi promoción: Promoción y animación.
 - Marketing digital.
- Cliente Misterioso.

OTROS TÍTULOS DE LA COLECCIÓN

- Qué debe saber un empresario sobre el comercio en la Comunidad Valenciana.
- Cómo rentabilizar el punto de venta: el merchandising.
- Criterios de atención al cliente en las empresas de servicio.
- Lo que debe saber el empresario sobre la franquicia.
- Conceptos básicos de escaparatismo.
- Aplicación de técnicas de venta o cómo lograr clientes satisfechos.
- Buenas prácticas de atención al cliente (díptico y póster).
- Cómo aplicar las técnicas de merchandising en la farmacia.
- Cómo incrementar las ventas en la óptica.
- Guía de idiomas en el Comercio: Italiano, Francés, Inglés y Alemán.
- Guía de idiomas en el Comercio: Ruso, Chino y Árabe.
- Carteles Comercio turístico: 7 idiomas. Horario. Hojas de reclamación.
- Carteles Valenciano: Horario.
- Guía Sistemas de Depósito Devolución y Retorno para el comercio.
- Guía de Comercio Sostenible

: **ADRECES D'INTERÈS****CONSELLERIA D'ECONOMIA SOSTENIBLE, SECTORS PRODUCTIUS, COMERÇ I TREBALL**

Direcció General de Comerç i Consum
Ciutat Administrativa 9 d'Octubre. Torre 2
C/ Castañ Tobeñas, 77
46018 - València
Telèfon: 012 - 963 866 000 - Fax: 961 209 566

SERVEI TERRITORIAL DE COMERÇ I CONSUM

C/Gregorio Gea, 27
46009 - València
Telèfon: 012 - 963 866 000 - Fax: 963 866 806

CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA, SERVICIOS Y NAVEGACIÓN DE VALENCIA

Gestión de Proyectos
C/Poeta Querol, 15
46002 - Valencia
cinterior@camaravalencia.com
www.camaravalencia.com

PLA D'INNOVACIÓ I SOSTENIBILITAT COMERCIAL



Cámara
Valencia

Cámara de Comercio de Valencia
C/ Poeta Querol, 15
46002 - Valencia
Teléfono: 963 103 900 - Fax: 963 531 746

info@camaravalencia.com