

MEJORA DE GESTION DE STOCKS Y BENEFICIOS EN EL COMERCIO

60 Horas

Objetivos:

- Mejorar la gestión del *stock* de un comercio, concienciando sobre la influencia del *stock* en los beneficios del comercio y utilizando modelos digitales para la gestión de *stock*.
- Diseñar el *stock* de acuerdo a los criterios, necesidades y niveles de actividad previstos.
- Reconocer la importancia que ejerce la gestión de las mercancías en los beneficios del comercio.
- Reconocer los gastos y costes de la gestión de *stock* para tomar decisiones respecto a los mismos.
- Optimizar la gestión del almacén mediante la herramienta de un reaprovisionamiento adecuado.
- Relacionar la importancia del uso de la tecnología con la gestión del *stock*.

Contenidos:

El diseño del *stock*

Introducción

El diseño del *stock*

Los problemas de los proveedores y del comercio

Gestión de ventas

Criterios para diseñar un *stock*

Necesidades y costumbres

Presencia de las familias

Tipos de establecimientos según *stock*

Stock diseñado

Resumen

El stock y su incidencia en los beneficios del comercio

Introducción

Stock e ingresos

La curva ABC y el stock

La curva ABC del margen

Indicadores de la rentabilidad del stock

Curva ABC de la rotación del stock

Las ventas cruzadas del stock

Las matemáticas y la profundidad del stock

Resumen

Márgenes, beneficios y stock

Introducción

Los gastos del negocio

El stock y sus gastos

Los costos del *stock*

El stock medio

Resumen

Optimización de la gestión de stock

Introducción

La herramienta de reaprovisionamiento

La unidad de pedido o unidad de tiempo

La gestión de *stock* en la práctica

Resumen

Stock y tecnología

Introducción

Modelos digitales para la gestión del *stock*

Las bases tecnológicas para la gestión del *stock*

El código de barras de salida

El código de barras de entrada

Programas de gestión de *stock*

Informes de un programa de gestión de *stock*

La compra sin pedido



La corrección de la estacionalidad
Gestiones
Inventario sin contar artículos
Resumen