

A blurred background image of a person's hands using a computer mouse. A semi-transparent grey rounded rectangle is overlaid on the left side, containing the text. A vertical line of seven white circles of varying sizes is positioned to the right of the text box. The text is in a dark green, bold, sans-serif font.

MF0502_3. Implantación de productos y servicios

Objetivos

□ **Objetivos generales**

- Organizar la implantación de productos/servicios en la superficie de venta.

□ **Objetivos específicos**

- Definir distintos tipos de surtido y categoría de productos o categorías de productos para optimizar un espacio de venta.
- Analizar la determinación y organización de un plan de implantación de productos.
- Aplicar métodos de control de la implantación de productos.

Contenidos

MF0502_3. Implantación de productos y servicios	Tiempo estimado
<p>Unidad 1: Gestión de productos y surtidos en el punto de venta.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Clasificación de los productos en el punto de venta. <ul style="list-style-type: none"> ○ El surtido. ○ Consideraciones sobre el surtido. ○ Familias y gamas. ○ Categorías. • Identificación del producto. <ul style="list-style-type: none"> ○ Clasificación de los productos. ○ Características: técnicas, comerciales y psicológicas. ○ Marcas y logos. • Posicionamiento de los productos en el mercado. • Posicionamiento físico: Productos atractivos y primeras marcas. <ul style="list-style-type: none"> ○ El mobiliario. ○ Coeficiente de aplicación funcional del suelo. ○ El lineal. ○ Niveles de exposición. ○ Regla 80/20. • Acondicionamiento del producto. <ul style="list-style-type: none"> ○ Condiciones de conservación. ○ Calidad de los productos. ○ Envoltorios y embalajes. ○ Características del envoltorio y embalaje. ○ Tipos de envoltorio y embalaje. ○ Interpretación de códigos de productos y pictogramas. ○ Implantación del código de barras. • Trazabilidad del producto en el punto de venta. <ul style="list-style-type: none"> ○ Desventajas de la trazabilidad. ○ Concepto y necesidad. • El surtido en el punto de venta. <ul style="list-style-type: none"> ○ Composición y caracterización. ○ Objetivos y criterios de planificación. ○ Tipos de surtido. • Métodos de determinación del surtido. <ul style="list-style-type: none"> ○ Especialización y exclusividad. ○ Surtido extensivo. ○ Surtido estructurado: productos líderes, de reclamo, de marca, productos permanentes y estacionarios. • Elección de las referencias. <ul style="list-style-type: none"> ○ Determinación del número mínimo, máximo y normal de referencias ○ Umbral de supresión de referencias. • Aplicación de programas informáticos de gestión del surtido. 	

Cuestionario de Autoevaluación UA 01	30 minutos
Actividades de Evaluación UA 01	2 horas
Tiempo total de la unidad	24 horas
<p>Unidad 2: Organización del lineal.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El lineal. <ul style="list-style-type: none"> ○ Altura de los lineales y comportamiento de compra. ○ Funciones. ○ Aspectos a tener en cuenta por el merchandiser. ○ Zonas. ○ Niveles de colocación del producto. ○ Frontales. • Los facings y su gestión. <ul style="list-style-type: none"> ○ Criterios comerciales y de organización para la optimización de los facings. ○ Información del cliente en el lineal. ○ Los facing limited time. ○ Localización de los productos por secciones. • Reparto del lineal. <ul style="list-style-type: none"> ○ Normas o pautas. ○ Colocación de productos en el lineal. • Lineal óptimo según producto y tiempo de exposición. <ul style="list-style-type: none"> ○ Diferencias entre lineal óptimo y lineal mínimo. ○ Cómo establecer el lineal mínimo (óptimo). ○ Dimensión del lineal. ○ Aspectos a tener en cuenta para implantar las secciones. ○ Convertir zonas cálidas en frías. ○ Colocación de producto: criterios comerciales y de organización. ○ Colocación horizontal y vertical. ○ Aplicaciones para la optimización del espacio del lineal. El planograma. • Sistemas de reposición de lineales. <ul style="list-style-type: none"> ○ Labores de reposición. • Reglas de implantación. <ul style="list-style-type: none"> ○ Circulación en el establecimiento. ○ Técnicas para control de velocidad de circulación en el establecimiento. ○ Rotación de los productos. ○ Lanzamiento de productos. • Organización del trabajo: Determinación de tareas, cálculo de tiempos, recursos humanos y presupuesto. <ul style="list-style-type: none"> ○ Equipo de merchandiser. ○ Departamento de Recursos Humanos. ○ Análisis del puesto de trabajo (APT). 	

<ul style="list-style-type: none"> ○ Información del departamento de RRHH. ○ Personal del establecimiento: Merchandiser y visual merchandiser. • Normativa aplicable a la implantación de productos. <ul style="list-style-type: none"> ○ Técnicas para calcular la rentabilidad de los productos. • Aplicaciones informáticas para la optimización del lineal y distribución de lineales. <ul style="list-style-type: none"> ○ Microsoft Office. ○ Accesorios de Windows. ○ Aplicaciones de gestión administrativa. 	
Cuestionario de Autoevaluación UA 02	30 minutos
Actividades de Evaluación UA 02	2 horas
Tiempo total de la unidad	25 horas
<p>Unidad 3: Control de la implantación de productos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instrumentos de control cualitativo y cuantitativo. • Parámetros de categorías. <ul style="list-style-type: none"> ○ Margen bruto. ○ Cifra de facturación. ○ Beneficio directo del producto (BDP). ○ Beneficio bruto (BB). ○ Índice de circulación. ○ Índice de atracción. ○ Índice de compra. ○ Tasa de marca. ○ Precio de venta. ○ Ratio de productividad del lineal. ○ Coeficiente de rotación. ○ Ratio de rotación de stock. ○ Ratio de rentabilidad de stock. ○ Ratio de beneficio del lineal. ○ Índice de rentabilidad del lineal desarrollado. ○ Rendimiento del lineal. • Cálculo de ratios económicos – financieros. <ul style="list-style-type: none"> ○ Ratios de equilibrio. ○ Ratios de productividad. ○ Ratios de solvencia. ○ Ratios de cash-flow. ○ Ratios de actividad. ○ Ratios de liquidez. ○ Ratios cinéticos calculados a partir del equilibrio. ○ Ratios de rentabilidad. • Análisis e interpretación de los ratios para la gestión de productos. <ul style="list-style-type: none"> ○ Análisis de ratios. ○ Interpretación de ratios. 	

<ul style="list-style-type: none"> • Introducción de medidas correctoras. <ul style="list-style-type: none"> ○ Supresión e introducción de referencias. ○ Método ABC. • Utilización de hojas de cálculo y aplicaciones informáticas en la gestión de productos y surtidos. 	
Cuestionario de Autoevaluación UA 03	30 minutos
Actividades de Evaluación UA 03	1 hora
Tiempo total de la unidad	20 horas
Evaluación final MF0502_3	1 hora
3 unidades	70 horas