

Gestión de compras en el pequeño comercio

Código: 7622

➤ **Duración: Tipo A**

➤ **Objetivos:**

- Determinar las necesidades de compra y reposición de productos de pequeños comercios, a partir de distintos escenarios de previsión de ventas, tendencias, capacidad del punto de venta, rotación, stock disponible y coste de distintos tipos de productos.
- Aplicar técnicas de compra en la selección de proveedores y negociación de las condiciones de adquisición del surtido de productos de pequeños comercios.
- Elaborar la documentación relativa al proceso de aprovisionamiento de productos, utilizados habitualmente con proveedores y centrales de compra en pequeños comercios.
- Aplicar técnicas de organización y gestión en el aprovisionamiento y almacenaje de productos en pequeños comercios, que aseguren la capacidad de respuesta y conservación del surtido de productos, utilizando aplicaciones ofimáticas específicas.
- Analizar la rentabilidad de productos-tipo de pequeños comercios, utilizando ratios e indicadores sencillos de ventas, manteniendo y actualizando un surtido de productos competitivo, de calidad e innovador.

➤ **Contenidos:**

Planificación de compras en el pequeño comercio.

Objetivos de la planificación.

Fases del ciclo de compra.

Criterios de aprovisionamiento en el pequeño comercio.

Previsión de compras y ventas según las tasas de crecimiento y las tendencias y variaciones en la demanda, modas y ciclos sociales.

Ratios de gestión de pedidos y control de stocks: índice de cobertura, índice de rotación, índice de rotura de stocks y otros ratios.

Técnicas de negociación con los proveedores.

Acuerdos con los proveedores a través del contrato de suministro.

Técnicas de comunicación y negociación con los proveedores; instrumentos de negociación con proveedores tales como precios, cantidades de producto, rappels o beneficios escalados, descuentos por pronto pago, según condiciones de entrega o condiciones de pago u operaciones promocionales.

Centrales de compra e internet como herramienta de búsqueda de proveedores y canal de compra.

Gestión administrativa de pedidos.

Realización de pedidos a través de medios presenciales y telemáticos: órdenes de compra.

Pedidos.

Avisos de envío/recepción.

Albaranes de entrega.

Facturas.

PROGRAMA FORMATIVO

Especificaciones de producto.

Ofertas.

Detección de errores en el proceso de compra y realización de ajustes.

Organización material y administrativa de la documentación.

Almacenaje y gestión del aprovisionamiento del pequeño comercio.

Organización del almacenaje en pequeños comercios.

Materiales y equipos de manipulación de productos.

Riesgos y accidentes habituales en el almacenaje, colocación y reposición de productos.

Ergonomía, higiene postural y equipos individuales de protección en la manipulación de productos.

Recepción de mercancías y productos.

Sistemas de codificación de productos según etiquetas electrónicas o registro de productos en el TPV.

Gestión de stocks y análisis de costes y valoración de stocks.

Determinación del stock de seguridad.

Recuento e inventario de productos.

Uso de aplicaciones ofimáticas de aprovisionamiento y almacén para pequeños comercios.

Análisis y gestión del surtido de productos en el pequeño comercio.

Seguimiento y gestión de ventas mediante índices de venta y rentabilidad.

Ratios para la gestión de productos como los índices de circulación, índices de atracción, índice de compra, tasas de marca, el ratio de productividad del lineal, el índice de rentabilidad del lineal, el ratio de beneficio del lineal, el índice de rentabilidad del lineal desarrollado o el rendimiento del lineal.

Detección de productos obsoletos y poco rentables e incorporación de innovaciones y novedades a la gama de productos.