

Guía rápida

# Calculadora de Precio de Venta, Utilidad y Punto de Equilibrio para Pymes

Aprende qué datos ingresar, cómo interpretar los resultados y qué acciones tomar si tu precio no cubre costos, utilidad o mercado.

## Objetivo de esta herramienta

Ayudarte a calcular un precio rentable, estimar cuántas ventas necesitas para cubrir costos y comparar si tu precio queda razonable frente a la competencia.

AsesórateYa - Simplificamos emprender

## 1. Para qué sirve esta calculadora

Esta herramienta gratuita permite revisar si el precio de un producto, servicio o fabricación cubre los costos del negocio, permite alcanzar una utilidad mensual esperada y se mantiene competitivo frente al mercado.

No se limita a calcular un precio. También entrega una lectura práctica para decidir si debes ajustar costos, margen, volumen de ventas o propuesta de valor antes de vender.

### Decisión que ayuda a tomar

Después de usarla deberías poder responder: ¿mi precio cubre costos?, ¿cuántas unidades debo vender para no perder?, ¿cuántas necesito para ganar lo que espero? y ¿mi precio se puede defender frente a la competencia?

## 2. Datos que debes reunir antes de usarla

Dato	Qué significa	Ejemplo simple
<b>Sector</b>	Tipo de cálculo que usarás: comercio, servicios o manufactura.	Compra y venta de productos, prestación de servicios o fabricación.
<b>Costo variable unitario</b>	Costo que aparece cada vez que vendes una unidad o prestas un servicio.	Producto comprado, empaque, despacho, materiales, insumos o horas directas.
<b>Comisión sobre precio</b>	Porcentaje cobrado por marketplace, pasarela, delivery o plataforma.	Webpay, Mercado Pago, Mercado Libre o comisión por venta.
<b>Costos fijos mensuales</b>	Gastos que existen aunque vendas poco o nada.	Arriendo, sueldos, software, contador, internet, servicios básicos.
<b>Margen objetivo</b>	Porcentaje de utilidad que quieres dejar sobre el precio neto.	Por ejemplo 30%, 40% o 50%, según el rubro.
<b>Ventas estimadas</b>	Cantidad que crees que puedes vender al mes.	80 productos, 20 servicios o 150 unidades fabricadas.
<b>Utilidad deseada</b>	Monto que te gustaría ganar al mes con ese producto o servicio.	\$500.000, \$1.000.000, etc.
<b>Precios de mercado</b>	Referencias de competidores comparables.	Precio bajo, promedio y alto observado.

### 3. Cómo usarla paso a paso

- Selecciona el sector correcto. Usa comercio si compras y revendes productos, servicios si vendes trabajo o asesoría, y manufactura si fabricas productos.
- Ingresa tus costos. Trabaja con montos netos cuando corresponda. Si tienes un costo con IVA, divídelo por 1,19 para obtener el valor neto.
- Agrega comisiones. Incluye marketplace, pasarela de pago, delivery, plataforma o comisión por venta.
- Completa costos fijos. Suma los gastos mensuales que debes cubrir aunque no vendas.
- Define tu margen y utilidad deseada. Esto permite calcular no solo el precio, sino también la cantidad de ventas necesarias para lograr tu meta.
- Ingresa precios de competencia. Usa referencias comparables: misma calidad, tamaño, ubicación, garantía, canal de venta e IVA incluido o no incluido.
- Presiona el botón de resultados. La calculadora mostrará precio sugerido, punto de equilibrio, utilidad estimada, comparación con mercado y recomendaciones.

#### Importante sobre el botón de resultados

El botón puede aparecer como “Ver resultados de precio y punto de equilibrio”. Al presionarlo verás los cálculos que te ayudan a saber si tu precio cubre costos, si necesitas vender demasiado y si tu precio puede competir.

### 4. Qué significa cada resultado

Resultado	Interpretación práctica
<b>Precio neto sugerido</b>	Precio sin IVA estimado según tus costos, margen y comisiones. Sirve para revisar rentabilidad real.
<b>Precio final con IVA</b>	Precio referencial al cliente final cuando corresponde agregar IVA. Ayuda a no confundir neto con bruto.
<b>Margen estimado</b>	Porcentaje que queda después de costos variables y comisiones. Si es muy bajo, el negocio exige mucho volumen.
<b>Punto de equilibrio en unidades</b>	Cantidad mínima que debes vender al mes para cubrir costos y no perder.
<b>Punto de equilibrio en pesos</b>	Ventas mensuales necesarias para cubrir costos fijos y variables.
<b>Unidades para utilidad deseada</b>	Cantidad que debes vender para cubrir costos y además lograr la utilidad mensual que ingresaste.
<b>Utilidad estimada</b>	Resultado esperado si vendes las unidades que proyectaste.
<b>Comparación con mercado</b>	Indica si tu precio está bajo, dentro o sobre el rango observado de competidores.
<b>Semáforo de decisión</b>	Resumen visual para saber si el precio parece viable, ajustado o riesgoso.

## 5. Cómo buscar precios de competencia

La calculadora no puede saber automáticamente todos los precios de tu mercado. Por eso debes ingresar referencias reales. La clave es comparar productos o servicios similares, no solo el precio más bajo.

Tipo de negocio	Dónde buscar referencias
Comercio	Mercado Libre, tiendas online, Google Shopping, redes sociales, supermercados, marketplaces y proveedores locales.
Servicios	Google, Google Maps, Instagram, Facebook, páginas de competidores, cotizaciones simuladas y recomendaciones del rubro.
Manufactura	Tiendas que vendan productos similares, ferias, distribuidores, marketplaces, catálogos de proveedores y canales mayoristas.
Ventas al Estado o B2B	Mercado Público, órdenes de compra publicadas, licitaciones y referencias de proveedores comparables.

### Cómo comparar bien

Revisa al menos 3 a 5 competidores. Considera calidad, tamaño, garantía, despacho, ubicación, reputación, rapidez, forma de pago y si el precio incluye IVA. No copies el precio más bajo sin revisar si ese competidor tiene costos distintos o mayor escala.

## 6. Señales de alerta en los resultados

- Precio sugerido sobre el promedio de mercado: necesitas diferenciar mejor tu oferta o bajar costos.
- Punto de equilibrio demasiado alto: puede que el negocio exija más ventas de las que realmente puedes lograr.
- Utilidad estimada baja o negativa: el precio, el margen o los costos no están funcionando.
- Descuentos que destruyen margen: una promoción puede aumentar ventas, pero también dejarte sin rentabilidad.
- Precio competitivo pero sin utilidad: vender barato no sirve si no cubre costos y metas mínimas.

### Regla práctica

Si tu precio queda sobre el mercado y no tienes una diferencia clara, revisa costos, empaque, canal de venta, comisiones, margen o propuesta de valor antes de lanzar.

## 7. Errores comunes al fijar precios

Error	Riesgo
Confundir margen con recargo	Puedes creer que ganas más de lo que realmente ganas.
No separar precio neto e IVA	El IVA puede hacer parecer rentable un precio que no lo es.
Olvidar comisiones	Marketplaces y pasarelas reducen el dinero que queda por venta.
No incluir costos fijos	Puedes cubrir el producto, pero no el negocio completo.
No considerar capacidad real de venta	El punto de equilibrio puede ser matemáticamente correcto, pero comercialmente imposible.
Copiar precios de competencia	Tu estructura de costos puede ser distinta y llevarte a pérdida.

## 8. Qué hacer después de calcular

Usa el resultado como una señal para tomar acción. Si el precio parece sano, valida con ventas reales. Si aparece ajustado o riesgoso, no lo ignores: ahí está el valor de la herramienta.

Resultado	Acción recomendada
Precio viable	Probar venta, medir conversión y revisar si el margen se mantiene en la práctica.
Precio sobre mercado	Mejorar diferenciación, justificar valor, revisar costos o ajustar margen.
Punto de equilibrio alto	Bajar costos fijos, aumentar ticket, buscar ventas recurrentes o revisar modelo comercial.
Utilidad insuficiente	Ajustar precio, margen, canal, volumen esperado o estructura de costos.
Dudas con IVA, costos o margen	Solicitar revisión contable o comercial antes de tomar decisiones importantes.

### Servicios relacionados

Si necesitas revisar tu caso, puedes avanzar hacia una Consulta Comercial / Ventas, una Consulta Contable / Tributaria o usar la Calculadora para determinar Retorno de Inversión (ROI), según el problema detectado.

## 9. Aviso importante

Esta calculadora entrega una orientación referencial y educativa. No constituye una recomendación financiera, contable ni comercial definitiva. Los resultados dependen de los datos ingresados, del comportamiento real del mercado, de la estructura de costos, de la competencia y de la capacidad real de venta del negocio.

Para decisiones relevantes, cambios de precio importantes, lanzamiento de productos, fabricación, contratación de personal o inversión comercial, conviene complementar el resultado con una revisión profesional.