

■ CALCULO DE PRECIOS

un elemento de estudio para personal de las cooperativas de consumo

oficina internacional del trabajo, ginebra

© MATCOM 1978-2001

por John Roland



MATCOM
Material y técnicas de capacitación en gestión de cooperativas

El proyecto MATCOM fue iniciado en 1978 por la Oficina Internacional del Trabajo, con el apoyo financiero de Suecia. En su tercera etapa (1984-1987) MATCOM cuenta con el respaldo financiero de Dinamarca, Finlandia y Noruega.

En cooperación con organizaciones cooperativas e institutos de capacitación de todas las regiones del mundo, MATCOM prepara y publica material para la capacitación de gerentes de cooperativas y colabora en la preparación de versiones adaptadas para su uso en diversos países. MATCOM presta asimismo apoyo en el perfeccionamiento de la metodología de capacitación sobre cooperativas y la formación de instructores.

Copyright © Organización Internacional del Trabajo

CALCULO DE PRECIOS

Indice

Introducción	3
El sobreprecio	4
Sobreprecio y margen	14
Cálculo directo del precio de venta	19
Política de precios	23
Vigilancia de los resultados	38
"Lista de precios" y mercado de precios	40
"Autoevaluación"	42
Ejercicios complementarios	44
Glosario	46
Fórmulas	47
Tabla de correspondencias de márgenes y sobreprecios	48

Elemento de estudio MATCOM No.: 12-05

Edición Universal 1989

ISBN 92-2-303028-5

REQUISITOS PRELIMINARES

Para sacar provecho de este Cuaderno MATCOM, usted debe:

- haber estudiado los cuadernos "Principios básicos de economía para cooperativas de consumo" y "Planeación y control del negocio" o tener el conocimiento correspondiente;
- estar en condiciones de realizar cálculos de porcentajes;
- tener alguna experiencia en venta al por menor.

COMO APRENDER

- Estudie este cuaderno detenidamente.
- Responda por escrito a todas las preguntas contenidas en él. Esto le ayudará no sólo a aprender sino también a aplicar más tarde en su trabajo lo aprendido.
- Después de estudiar a solas este cuaderno, discútalos con su instructor y sus compañeros de curso; luego tome parte en los ejercicios prácticos que se organicen.

Copyright © Organización Internacional del Trabajo, 1989

Texto original: John Roland

Ilustraciones : Reinhard Palden - Antonio Zapata

Traducción : UCPEET - Secretaría del Trabajo y Previsión Social, México

Impreso en Viena, 1989

INTRODUCCION



Seguramente, como gerente de una tienda cooperativa, ha oído frecuentemente discusiones sobre los precios de las mercancías. Hay pocas quejas si los precios son bajos. Pero la gente se enfada si son demasiado altos.

Si los precios son demasiado bajos, la cooperativa perderá dinero. Si son demasiado altos, la gente irá a otras tiendas. En ambos casos la cooperativa podría quebrar.

Por eso, una cooperativa no puede darse el lujo de tener un gerente que no esté seguro al decidir los precios. Tiene que ser un experto. Decidir los precios correctos es una de las responsabilidades más importantes del gerente.

Estudiando este Cuaderno MATCOM puede aprender a calcular los precios correctamente.

"EL SOBREPRECIO"

Hilda vive de vender piñas en el mercado.

Ella siempre atiende su puesto y es muy cuidadosa cuando compra sus piñas.



Hoy, Hilda recibió 200 piñas de su proveedor, el granjero Baez. Las piñas estaban empacadas en 4 cajas que contenían 50 piñas cada una. Las 4 cajas fueron entregadas en su puesto por un camión de carga.

Se incluía una factura en una de las cajas. La cantidad total de la factura era de C\$80.00*. Hilda pagó al conductor C\$8.00 por transportar las 4 cajas y obtuvo un recibo por ese dinero. El precio de costo por las piñas fue de C\$88.00; o sea, el costo facturado, C\$80.00, más el costo de transporte, que fue de C\$8.00.**

Hilda pone especial cuidado cuando calcula el precio de venta de sus piñas. Su ingreso depende de ello. Hilda necesita obtener un excedente vendiendo las piñas más caras de lo que a ella le costaron. Hilda tiene que agregar un porcentaje llamado sobreprecio al precio de costo al fijar el precio de venta.

* Como este cuaderno se utiliza en diversos países con distintas monedas, usamos una moneda imaginaria denominada "dólares y centavos de capacitación" (C\$ y c).

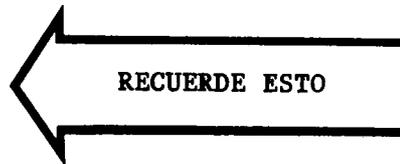
** En la parte final de este cuaderno se incluye un glosario de los términos utilizados en el texto. Consulte dicho glosario cuando quiera refrescar su memoria.

Por eso, Hilda agregó un 25% al precio de costo. Ella sabía por experiencia que eso le daría un precio de venta razonable, no más alto que el de otros vendedores, y obtendría así lo suficiente para pagar sus gastos (como el alquiler del puesto) y tener una vida holgada, (alimento para su familia, etc.). También podría cubrir una pequeña merma puesto que una o dos piñas podrían echarse a perder antes que se vendieran.

Cálculo del sobreprecio y del precio de venta

El precio de costo de las piñas de Hilda es de C\$88.00. Ahora añadamos un sobreprecio del 25%.

El porcentaje del sobreprecio se calcula siempre sobre el precio de costo.

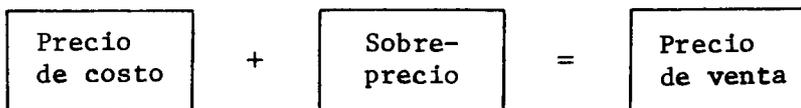


¿Cuánto es el 25% de C\$88.00?

$$\frac{25 \times \text{C}\$88.00}{100} = \text{C}\$22.00$$

Así pues el sobreprecio es de C\$22.00. Agreguemos esta cifra al precio de costo para obtener el precio de venta.

$$\text{C}\$88.00 + \text{C}\$22.00 = \text{C}\$110.00$$



Ahora sabemos que el precio de venta total de las piñas es de C\$110.00.

Para saber el precio de venta de una sola piña, hay que hacer otro cálculo. Tenemos que dividir C\$110.00 (el precio de venta total) por 200 (número total de piñas). Esto significa un precio de C\$0.55 cada una.

$$\frac{\text{C}\$110.00}{200} = \text{C}\$0.55$$

Hilda conoce una forma más rápida para agregar el sobreprecio al precio de costo. Para agregar 25% al precio de costo, ella simplemente multiplica el precio de costo por 1.25 y así obtiene el precio de venta directamente:

$$1.25 \quad \times \quad \text{C\$}88.00 \quad = \quad \text{C\$}110.00$$

Factor del sobreprecio	x	Precio de costo	=	Precio de venta
------------------------	---	-----------------	---	-----------------

Este es un método rápido y exacto que nosotros también debemos utilizar. Simplemente ponemos el número 1 y un punto decimal antes de la cifra del sobreprecio y así obtenemos un "factor".

Para un sobreprecio del 15%, usamos el factor 1.15 para obtener el precio de venta. Para un sobreprecio del 20%, usamos el factor 1.20, y para uno del 22% el factor 1.22. Para un porcentaje del 12.5%, usaremos factor de 1.125, etc.

Después multiplicamos el precio de costo por el factor y obtenemos el precio de venta.

Tenga cuidado con sobreprecios de menos del 10%. El factor debe tener un cero entre el punto decimal y la cifra del sobreprecio. El factor para un sobreprecio del 5% es por tanto 1.05. Para 50%, es 1.50.

 Aquí tiene un pequeño ejercicio. Haga los cálculos y complete la tabla.

Precio de costo	Sobreprecio	Factor del sobreprecio	Precio de venta
C\$ 8.00	12%	<u>1.12</u>	<u>8.96</u>
C\$ 8.00	15%	_____	_____
C\$ 8.00	25%	_____	_____
C\$ 8.00	12.5%	_____	_____
C\$ 6.50	4%	_____	_____
C\$ 25.00	8%	_____	_____
C\$ 66.75	22%	_____	_____
C\$ 125.50	30%	_____	_____

Tres días después, Hilda compró 250 piñas. Esta vez el costo facturado fue de C\$98.00. La fruta venía empacada en 5 cajas y le cobraron C\$10.00 por el transporte. Hilda volvió a usar un sobreprecio del 25%.

Llene los espacios en blanco

?

Costo facturado		C\$ _____
+ <u>Costo de transporte</u>	+ C\$	_____
= Precio de costo	= C\$	_____
Sobreprecio _____%		Factor de sobreprecio _____
_____ X _____		= _____
↑	↑	↑
Factor del sobreprecio	Precio de costo	Precio total de venta
Precio de venta por piña	= C\$ _____ ÷ _____	= C\$ _____

El negocio de Hilda en el mercado es muy sencillo. Sólo compra y vende un tipo de artículo: las piñas. El granjero Baez es normalmente su único proveedor. El sobreprecio puede ser casi siempre igual: aproximadamente 25%. Pero aún así, Hilda debe tener en cuenta la competencia de otros vendedores. Ella sabe bien que comercia un artículo altamente perecedero. Debe tener cuidado en que sus existencias se renueven apropiadamente. Pero ella atiende bien su negocio.

¿Reconoce algunas similitudes entre el negocio de Hilda y el negocio del cual usted es responsable?

Si el sobreprecio que se carga en su tienda cooperativa fuera siempre el mismo porcentaje del precio de costo, su tarea para calcular el precio de venta sería tan fácil como la de Hilda.

Cálculo de sobrepuestos

En una cooperativa es imposible usar el mismo sobrepuesto para todas las mercancías. Algunos artículos tendrán un sobrepuesto alto y otros bajo. Más adelante, en este cuaderno, discutiremos por qué ocurre así.

Primero, solo practicaremos los cálculos reales de sobrepuestos en una cooperativa. Nos uniremos a Elena, gerente de una tienda cooperativa. Así procuraremos mejorar tanto su habilidad en el cálculo de los precios de venta como la nuestra.



Nuestro primer ejemplo es el cálculo del precio del jabón que ha comprado Elena a un proveedor mayorista. Esta es la factura:

<i>Palma Ltda.</i>		FACTURA No.: 8567	
Sociedad Cooperativa Alfa Carretera Americana No. 149		FECHA : 11.10.1989	
	Cantidad	Precio unitario	Total
Nota de entrega: 00645 - 9.10.89 Jabón, "Luna", Medio Costo de transporte	10 x 24	21.00	210.00
			10.00
			220.00

Como puede observar, el costo facturado de 10 cajas de jabón es de C\$210.00. El costo del transporte es de C\$10.00. El precio de costo total es, por tanto, C\$220.00.

Se ha decidido que en la tienda de Elena el jabón debe tener un sobreprecio del 17%.

Para calcular el precio de venta del jabón, pedimos a Elena que realice una simple multiplicación:

$$1.17 \quad \times \quad C\$220.00 \quad = \quad C\$257.40$$

Factor del sobreprecio	x	Precio de costo	=	Precio total de venta
------------------------	---	-----------------	---	-----------------------

Para obtener el precio de venta de una barra de jabón, debemos dividir el precio de venta total por el número de barras de las 10 cajas. Cada caja contiene 24 barras; por lo tanto, Elena ha recibido 240 barras de jabón en total.

$$C\$257.40 \div 240 = C\$ 1.0725$$

Usted puede observar que, según este cálculo, cada barra de jabón debería venderse a C\$1.0725. Pero como sólo necesitamos 2 cifras decimales, redondeamos a C\$1.07. Este es el precio de venta de una barra de jabón.

Aquí tenemos otra factura:

• CIA. EMBOTELLADORA SUVA •		
FACTURA No. 4469		Fecha: 19.10.1989
A: Sociedad Cooperativa Alfa Carretera Americana No. 149		
Descripción	Precio	Total
5 cajas de 12 botellas grandes de naranjada	45.60	228.00
		228.00

¿Cuál es el cargo por flete o transporte? No se menciona en la factura. Está incluido en el precio, de acuerdo con la práctica de la Cía. SUVA, la cual entrega las bebidas en sus propios camiones.

Así pues, el precio de costo total es de C\$228.00 por las 60 botellas de jugo de naranja. Elena utiliza un sobreprecio del 20% para las bebidas no alcohólicas. Ayúdela ahora a calcular el precio de venta.

 Primero, calcule el precio de venta total de toda la mercancía.

$$\begin{array}{ccc} \underline{\hspace{2cm}} & \times & \underline{\hspace{2cm}} & = & \underline{\hspace{2cm}} \\ \uparrow & & \uparrow & & \uparrow \\ \boxed{\text{Factor del}} & & \boxed{\text{Precio}} & & \boxed{\text{Precio de}} \\ \boxed{\text{sobreprecio}} & & \boxed{\text{de costo}} & & \boxed{\text{venta total}} \end{array}$$

Después, calcule el precio de venta de una botella.

$$\begin{array}{ccc} \underline{\hspace{2cm}} & \div & \underline{\hspace{2cm}} & = & \underline{\hspace{2cm}} \\ \uparrow & & \uparrow & & \uparrow \\ \boxed{\text{Precio de}} & & \boxed{\text{Número de}} & & \boxed{\text{Precio de venta}} \\ \boxed{\text{venta total}} & & \boxed{\text{botellas}} & & \boxed{\text{de una botella}} \end{array}$$

Aquí hay otra factura de la Central Cooperativa Mayorista relativa a una cantidad de diferentes artículos:

CCM			
Sociedad Cooperativa Alfa		FACTURA N°: 8691	
Carretera Americana No. 149		FECHA : 9.11.89	
Descripción	Cantidad	Precio unidad	Total
Nota de entrega 00783 2.11.1989:			
Toallas, tamaño mediano	6	4.00	24.00
Shorts, niños, talla 2	3	8.20	24.60
Pilas de 1.5 V	10	1.42	14.20
Ollas aluminio, 21	2	6.10	12.20
Tazones acero inoxidable	5	7.44	37.20
Cucharas de mesa	12	0.60	7.20
Cerillas, caja de 100 paq.	1	8.30	8.30
Llantas para bicicletas	2	7.25	14.50
Galletas, caja de 50 paquetes	2	105.00	210.00
Té "Gloria", caja de 24 paquetes	1	67.20	67.20
TOTAL			419.40

Ahora, ayudemos a Elena a calcular los precios de venta:

Primero, tenemos las toallas, cuyo precio de costo, según la factura, es de C\$24.00; pero debemos recordar el costo de transporte. La CCM ha entregado estos artículos a la tienda y los precios que cargan incluyen los costos de transporte, como en el ejemplo anterior. Así pues, consideramos los precios facturados como si fueran los precios de costo totales, y podremos fácilmente calcular los precios de venta.

Todos los artículos de la factura, están en una lista en la tabla de la página 12. Complete esa tabla, pero estudie primero el caso de las toallas:

- a) El precio de costo de las toallas es de C\$24.00.
- b) Elena utiliza un sobreprecio del 20% para las toallas. Así, multiplicamos C\$24.00 x 1.20 y tenemos el precio de venta total: C\$28.80.
- c) Sabemos el precio de venta de 6 toallas. Para obtener el precio de una toalla, dividimos C\$28.80 entre 6. Esto es: C\$4.80.

 Ahora complete todos los cálculos. Utilice los siguientes sobrepuestos: shorts 25%, pilas 40%, ollas, tazones y cucharas 30%; cerillas 12% llantas 18%; galletas 12%; y té 10%.						
Artículo	Cantidad	Precio de costo	% Sobreprecio	Factor multiplicador	Total del precio de venta	Precio unitario
Toallas	6	24.00	20	1.20	28.80	4.80
Shorts						
Pilas						
Ollas						
Tazones						
Cucharas						
Cerillas						
Llantas						
Galletas						
Té						

Costo de transporte

"Aquí hay un problema", dice Elena. "Entiendo el fundamento: primero debemos agregar el costo de transporte al costo facturado. Después calculamos el sobrepuesto y el precio de venta. Esta factura de la CCM es fácil de entender porque todos los precios ya incluyen el costo de transporte. Pero supongamos que de repente se nos agoten las galletas y el té y tengamos que mandar a alguien a la CCM para que traiga otras cajas. El transporte nos costará algo más y esos artículos nos resultarían más caros que lo usual.

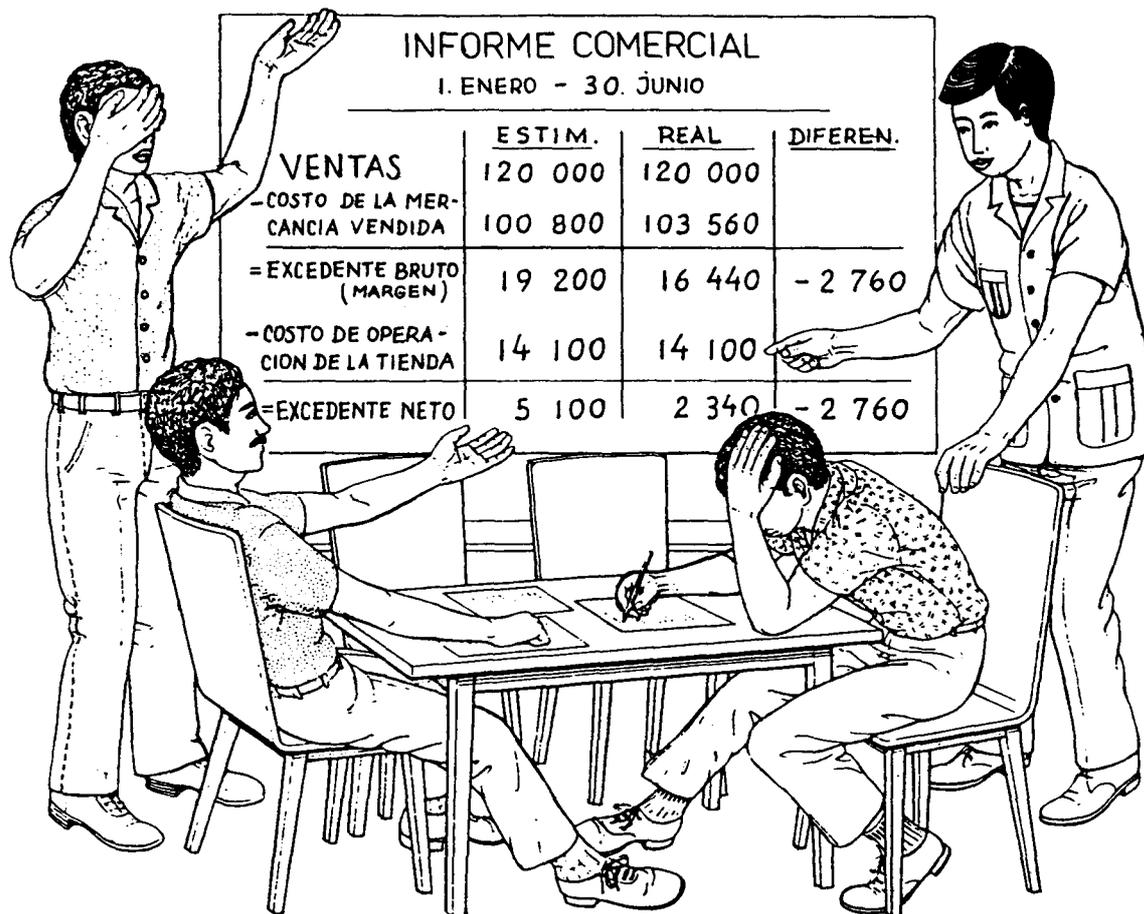
¿Pero esto no significa que yo deba aumentar el precio sólo por esto, ¿o sí?"

"No, Elena, los precios no pueden subir o bajar de semana a semana sólo porque los costos del transporte varíen un poco. Debemos considerar los costos del transporte de una manera práctica y con sentido común; lo importante es que no los olvides: deben quedar cubiertos por el precio de venta. Mira esta factura, por ejemplo. ¿Cómo puedes decidir cuánto es el costo de transporte del cemento, los tornillos, etc.?"

W.O. Paterson	
Ferreteria	
A la Sociedad Cooperativa Alfa Carretera Americana No. 149	
Artículo	Precio
3 bolsas de cemento 45.00 c/u	135.00
3 cubetas de plástico 5.20 c/u	15.60
12 paquetes tornillos 2.40 c/u	28.80
1 bicicleta "Hermes"	460.00
<i>Pagado a Camiones Willy por el transporte C\$18.00</i>	639.40

"En casos como éste, cuando se pagan los costos de transporte separadamente, sugiero que simplemente calcules el porcentaje del sobreprecio lo suficientemente alto como para que cubra el costo de transporte. De esta manera, se evita cálculos complicados de costos de transporte. Estos variarían de semana a semana, pero los precios de venta no deberán cambiar, a menos que haya un cambio en el precio facturado."

SOBREPRECIO Y MARGEN



El Consejo de Administración estaba muy descontento. José el gerente, tenía mucho que explicar. Lo peor de todo era que no sabía exactamente cómo explicar lo que había pasado. El total de ventas realizadas en los últimos seis meses había sido muy bueno: C\$120 000, justo la cantidad planeada. Pero, ¿dónde estaba el excedente? La cooperativa había planeado tener un excedente bruto de C\$19 200, ¡y ahora aparecería que habían alcanzado solo C\$16 440!. Había una disminución de C\$2 760. Si continuara esta tendencia por el resto del año, sería más de C\$5 000 la diferencia entre excedente planeado y la cifra real.

Cuando el presupuesto se preparó hace 6 meses, José acordó con el Consejo que un margen del 16% sería apropiado para el tipo de negocio que tenía que administrar.

El 16% de las ventas, estimadas en C\$120 000, darían el margen deseado de C\$19 200.

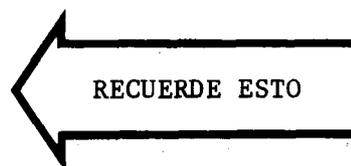
José quería hacer un buen trabajo para la cooperativa. Habla tenido gran cuidado para evitar mermas innecesarias. Y ahora sentía que podría dudarse de su capacidad y honradez. Algunos miembros del Consejo lo acusaban de haber sido muy descuidado. No fue una reunión agradable.

José había cometido un error. Como le dijeron que usara un margen del 16%, había utilizado constantemente un sobreprecio promedio del 16% del precio de costo. Pero un sobreprecio del 16% no es lo mismo que un margen del 16% ...

El sobreprecio es siempre un porcentaje del precio de costo (vea la pág. 5). Un sobreprecio del 16% dio a José como resultado C\$16 440.

$$\frac{16 \times \text{C}\$103\,560}{100} = \text{C}\$16\,440$$

¡Pero el Consejo deseaba un margen del 16%! y el margen siempre debe calcularse sobre las ventas (precios de venta).



Las ventas se habían estimado en C\$120 000. De tal manera que el Consejo esperaba un margen de C\$19 200, como puede ver usted en este cálculo:

$$\frac{16 \times \text{C}\$120\,000}{100} = \text{C}\$19\,200$$

En tanto que el pobre José utilizó el 16% de sobreprecio, creyendo que esto era lo mismo que el 16% de margen. De hecho, él logró un margen de sólo 13.7%, porque C\$16 440, es sólo el 13.7% de C\$120 000.

$$\frac{\text{C}\$16\,440 \times 100}{\text{C}\$120\,000} = 13.7$$

Para hacer la diferencia entre el margen y el sobreprecio, veamos otro ejemplo:

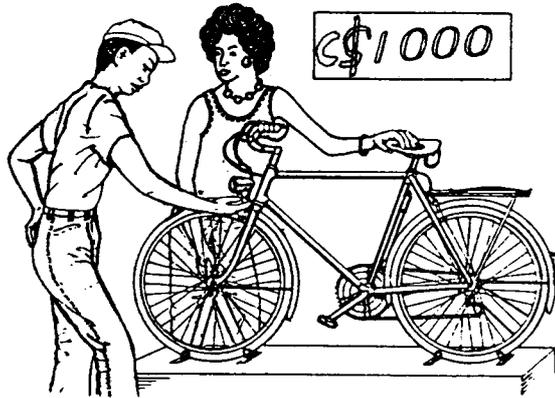
Elena, la gerente de una tienda, compró una bicicleta al mayorista a un precio de

C\$ 800 PRECIO DE COSTO

Ella añadió un sobreprecio del 25% del precio de costo y espera vender la bicicleta a un precio de

+ 200 + SOBREPRECIO

C\$1 000 = PRECIO DE VENTA



Ahora observemos la misma transacción, cuando Elena vendió la bicicleta.

Elena recibió:
 Había pagado al mayorista

C\$1 000 PRECIO DE VENTA
 - 800 - PRECIO DE COSTO

En una venta de C\$1 000, ganó C\$200: su margen fue el 20% del precio de venta.

C\$ 200 = MARGEN

Expresado en dinero, el margen es aquí igual al sobreprecio, o sea, C\$200.

Pero note que el sobreprecio es el 25% del precio de costo, mientras que el margen es el 20% del precio de venta.

$$\frac{\text{C\$200}}{\text{Precio de costo}} = \frac{\text{C\$200}}{\text{C\$800}} = \frac{25}{100} = 25\% \text{ SOBREPRECIO}$$

$$\frac{\text{C\$200}}{\text{Precio de venta}} = \frac{\text{C\$200}}{\text{C\$1 000}} = \frac{20}{100} = 20\% \text{ MARGEN}$$

Hemos visto que tenemos que añadir un sobreprecio del 25% para ganar un margen del 20%, y que añadiendo un sobreprecio del 16% sólo nos da un margen del 13.7%.

Para alcanzar cierto porcentaje de margen, debemos utilizar un porcentaje más alto de sobreprecio.

Supongamos ahora que la tienda que usted dirige ha decidido alcanzar un margen del 16% (o sea, el 16% de las ventas, recuérdelo). Usted debe utilizar un sobreprecio mayor que el 16%. Pero, ¿cuánto? (recuerde también que el sobreprecio se calcula sobre el precio de costo).

Si tiene suficientes conocimientos de aritmética puede calcular el porcentaje de sobreprecio si sabe el porcentaje del margen (utilice la fórmula h de la página 47). Pero para facilitarle la operación incluimos en la última página una tabla con los porcentajes de margen y de sobreprecio correspondientes.

Observe esa tabla. Puede ver que un 16% de margen corresponde a un 19% de sobreprecio.

	¿Qué sobreprecios se necesitan para alcanzar los siguientes márgenes? Utilice la tabla de correspondencias.		
	15% _____	18% _____	28% _____
	20% _____	4% _____	10% _____
	12% _____	30% _____	13% _____

Ahora, hagamos un ejercicio de cálculo de precios utilizando el método del sobreprecio y los factores.

En la tabla de la siguiente página, encontrará una lista de mercancías y datos sobre el precio de costo y el margen para cada artículo.

Utilice la tabla de correspondencias de la página 48 para calcular los sobreprecios. Complete el ejercicio antes de continuar leyendo.



Calcule los precios. Llene todos los espacios en blanco. Utilice la tabla de correspondencias de la página 48.

Cantidad/Artículo	Precio de costo	Margen	Sobre-precio	Factor	Precio de Venta	Precio venta unit.
50 latas de atún	108.70	13%	15%	1.15	125.01	2.50
24 latas de sopa	38.40	13%				
60 latas de jugo	183.00	18%				
10 fr. mayonesa	32.80	18%				
5 fr. mostaza	10.00	20%				
100 latas leche	99.10	7%				
10 fr. mermelada	34.00	18%				
24 barras jabón	26.30	15%				
6 tubos vaselina	9.60	26%				
12 paq. cemento	36.00	26%				
10 peines	3.70	26%				
200 perchas ropa	13.40	23%				
2 escobas	8.60	26%				
6 paq. tabaco	23.04	9%				
5 playeras	42.50	28.5%				
10 pares calcetas	22.20	28.5%				
2 martillos	11.00	25%				
2 hachas	24.80	25%				
195 l. kerosene	111.40	8%				
1 bicicleta	425.00	22%				

Revise sus respuestas. Vea la pág. 45.

CALCULO DIRECTO DEL PRECIO DE VENTA

Volvamos al ejemplo de la bicicleta (página 16).

$$\begin{array}{ccc} \text{C\$1 000} & - & \text{C\$200} & - & \text{C\$800} \\ \boxed{\begin{array}{c} \text{Precio} \\ \text{de venta} \\ 100\% \end{array}} & - & \boxed{\begin{array}{c} \text{Margen} \\ 20\% \end{array}} & = & \boxed{\begin{array}{c} \text{Precio} \\ \text{de costo} \\ 80\% \end{array}} \end{array}$$

El margen se expresa como un porcentaje del precio de venta, como usted ya sabe. En este caso, el margen es el 20% del precio de venta. El precio de costo, por consiguiente, es el 80% restante, ya que el precio de venta representa el 100% total.

Si el margen fuera de 30%, el precio de costo sería el 70% del precio de venta; si fuera de 10%, el precio de costo sería el 90% del precio de venta, etc.

Como puede ver, hay una cierta relación entre el precio de costo y el precio de venta, dependiendo del margen. Así pues, si conocemos el precio de costo y el porcentaje del margen, es posible calcular el precio de venta directamente.

Vea el ejemplo otra vez. El margen es de 20%. Por lo tanto, el precio de costo es el 80% del precio de venta. Esto se puede escribir así.

$$80\% \text{ del precio de venta} = \text{C\$800}$$

$$\text{Por consiguiente, 1\% del precio de venta} = \frac{\text{C\$800}}{80}$$

$$\text{y } 100\% \text{ del precio de venta} \\ \text{venta (esto es, el precio = } \frac{\text{C\$800} \times 100}{80} = \text{C\$1 000} \\ \text{total)}$$

¡Hemos logrado saber el precio de venta sin conocer el aumento en el precio de costo!

Veamos el cálculo que hemos hecho:

$$\frac{C\$800 \times 100}{80} = 1\ 000$$

C\$800 significa el precio de costo, 80 es el precio de costo en porcentaje, y C\$1 000 significa el precio de venta.

Así pues, la fórmula general para nuestro cálculo puede escribirse como sigue:

$\frac{\text{Precio de costo} \times 100}{100 - \text{margen en \%}} = \text{Precio de venta}$
--

Cuando conozca el margen en % que desea obtener, pero no el sobreprecio en %, puede utilizar esta fórmula para calcular el precio de venta, directa, rápida y exactamente. No hay necesidad de usar tablas de correspondencias o sobreprecios.

Practiquemos. Supongamos que usted compra un balde y que el precio de costo es de C\$12.

El margen que obtiene en artículos del hogar es de 20%.

Simplemente introducimos esos números en la fórmula, así:

$$\frac{C\$12 \times 100}{100 - 20} = \text{Precio de venta}$$

Efectuamos la operación:

$$\frac{12 \times 100}{100 - 20} = \frac{1\ 200}{80} = C\$15$$

Venderemos el balde a C\$15 y eso nos dará el margen de 20%.

Ahora, utilicemos este "método directo" para calcular el precio de venta de la mercancía de esta factura de la Cía. Abarrotes Unidos.

ABARROTES UNIDOS		Factura N°: 39 cx Fecha : 26.11.89	
Sociedad Cooperativa Alfa Carretera Americana No. 149			
Descripción	Cantidad	Precio unit.	Total
Su pedido 545/24.11.89			
Café, 20 x 1/2 kg	1	140.00	140.00
Spaghetti, 10 x 1/2 kg	2	14.00	28.00
Fruta seca, 10 x 200 grs.	1	18.00	18.00
			186.00

El costo del transporte está incluido. El margen que la Cooperativa Alfa aplica a esos abarrotes es del 15%.

Consultemos la fórmula (¿o la sabe ya de memoria?) y comencemos a calcular el precio de venta del café:

$$\frac{140}{100} \times \frac{100}{15} = \frac{14\ 000}{85} = \text{C\$ } 164.71$$

C\$164.71 es el precio de venta de la caja completa de 20 paquetes. Dividimos entre 20 para obtener el precio por un paquete de 1/2 kg:

$$\frac{\text{C\$}164.71}{20} = \text{C\$}8.24$$



Calcule aquí, de la misma manera, los precios de los spaghetti y de la fruta seca.



Utilice el "método directo" - la fórmula de la página 20 - para calcular los precios de venta de las siguientes mercancías.

Cantidad/Artículo	Precio de costo	Margen	Total del precio de venta	Precio venta unit.
40 latas de sardinas	84.00	15%	98.82	2.47
24 latas de salsa de tomate	50.40	15%		
12 frascos mermelada	43.20	17%		
50 bolsas leche en polvo	64.00	8%		
10 latas de bicarbonato	11.50	12%		
50 kg de frijoles	31.50	8%		
150 kg de arroz	109.50	6%		
50 kg harina de maíz	37.50	8%		
60 botellas bebida cola	25.50	20%		
48 latas alimento bebés	78.72	18%		
20 bolsas de dulces	40.00	28%		
20 m de tela para ropa	84.00	25%		
100 rollos papel higiénico	52.50	25%		
5 rollos hilo para pesca	32.25	28%		
10 latas de spray insectic.	45.70	22%		
5 machetes	47.65	18%		
8 bolsas de cemento	159.00	15%		
3 cerraduras	28.10	25%		
20 cuadernos	12.00	20%		
60 lápices	9.00	20%		

Revise sus respuestas. Vea la página 45.

POLITICA DE PRECIOS

Hemos aprendido dos métodos diferentes para calcular el precio de venta. Utilice el que más le guste. Para cualquiera que escoja necesitará saber dos cosas: el precio de costo y el margen. Usted encontrará el precio de costo en la factura, pero, ¿dónde encontrará el porcentaje de margen que hay que obtener...?

Algunas veces el margen y el precio de venta son establecidos por las autoridades, pero generalmente se deja a los comerciantes detallistas decidirlos.

En nuestro primer ejemplo, en las páginas 4 y 5, vimos que Hilda utilizó un margen lo suficientemente elevado para cubrir sus gastos y algunas mermas. También obtuvo una ganancia, porque vive de su negocio. Mientras más alto sea el margen, más grande será la ganancia y más dinero tendrá Hilda para su familia y para ella. Por eso Hilda quería obtener el margen más elevado posible.

¿Por qué no el 100% o el 200%? ¡Eso sería una linda ganancia! Pero no, así no ganaría Hilda nada. Los clientes no le comprarían sus piñas ya que buscarían otro puesto más barato.

Hilda escogió un margen del 20% (o sea, el 25% de aumento en el precio de costo), pues por experiencia sabía que el precio de venta sería aceptado por la mayoría de los clientes y también obtendría suficiente ganancia.



Podemos afirmar que la "política de precios" de Hilda consistía en hacer el margen lo más grande posible, pero no tanto que le resultara imposible vender toda su mercancía antes de terminar el día.

La política de precios de una cooperativa es diferente. El objetivo principal de la cooperativa no es obtener ganancias sino servir a sus socios. Así, el gerente de una tienda cooperativa debe procurar bajar los precios más bien que obtener un alto beneficio. Aún así, usted necesitará un margen suficiente para cubrir los costos de la tienda y que también deje un excedente razonable.

En el Cuaderno MATCOM "Principios básicos de economía para cooperativas de consumo", ya se indicaron las razones de por qué una cooperativa necesita un excedente neto: para hacer frente a lo inesperado, para mejorar la tienda y sus servicios, para pagar bonificaciones a los socios, etc.

Antes del comienzo del año financiero, usted tiene que preparar un "presupuesto". Tiene que estimar las ventas y los costos del año que va a empezar. Esto lo ayudará a determinar el margen que necesita. (La preparación del presupuesto se explica en el Cuaderno MATCOM "Planeación y control del negocio"). Aquí tenemos un ejemplo sencillo de un presupuesto:

ESTIMACIONES DE LA COOPERATIVA <u>BETA</u>		
Ventas	C\$480 000	100%
Costo de la mercancía vendida	<u>408 000</u>	
Excedente bruto (margen)	C\$ 72 000	15%
Costos de operación	<u>52 000</u>	
Excedente neto	C\$ 20 000	(4.2%)

Como puede ver, la Cooperativa BETA ha presupuestado un margen del 15% de las ventas, o sea C\$72 000. Después de haber pagado los costos de operación estimados en C\$52 000, aún quedarán C\$20 000 como excedente neto, o sea, el 4.2% de las ventas. La política de la Cooperativa Beta es aplicar más o menos los mismos precios que en las tiendas privadas. Por lo tanto, obtiene un excedente neto considerable.

Pero al final del año, cuando definitivamente saben cuánto han ganado, suelen pagar tanto como les es posible del excedente neto a los socios, en forma de "bonificación". Por ejemplo, devuelven a los socios el 3% del dinero que han gastado en la tienda cooperativa. Así, los socios verán que se benefician al pertenecer a la cooperativa.

Otras cooperativas tienen una política de precios diferente, según la cual los socios se benefician de precios bajos inmediatamente que compran algo. Esto significa que la cooperativa debe presupuestar para obtener un excedente neto bajo. La Cooperativa DELTA sigue esta política. Venden la misma cantidad de mercancía que Beta y tienen los mismos costos, pero su presupuesto es diferente:

ESTIMACIONES DE LA COOPERATIVA <u>DELTA</u>		
Ventas	C\$466 000	100%
Costo de la mercancía vendida	<u>408 000</u>	
Excedente bruto (margen)	C\$ 58 000	12.5%
Costos de operación de la		
Tienda	<u>52 000</u>	
Excedente neto	C\$ 6 000	(1.3%)

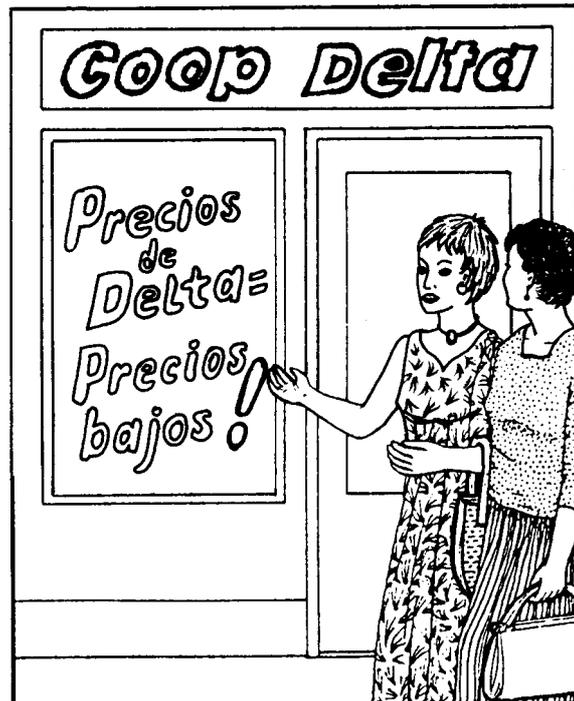
Usted puede observar que tienen precios tan bajos en DELTA que el margen es de sólo del 12.5%, y que el excedente neto es únicamente del 1.3% del total de las ventas. Un excedente tan bajo no permite una bonificación, pero los miembros del Consejo de Administración acordaron esa política pues prefieren ofrecer a los socios bajos precios y no dar bonificaciones. Claro que la Cooperativa DELTA se expone a ciertos riesgos cuando mantiene márgenes tan bajos. Sólo pueden hacer eso porque confían plenamente en la gerencia. ¿Qué pasaría, por ejemplo, si hubiera un descenso repentino e inesperado de las ventas o un aumento de los costos?



Hemos visto que una sociedad cooperativa puede tener una de las siguientes políticas de precios:

- a) "Precios de venta normales del mercado" en la tienda, lo cual significa que los planes de la cooperativa son obtener un buen excedente neto y, por consiguiente, los socios deberán tener una bonificación al finalizar el año.
- b) Precios de venta más bajos que los de la competencia, lo que significa que los planes de la cooperativa son obtener un excedente neto pequeño y que no habrá un reparto del excedente entre los socios.

Los costos al final del año para los miembros deben ser los mismos en ambos casos. ¿Qué política recomienda usted? ¿Qué le parecería un término medio? Escriba aquí sus comentarios.



El margen promedio

Cualquiera que sea la política de precios en nuestra cooperativa, debemos administrar muy bien el negocio para que logremos la meta que nos hemos propuesto en nuestro presupuesto. Supongamos, por ejemplo, que deseamos unas ventas de C\$4B0 000 y un margen del 15% (esto es: C\$72 000), como en la cooperativa BETA. ¿Cómo podremos asegurarnos de que nuestros precios de venta proporcionarán un margen de C\$72 000?

Desde luego, obtendríamos ese margen si añadiéramos un sobreprecio del 17.5% en cada artículo (15% de margen = 17.5% de sobreprecio) y si se vendiera todo sin rebajas ni mermas.

Pero, en la práctica, eso no es posible. Desafortunadamente, es imposible usar el mismo margen para todos los artículos. Debemos tener un margen más bajo en algunos y uno más alto en otros. Debemos considerar la cifra del 15% como un margen promedio. Es una guía y muestra nuestra política de precios. Pero tendremos que establecer el margen para las distintas clases de mercancía que vendemos. ¿Cuál deberá ser el margen para los alimentos secos, los enlatados, los productos lácteos, la ropa, la ferretería, etc.? En total, los márgenes de los diversos productos nos deberán dar el excedente bruto que hemos planeado.

En las siguientes páginas estudiaremos algunos aspectos que hay que tener en cuenta cuando se deciden los márgenes.

Precios controlados por el gobierno

En muchos países, el Gobierno determina los precios de venta máximos para algunos artículos esenciales como el azúcar, la harina, el aceite comestible, el arroz, etc.

Los controles gubernamentales de precios tienen - de hecho - el mismo objetivo que las cooperativas, o sea, proteger a los consumidores contra la explotación.

Los precios y el índice de rotación de existencias

"Pero, si se espera que yo alcance un margen promedio del 15 o 16%, ¿cómo puedo incluir el pan, ya que sólo me da el 4% o menos?", dice Elena, la gerente de la Cooperativa ALFA. El pan es uno de los artículos de precio controlado en su tienda.

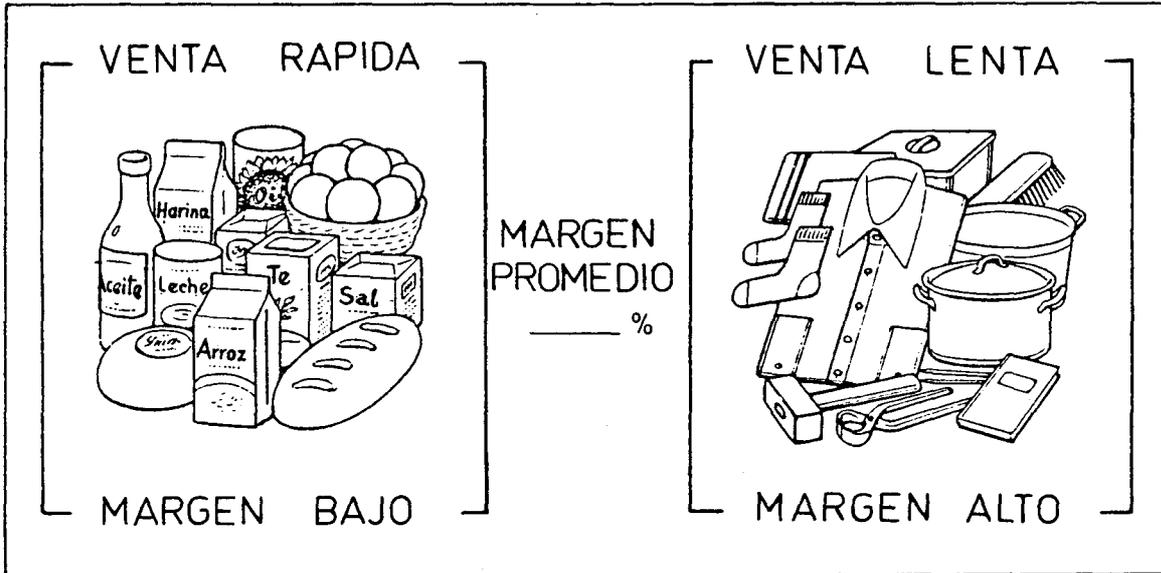


Es verdad, desde luego, que un artículo de margen bajo disminuirá el margen promedio; pero es igualmente cierto que un artículo de margen bajo, como el pan fresco, puede dar una buena contribución al excedente comercial, si hablamos en términos monetarios. Y esto puede lograrse con una inversión muy pequeña de capital. Vea este ejemplo:

- El Gobierno ha establecido el precio mayorista del pan en 50 centavos y el precio al por menor en 52 centavos la unidad. La Cooperativa ALFA obtiene entregas de 60 unidades cinco veces por semana. Esto significa que el pan es entregado y vendido 260 veces al año (52 semanas x 5 entregas). El índice de rotación de existencias es 260.
- El margen es muy bajo, sólo 2 centavos por unidad, o sea 3.8%. Pero en un año, esto da un excedente bruto de C\$312 (2 centavos x 60 x 260). El total del precio de costo de las 60 unidades que se reciben cada vez es de C\$30 (50 centavos x 60). Así el excedente de C\$312 se obtiene con sólo C\$30 invertidos. Esto es un buen retorno.

Para alcanzar el margen promedio estimado, Elena debe poner un margen más alto en otros artículos que no son comprados tan frecuentemente por los clientes. De hecho, el vender pan le da a Elena la oportunidad de vender artículos con un margen más alto como margarina, queso, mermelada, cuchillos corta-pan, etc.

La regla es que, cuanto más alto sea el índice de rotación de existencias más bajo será el margen, y cuanto más lenta sea la venta más alto deberá ser el margen.



¿Cuál fue el margen promedio en su tienda el año pasado?

_____ %

Haga una lista de seis artículos comunes en su tienda que sean de venta rápida y que deben tener un margen bajo, y seis artículos de venta lenta con un margen más alto.

Venta rápida/margen bajo

Venta lenta/margen alto

Rebajas y descuentos

Usted sabe que cuando ofrece a sus clientes un descuento o un "precio especial", normalmente compran más. El índice de rotación de existencias aumentará. Como regla general, cuando reducimos el precio de un artículo es muy probable que la demanda aumente.



Cuando ofrecemos un descuento, reduciremos nuestro margen, claro. Pero si vendemos muchos más artículos a un precio bajo, quizá obtengamos el mismo excedente ¡e incluso más!

En la Cooperativa BETA tenían un margen del 22% para los utensilios de cocina. Solían vender una cacerola por semana a C\$12. Una semana ofrecieron un precio especial de rebaja de C\$9.95, lo cual redujo su margen a un 6%. Pero las ventas aumentaron y la cooperativa tuvo un excedente mayor esa semana. Estudie estas cifras:

a) Precio regular, 1 cacerola vendida cada semana:

Precio total de venta	C\$ 12.00
Precio total de costo	<u>9.36</u>
Excedente bruto	C\$ 2.64

$$\text{Margen} = \frac{2.64 \times 100}{12} = 22\%$$

b) Oferta especial de rebaja, 5 cacerolas vendidas:

Precio total de venta	5 x C\$9.95	C\$49.75
Precio total de costo	5 x C\$9.36	<u>C\$46.80</u>
Excedente bruto		C\$ 2.95

$$\text{Margen} = \frac{2.95 \times 100}{49.75} = 6\% \text{ aproximadamente}$$

Puede ver que tuvieron un gran aumento de las ventas debido a la rebaja. Esta es la razón por la cual el excedente bruto fue más alto que el usual. Pero, ¿qué habría pasado si hubieran vendido menos? De hecho, si hubieran vendido menos de 5 cacerolas, habrían obtenido un excedente menor que en una semana con "precios normales".

Con este ejemplo aprendemos que debemos aumentar las ventas mucho si queremos obtener un excedente aceptable en una "oferta especial", y que será mejor que hagamos cálculos, como en el ejemplo anterior, antes de tomar una decisión.



Los comerciantes minoristas experimentados saben que el excedente en una "oferta especial de descuento" es rara vez más alta que en las ventas a "precio normal".

Pero aún así, organizan "ofertas especiales" en sus tiendas regularmente. ¿Cuál es la razón?



Su proveedor mayorista le cobra C\$30.10 por un cajón de 12 botellas de aceite comestible. El transporte le cuesta 50 centavos por cajón. Su margen regular en este artículo es de 15%. Normalmente vende 3 cajones por semana.

- a) ¿Cuál es el precio normal de venta de este aceite?

Respuesta: _____ C\$ por botella.

- b) Usted quiere ofrecer a sus clientes un "precio especial" de C\$2.75 la semana próxima. ¿Cuántas botellas tiene que vender para mantener su excedente normal para el aceite comestible?

Respuesta: _____ botellas.

Mermas previsibles

Hilda cuidaba bien su fruta. Pero no podía evitar que dos o tres piñas de cada 100 se echaran a perder. ¿Cómo afectaba eso al margen?

Ella vendía las piñas a 55 centavos cada una. Si vendiera 200, obtendría C\$110, y como las había comprado a C\$88 ganaría C\$22. Eso significa un margen del 20 %.

Ventas de 200 a 55 c.	C\$ 110.00
Costo de la mercancía	<u>- 88.00</u>
Excedente bruto	C\$ 22.00
Margen = $\frac{22 \times 100}{100} = 20\%$	

Un día vendió solo 195 piñas. Cinco se perdieron. Así que obtuvo sólo C\$107.25. Ganó C\$19.25. Ese es un margen de sólo el 18.

Ventas de 195 a 55 c.	C\$ 107.25
Costo de la mercancía	<u>- 88.00</u>
Excedente bruto	C\$ 19.25
Margen = $\frac{19.25 \times 100}{107.25} = 18\%$	

Hilda estaba preparada para esta clase de "merma". Sabía que era inevitable. Así que elevó su margen lo suficiente. Lo que gane de las piñas buenas, cubrirá la pérdida de las malas.

Usted debe hacer lo mismo. Aumente el margen en los artículos que presentan riesgo de daño o que se echan a perder. Puede encontrar que es imposible vender todos esos artículos al precio normal. Así que necesita un margen más alto en los artículos que si vende.



Haga una lista de algunos artículos de su tienda que requieran un margen alto a causa del riesgo de mermas.

Costos de manejo

Para algunos de los artículos en la tienda necesitamos equipo especial, como congeladores o refrigeradores, que son muy caros de comprar y mantener. (Los sueldos de los empleados son generalmente los costos más elevados en una tienda).

Un artículo como la carne fresca, por ejemplo, requiere de refrigerador y muchas horas de trabajo para prepararla. Es muy caro mantener carne fresca en venta.

Esto se deberá reflejar en los precios de venta. La carne debe, tanto como sea posible, "pagar su propio costo", y por esto debe tener un margen alto.

Como regla general, debemos tener un margen alto en las mercancías cuyo manejo sea costoso.

 <p>¿Qué artículos en su surtido considera más costosos de manejar? ¿Cuáles son los márgenes de esos artículos?</p>
--

Competencia

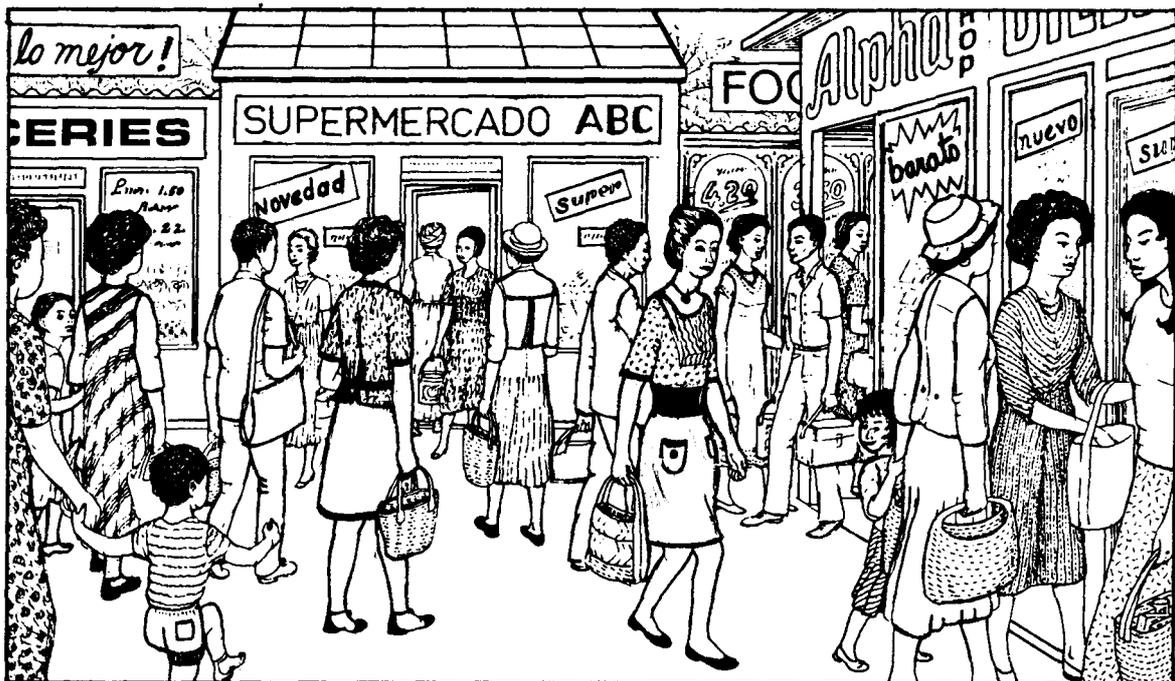
Cuando vaya usted a decidir el margen de cierto artículo, primero debe pensar con qué rapidez se vende ese artículo y el riesgo de mermas que presenta. Pero, como Hilda, también debe tener en cuenta los precios de sus competidores.

Elena, de la Cooperativa Alfa, vende leche en envases de 1/2 litro. Pensó que un margen del 7% sería adecuado para la leche. El precio de costo es de C\$1.20, así que el precio de venta sería de C\$1.29. Pero las demás tiendas de la localidad cobran sólo C\$1.25. Varios clientes compran leche casi diariamente, y no será probable que vayan a la cooperativa si tienen que pagar más por la leche. Así que Elena tiene que vender la leche a C\$1.25 también.

Esto no significa que una tienda cooperativa deba tener para todos los artículos los mismos o más bajos precios que las tiendas privadas. Pero debe cuidarse de los precios de sus competidores. Los artículos más esenciales no deben venderse nunca a precios más bajos en esas tiendas, ya que los clientes no apoyarán a su cooperativa si encuentran que varios artículos son más baratos en otras tiendas.



El margen normal en ropa es del 20% en la Cooperativa Alfa. Esto hace un precio de venta de C\$42.85 para una camisa de algodón. La misma camisa se vende a C\$79.90 en una tienda del centro de la ciudad. ¿Deberá Elena aumentar el precio hasta la misma cantidad? ¿Qué debe hacer?



Precios recomendados por el fabricante

Algunas veces los fabricantes intentan establecer los precios de los vendedores mayoristas y minoristas. La mercancía en esta categoría incluye a menudo artículos de tocador y medicinales, dulces y confitería.

La factura que reciba por tales artículos será un poco diferente, ya que establecerá los precios de venta al por menor. Del total se deduce un "descuento al comercio"; normalmente este descuento es calculado como un porcentaje total de la factura. Si usted vende los artículos al precio sugerido por el fabricante, entonces ese descuento será su margen. Aquí vemos un ejemplo de una factura con precios de venta y deducción de un descuento.

► LA BELLEZA, S.A. ◀	
Sociedad Cooperativa Alfa Carretera Americana no. 149	
3.12.89	
Descripción	Precio
2 cajas 24/82¢ Vaselina p. unitario C\$19.68	39.36
3 cajas 12/C\$1.84 Talco " " C\$22.08	66.24
1 caja 12/C\$1.96 Loción " " C\$23.52	23.52
	129.12
Menos descuento al comercio del 25%	32.28
Total	96.84

Como puede ver, el fabricante recomienda que venda la loción a C\$1.96 c/u. Si decide hacer eso, el margen será del 25%. Sin embargo, usted es libre de establecer su propio precio de venta. Es bastante común vender esos artículos a precios un poco más bajos que los recomendados. La competencia dicta a menudo tal decisión.

Si vendiera todos los artículos de la factura al precio de venta al por menor recomendado, su margen sería del 25%.

$$\frac{C\$32.28 \times 100}{C\$129.12} = 25$$



Usted sabe que, a causa de la competencia, tendrá que vender la vaselina a 80 centavos cada una y el talco a C\$1.78 cada uno. La loción se venderá a C\$1.96 como sugiere el fabricante. ¿Cuál será el porcentaje del margen por este lote? Haga aquí sus cálculos.

Resumen



Ya hemos discutido qué factores debe considerar cuando decida sus márgenes. Prepare una lista de dichos factores. Ella le ayudará a recordarlos.

Factor a considerar	Vea páginas
_____	26
_____	27
_____	27 - 28
_____	29 - 30
_____	31 - 32
_____	33
_____	34
_____	34 - 35
_____	36 - 37

VIGILANCIA DE LOS RESULTADOS

Esta es una lista de los márgenes aplicados en la Cooperativa Alfa.

Art. de precio controlado	3-8%	Art. higiénicos	15-22%
Productos lácteos	7%	Bebidas	22%
Abarrotes	9-18%	Ferretería	20-30%
Detergentes	15%	Ropa	20%
Verduras	15-18%	Utensilios	23%

¿Cómo puede Elena, la gerente, saber que todos los diferentes márgenes resultarán en un margen promedio del 15% que él ha planeado lograr?

Para saberlo exactamente, tendría que preparar cálculos muy detallados de las ventas de las diferentes mercancías. Esto es casi imposible. En vez de eso, simplemente hace una estimación y trata de encontrar un equilibrio de modo que las ventas de los artículos de margen alto "e eleven" el margen promedio al 15%.

La mejor manera, sin embargo, para estar seguro de que se alcanza el margen promedio requerido, es preparar presupuestos e informes cada mes y utilizar los últimos como "instrumento" para ajustar el margen cuando sea necesario. El informe mensual mostrará si el margen logrado es como el planeado, o más alto o más bajo. Si sabemos esto es fácil ajustarse de tal manera que lleguemos al nivel correcto.

Este es un informe preparado por Elena para el mes de julio:

	<u>Estimaciones</u>		<u>Resultados reales</u>	
Ventas	C\$140 000	100%	150 000	100%
- <u>Costo de artículos vendidos</u>	<u>119 000</u>	<u>85%</u>	<u>128 000</u>	<u>85.3%</u>
= Excedente bruto (margen)	21 000	15%	22 000	14.7%
- <u>Costo de operación de la tienda</u>	<u>15 400</u>	<u>11%</u>	<u>15 400</u>	<u>10.3%</u>
= Excedente neto	5 600	4%	6 600	4.4%

El margen en porcentaje fue un poco menor que el estimado. Pero como las ventas fueron más altas de lo estimado, el excedente obtenido fue suficiente.

No sólo debemos ver el margen como porcentaje, sino también comprobar cuánto dinero representa. Debe ser lo suficiente para pagar los costos de operación de la tienda (salarios, alquiler, etc.) y también dejar un pequeño excedente neto. Supongamos que el informe de Elena hubiera sido el siguiente:

	<u>Estimaciones</u>		<u>Resultados reales</u>	
Ventas	C\$140 000	100%	100 000	100%
- <u>Costo de artículos vendidos</u>	<u>119 000</u>	<u>85%</u>	<u>85 000</u>	<u>85%</u>
= Excedente bruto (margen)	21 000	15%	15 000	15%
- <u>Costo de operación de la tienda</u>	<u>15 400</u>	<u>11%</u>	<u>15 400</u>	<u>15.4%</u>
= Excedente neto	5 600	4%	- 400	

Esta vez, el margen es del 15% como se planeó, pero el dinero ganado no es suficiente para pagar los costos de operación de la tienda (esos costos permanecerán más o menos iguales si las ventas bajan).

Si el margen, en términos monetarios es alto, estamos en una buena situación. Quizá podamos reducir el precio de algunos productos. Si es bajo, primero que nada debemos encontrar la razón y así tomar las medidas adecuadas. Nuestros precios de venta pueden ser demasiado bajos. Pero lo opuesto es también posible: quizá bajaron las ventas porque los precios eran demasiado altos. O quizás la estimación de las ventas no fue realista.

"LISTA DE PRECIOS" Y MARCADO DE PRECIOS

Ahora que ha aprendido el trabajo de determinación de los precios debe preparar una lista de precios de todos los artículos vendidos en su tienda. Exigirá algún tiempo y esfuerzo



establecer esa lista, pero una vez compilada le será de gran ayuda para controlar los precios en su tienda. Eliminará las inseguridades y los cálculos innecesarios; cuando tenga dudas, sus empleados podrán consultar la lista, que muestra los precios de venta vigentes para cada artículo.

Para su lista de precios puede usar simplemente una carpeta de argollas, que permita cambiar las páginas. Use un lápiz cuando anote entradas en la lista ya que así los cambios serán más fáciles de registrar. Sería una buena idea incluir una columna para niveles de pedidos, así no necesitará tener un libro aparte para esto (el nivel de pedido le ayuda a decidir qué cantidad debe ordenar). Vea el cuaderno MATCOM "Pedidos".

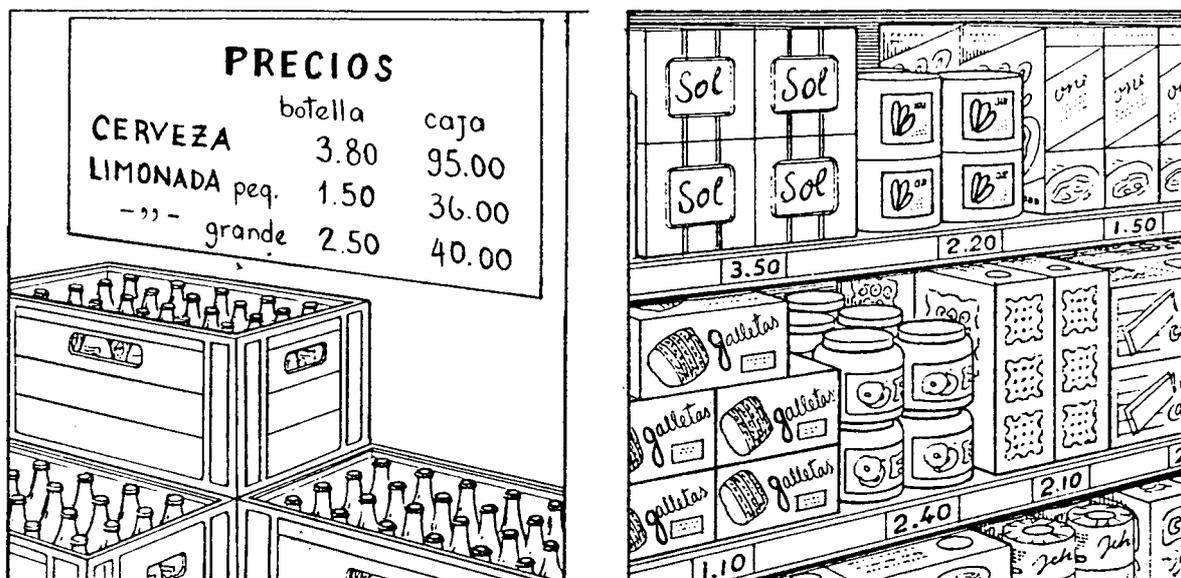
A continuación se incluye un ejemplo de una página de una "lista de precios".

Artículo	Contenido embalaje (caja)	Nivel de pedido	Margen %	Costo de la caja	Precio total venta	Precio de venta unitario
Aceite de cocina lata de 1 l.	12	18	12	20.80	23.64	1.97
Aceite de ensalada botella 1/2 litro	24	10	12	31.60	35.91	1.50
Aceite de oliva lata de 1/4 l.	48	20	12	36.50	41.48	0.86
Aceitunas lata de 1/4 kg.	100	60	10	47.34	52.60	0.53

Cuando usted recibe una nueva partida de artículos, a los que quiere marcar el precio, necesita solamente mirar en su lista: este es el procedimiento normal.

El cálculo del precio de un artículo sólo es necesario cuando los precios cambian. Por consiguiente, usted tiene que revisar las facturas cuidadosamente. Si hay un aumento o una disminución del precio de costo, usted debe calcular el nuevo precio y cambiar las cifras en su lista.

La "lista de precios" es para uso del personal de la tienda, pero es igualmente importante que sus clientes estén informados de los precios. En el Cuaderno MATCOM titulado "Marcado de precios" hallará usted por qué es importante marcar los precios en todos los artículos, como regla general. Ese folleto también describe cómo se puede efectuar debidamente el marcado de precios.



Hasta aquí, ya ha estudiado usted las técnicas básicas para calcular precios, pero la perfección sólo se alcanza con la práctica, de manera que puede empezar a aplicar lo que ha aprendido. Pronto notará el cambio. No habrá más vacilaciones. Los miembros del Consejo de Administración verán que usted es capaz de aplicar la política de precios y los clientes tendrán confianza en que sus precios son apropiados.

"AUTOEVALUACION"

Para que usted mismo compruebe que ha asimilado toda la información que contiene este Cuaderno, conteste el siguiente cuestionario. Marque la respuesta que considera acertada para cada pregunta. Si alguna de las preguntas le plantea problemas consulte nuevamente el capítulo correspondiente.



1. El precio de costo es:
 - a el precio que usted cobra a sus clientes;
 - b el precio al por mayor menos el costo del transporte;
 - c el costo de la factura más el costo de transporte.

2. El sobreprecio es un porcentaje de:
 - a el precio de venta;
 - b el precio de costo;
 - c el excedente.

3. Si el sobreprecio es del 13%, se puede encontrar el precio de venta multiplicando el precio de costo por:
 - a 13.0;
 - b 1.13;
 - c 87.

4. Si el sobreprecio es del 6.5%, se puede encontrar el precio de venta multiplicando el precio de costo por:
 - a 1.7;
 - b 1.65;
 - c 1.065.

5. El margen es un porcentaje del:
 - a precio de costo;
 - b sobreprecio;
 - c precio de venta.

6. Si el sobreprecio es del 18%, el margen será de:
 - a 15.3%;
 - b 82%;
 - c 22%.

7. Si el margen es del 18%, el sobreprecio será de:
 - a 15.3%;
 - b 82%;
 - c 22%.

8. Si el margen es del 18%, el precio de costo es:
 - a 15.3% del precio de venta;
 - b 82% del precio de venta;
 - c 22% del precio de venta.

9. Cuando el precio de costo es de C\$6.30 y el sobreprecio el 18%, el precio de venta será:
 - a C\$6.48;
 - b C\$7.43;
 - c C\$7.69.

10. Si el precio de costo es de C\$2.70 y el margen requerido es el 18%, el precio de venta será:
 - a C\$3.19;
 - b C\$2.88;
 - c C\$3.29.

11. Si las ventas se han estimado en C\$120 000 y los costos de operación en C\$14 000, debemos procurar obtener un margen promedio de:
 - a 5%;
 - b 10%;
 - c 15%.

12. Un precio controlado por el gobierno es:
 - a solamente una orientación;
 - b para proteger la tienda cooperativa contra la competencia;
 - c el precio máximo que puede usted cobrar a sus clientes.

13. La regla general es aplicar un:
 - a margen bajo a artículos de venta rápida;
 - b margen bajo a artículos de venta lenta;
 - c margen alto a artículos de venta rápida.

14. Un "descuento al comercio" dado por un proveedor está calculado como un porcentaje de:
 - a el precio de costo;
 - b el margen;
 - c el precio de venta recomendado.

EJERCICIOS COMPLEMENTARIOS

Para completar su estudio sobre este tema, usted debe participar en algunos de los ejercicios siguientes, que organizará su instructor.



Tareas prácticas de grupo en tiendas

1. Estudio de precios

Visiten una tienda cooperativa. Discutan con el gerente su política de precios y los problemas de la misma. Comprueben los precios de 10 artículos de cada una de las categorías siguientes: sobreprecio bajo, sobreprecio promedio y sobreprecio alto. ¿Están calculados correctamente los precios de venta? ¿Hay anunciadas ofertas a precios especiales? ¿Cuánto tiempo han estado ahí? ¿Cómo afectan el margen de ese artículo? Hagan un informe con los datos obtenidos.

2. Precios y competencia

Comparen los precios de 20 artículos seleccionados en algunas tiendas de su área. Observe si hay ofertas a precios especiales y anoten en cuánto difieren de los precios de venta regulares. Discutan con los gerentes qué efecto tienen en sus operaciones los precios de sus competidores.

Ejercicios de grupo

3. Rapidez y exactitud en los cálculos.

Practiquen el cálculo rápido de los precios de venta. Tomen parte en competiciones entre grupos o individuos, con o sin calculadoras. ¡Los errores significan la descalificación!

4. Margen Promedio

Basándose en los presupuestos de sus cooperativas, calculen el margen promedio requerido para cada miembro del grupo.

5. La lista de precios

Discutan cómo debe compilarse una lista de precios al por menor apropiada. ¿Cómo harían una lista de artículos, por grupos o en orden alfabético? ¿Cómo formularían los encabezamientos de las columnas? ¿Con qué frecuencia harían cambios en la lista? ¿Quién deberá ser responsable de mantener la lista al día? ¿Quién tendrá acceso a la lista? Preparen una hoja de muestra.

6. Ofertas a precios especiales

Discutan ideas para ofertas de precios especiales. ¿Cómo afectarán la rotación de existencias, el margen y el excedente? ¿Cuánto tiempo debe durar cada oferta a precios especiales?

Respuestas correctas a los ejercicios :

<u>Página 18</u>		<u>Página 22</u>	
<u>Artículo</u>	<u>Precio de venta unitario</u>	<u>Artículo</u>	<u>Precio de venta unitario</u>
Atún	2.50.	sardinas	2.47.
sopa	1.84.	salsa de tomate	2.47.
jugo	3.72.	mermelada	4.34.
mayonesa	4.00.	leche en polvo	1.39.
mostaza	2.50.	bicarbonato	1.31.
leche	1.07.	frijoles	0.68.
mermelada	4.15.	arroz	0.78.
jabón	1.29.	harina de maíz	0.82.
vaselina	2.16.	bebida cola	0.53.
cemento	4.05.	alimento bebés	2.00.
peines	0.50.	dulces	2.78.
perchas ropa	0.09.	tela para ropa	5.60.
escobas	5.81.	papel higiénico	0.70.
tabaco	4.22.	hilo para pesca	8.96.
playeras	11.90.	spray insecticida	5.86.
calcetas	3.11.	machetes	11.62.
martillos	7.34.	cemento	23.38.
hachas	16.55.	cerraduras	12.49.
keroseno	0.62.	cuadernos	0.75.
bicicleta	544.00.	lápices	0.19.

GLOSARIO

Bonificación	Cantidad que se abona a los socios de una cooperativa de consumo (si ha habido excedente al fin del año, y que es proporcional a las compras que han hecho).
Costo facturado	Precio que cobra el proveedor al minorista por la mercancía.
Costos de transporte	Costo por transportar la mercancía a la tienda.
Excedente bruto	Lo mismo que margen.
Excedente neto	Excedente bruto menos todos los costos de operación de la tienda.
Factor del sobreprecio	Número por el que se multiplica el precio de costo para llegar al precio de venta.
Margen	La diferencia entre el precio de venta y el precio de costo. Puede expresarse como porcentaje del precio de venta.
Merma	Toda pérdida de mercancía ocasionada por deterioro, maltrato o robo de la misma.
Precio de costo	Costo facturado + costo del transporte.
Precio de venta	El precio de costo + el sobreprecio. Es el precio que los clientes pagan por un artículo.
Rotación de existencias	Medida de rapidez de venta de los artículos. Un elevado "índice de rotación de existencias" o una "rotación de pocos días" significa que la mercancía no está mucho tiempo en la tienda antes de ser vendida. Esto es un buen negocio.
Sobreprecio	Cantidad agregada al precio de costo para establecer el precio de venta. Puede expresarse como porcentaje del precio de costo.

FORMULAS

- a) Costo facturado + costo de transporte = precio de costo
- b) Precio de costo + sobreprecio = precio de venta
- c) Factor del sobreprecio x precio de costo = precio de venta
costo
- d) Precio de venta - precio de costo = margen
- e)
$$\frac{\text{Sobreprecio en \%} \times \text{precio de costo}}{100} = \text{sobreprecio}$$
- f)
$$\frac{\text{Margen en \%} \times \text{precio de venta}}{100} = \text{margen}$$
- g)
$$\frac{\text{Precio de costo} \times 100}{100 - \text{margen en \%}} = \text{precio de venta}$$
- h)
$$\frac{\text{Margen en \% deseado} \times 100}{100 - \text{margen en \% deseado}} = \text{sobreprecio en requerido}$$
- i)
$$\frac{\text{Ventas (12 meses)}}{\text{Promedio del valor de las existencias (a precio de venta)}} = \text{índice de rotación de existencias}$$

TABLA DE CORRESPONDENCIAS DE MARGENES Y SOBREPREGIOS

MARGEN requerido sobre el PRECIO DE VENTA	Agregue al PRECIO DE COSTO siguiente SOBREPREGIO	o Multiplique EL PRECIO DE COSTO por	MARGEN requerido sobre el PRECIO DE VENTA	Agregue al PRECIO DE COSTO el siguiente SOBREPREGIO	o multiplique EL PRECIO DE COSTO por
1%	1.01%	1.01	26%	35.0%	1.35
2%	2.05%	1.02	27%	37.0%	1.37
3%	3.1 %	1.03	28%	39.0%	1.39
4%	4.2 %	1.04	29%	41.0%	1.41
5%	5.3 %	1.05	30%	43.0%	1.43
6%	6.4 %	1.06	31%	45.0%	1.45
7%	7.5 %	1.08	32%	47.0%	1.47
8%	8.6 %	1.09	33%	49.5%	1.495
9%	10.0 %	1.1	34%	51.5%	1.515
10%	11.0 %	1.11	35%	54.0%	1.54
11%	12.5 %	1.125	36%	56.5%	1.565
12%	13.5 %	1.135	37%	59.0%	1.59
13%	15.0 %	1.15	38%	61.5%	1.615
14%	16.5 %	1.165	39%	64.0%	1.64
15%	17.5 %	1.175	40%	66.5%	1.665
16%	19.0 %	1.19	41%	69.5%	1.695
17%	20.5 %	1.205	42%	72.5%	1.725
18%	22.0 %	1.22	43%	75.5%	1.755
19%	23.5 %	1.235	44%	78.5%	1.785
20%	25.0 %	1.25	45%	81.5%	1.815
21%	26.5 %	1.265	46%	85.0%	1.85
22%	28.0 %	1.28	47%	88.5%	1.885
23%	30.0 %	1.3	48%	92.5%	1.925
24%	31.5 %	1.315	49%	96.0%	1.96
25%	33.5 %	1.335	50%	100.0%	2