

Curso Online de **La Función de Compras** en Establecimientos Comerciales

Metodologías, herramientas y estrategias para mejorar la rentabilidad y aplicar una política eficaz de compras en un establecimiento comercial.



[e]
Iniciativas Empresariales
| estrategias de formación



Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.com
www.iniciativasempresariales.com

BARCELONA - BILBAO - MADRID - SEVILLA - VALENCIA - ZARAGOZA

La Función de Compras en Establecimientos Comerciales

Presentación

Este curso propone la observación, conocimiento, dirección, estrategias e implementación de métodos para lograr un área comercial en óptimas condiciones para dar resultados y desempeño.

El saber comprar es un arte además de la columna vertebral de cualquier negocio, y con estas herramientas se pretende dar una visión clara a todos los alumnos para poder hacer más y mejores negocios.

A lo largo de este curso aprenderemos a reconocer fortalezas y debilidades en las prácticas comerciales, obteniendo una visión más amplia que nos permita conocer mejor todos los mercados, tanto internos como externos. A través de técnicas y procedimientos lograremos que nuestros proveedores sean más profesionales y los objetivos comerciales más correctamente establecidos.

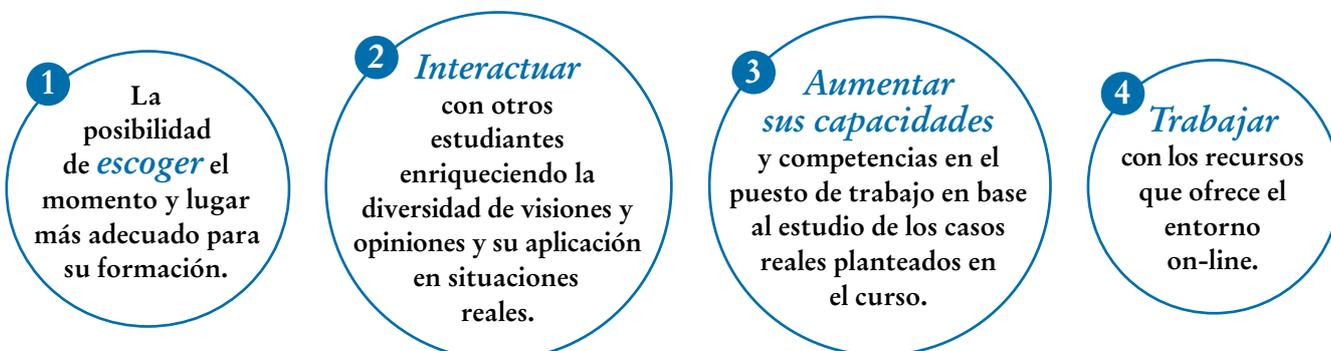
Al dominar el arte de la compra podremos mejorar sustancialmente el resultado de nuestro negocio.

La Formación E-learning

Los cursos online se han consolidado como un método educativo de éxito en la empresa ya que aportan flexibilidad al proceso de aprendizaje, permitiendo al alumno escoger los momentos más adecuados para su formación.

Con más de 30 años de experiencia en la formación de directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales y la Manager Business School presentan sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Nuestros cursos e-learning dan respuesta a las necesidades formativas de la empresa permitiendo:



La Función de Compras en Establecimientos Comerciales

Objetivos del curso:

- Elaborar estrategias de compras en establecimientos comerciales.
- Conocer sistemas para la organización de la gestión de compras en un establecimiento comercial.
- Identificar las técnicas más fiables para estudiar la previsión de la demanda y los plazos de reaprovisionamiento en un establecimiento.
- Aplicar una política de compras eficaz basada en la competitividad: precio, calidad y servicio.
- Cómo identificar a nuestros clientes, nuestro mercado y, por ende, lo que debemos comprar.
- Cómo conseguir las mejores condiciones de compra.
- Establecer objetivos, políticas, procedimientos y programas de compras para nuestro establecimiento.
- Cómo mantener inventarios bajos y ventas altas.
- Identificar el impacto financiero de las compras en los resultados de la empresa.
- Estrategias, tácticas y habilidades que debemos desarrollar para negociar con éxito con los proveedores.
- Qué características especiales debe tener todo ejecutivo de compras de un establecimiento comercial.

“ Una mejora en la gestión de las compras tiene un impacto en los resultados igual o superior a un aumento de las ventas ”

Dirigido a:

Propietarios y Responsables de Compras en establecimientos comerciales y, en general, a todos aquellos profesionales que estén interesados en obtener una visión moderna de la gestión de compras en establecimientos.

La Función de Compras en Establecimientos Comerciales

Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 50 horas lectivas 100% online que se realizan a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite el acceso de forma rápida y fácil a todo el contenido:

Manual de Estudio

5 módulos de formación que contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

Material Complementario

En cada uno de los módulos que le ayudará en la comprensión de los temas tratados.

Ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación

para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

Bibliografía y enlaces de lectura recomendados para completar la formación.

Metodología 100% E-learning



Aula Virtual *

Permite el acceso a los contenidos del curso desde cualquier dispositivo las 24 horas del día los 7 días de la semana.

En todos nuestros cursos es el alumno quien marca su ritmo de trabajo y estudio en función de sus necesidades y tiempo disponible.



Soporte Docente Personalizado

El alumno tendrá acceso a nuestro equipo docente que le dará soporte a lo largo de todo el curso resolviendo todas las dudas, tanto a nivel de contenidos como cuestiones técnicas y de seguimiento que se le puedan plantear.



* El alumno podrá descargarse la APP Moodle Mobile (disponible gratuitamente en Google Play para Android y la Apple Store para iOS) que le permitirá acceder a la plataforma desde cualquier dispositivo móvil y realizar el curso desde cualquier lugar y en cualquier momento.

Contenido del Curso

MÓDULO 1. Funciones básicas de un ejecutivo de compras

18 horas

- 1.1. Elaboración de presupuestos de compras y ventas.
- 1.2. Establecer políticas de compras.
- 1.3. Autorizar nuevos proveedores.
- 1.4. Determina los márgenes brutos y netos.
- 1.5. Compras en comité.
- 1.6. Planeación de compras.
- 1.7. Visitar proveedores internacionales.
- 1.8. Visitar fábricas.
- 1.9. Implementar calendarios de ventas institucionales.
- 1.10. Hacer revisión de negocios.
- 1.11. Revisar los resultados con su equipo.
- 1.12. Hacer estrategias de corto, mediano y largo plazo.
- 1.13. Deberá checar la publicidad de su competencia.
- 1.14. Análisis de mercancía nueva con su equipo.
- 1.15. Acudir a shows y expos.
- 1.16. Elaborar presupuestos por zona, por categoría.
- 1.17. Revisará los resultados por ventas, utilidad y rotación.
- 1.18. Deberá revisar resultados por categoría de familia, línea y código.
- 1.19. Proveedores mal intencionados.
- 1.20. Autorizar y definir espacios y mercancía.
- 1.21. Tácticas de compras y negociaciones.
- 1.22. Estrategias de compras, por proveedor, por categoría, por producto.
- 1.23. Negociar espacios y condiciones.
- 1.24. El pedido como una formalidad de compra.
- 1.25. Autorización de rotación de mercancía.

La Función de Compras en Establecimientos Comerciales

- 1.26. Revisión de rebajas y descuentos en nuestras tiendas.
- 1.27. Márgenes de utilidad y compra.
- 1.28. Revisión de exhibiciones de mercancía en nuestra tienda.
- 1.29. Deberá autorizar con su equipo transferencias entre tiendas.
- 1.30. Cuándo, qué y por qué devolver mercancías.
- 1.31. Cómo y por qué catalogar o descatalogar mercancía.
- 1.32. Negociación de mercancía a consignación o saldos.
- 1.33. Hacer compras por estilo de vida, por tienda o negocio.
- 1.34. Compras por situación demográfica.
- 1.35. Estar constantemente atraído por ofertas.
- 1.36. Siempre estar basado en presupuestos y no en emociones.
- 1.37. Deberá revisar en conjunto con las tiendas los resurtidos.
- 1.38. Hacer programas con ejecutivos de revisión de todo el negocio.
- 1.39. Dar seguimiento a compras especiales.
- 1.40. Responsable de cualquier apertura de sucursal nueva.
- 1.41. Tendrá que estar al tanto de posibles compras de cadenas.
- 1.42. Fusiones que tengan que dar valor al negocio.
- 1.43. Aceptar cuando un negocio requiere cerrarse o venderse.

MÓDULO 2. Proveedores. Atributos del ejecutivo de compras. Errores a evitar

8 horas

- 2.1. Proveedores:
 - 2.1.1. Autorización de nuevos proveedores.
 - 2.1.2. Visitar fábricas de proveedores actuales.
 - 2.1.3. Visitar y conocer fábrica de proveedores nuevos.
 - 2.1.4. Visitar probables proveedores en sus negocios.
 - 2.1.5. Visitas a proveedores internacionales.
 - 2.1.6. Tener conocimientos de probables proveedores.
 - 2.1.7. Revisión de negocios con proveedores.
 - 2.1.8. Revisión de resultados con proveedores.

2.1.9. Negociación con proveedores, plazos, descuentos y precios.

2.1.10. Negociación de espacios y rentabilidad.

2.1.11. Revisión de resultados por zonas, por categorías, por códigos.

2.1.12. Revisión de precios de principales proveedores.

2.2. Atributos y características de un ejecutivo en compras.

2.3. Errores que debe evitar un ejecutivo de compras:

2.3.1. Dar la impresión que nos van a rogar o a pedir.

2.3.2. Se le obliga al proveedor a esperas que no tienen justificación.

2.3.3. Aplaza inútilmente sus visitas.

2.3.4. Engaña con esperanzas de compras sin fundamento.

2.3.5. Calificar por igual a proveedores sin razón.

2.3.6. No se les comunica la inaceptación de sus ofertas.

2.3.7. Se excita la competencia más allá de sus límites.

2.3.8. Se les manifiesta continuo descontento de su trabajo cualquiera que sea su conducta.

2.3.9. No distinguir entre defectos o descuidos que pueden ser por causa de fuerza mayor.

MÓDULO 3. Mercancía, precios, publicidad

13 horas

3.1. Mercancía:

3.1.1. Búsqueda de nueva mercancía.

3.1.2. Selección de mercancía.

3.1.3. Charlas de calidad de la mercancía.

3.1.4. Controles de mercancía.

3.1.5. Transferencia de mercancías entre tiendas.

3.1.6. Catálogos de mercancías qué, cómo y por qué.

3.1.7. Descatalogar mercancías.

3.1.8. Autorización de mercancía en espacio de venta.

3.1.9. Mercancía fuera de temporada, qué hacer y cómo comprar.

3.1.10. Análisis de mercancía nueva.

3.1.11. Detectar problemas de mercancía de venta y calidad.

3.2. Precios:

3.2.1. Precios principales competidores.

3.2.2. Precios mercancías de remate.

3.2.3. Precios sugeridos a la venta.

3.2.4. Precios controlados.

3.2.5. Precios de principio de temporada.

3.2.6. Precios de saldos.

3.2.7. Precios de compras y volúmenes importantes.

La Función de Compras en Establecimientos Comerciales

3.2.8. Agrupación de precios de mercancía.

3.3. Publicidad:

3.3.1. Planificación de temporada.

3.3.2. Estrategia de exhibición de mercancía.

3.3.3. Implementación de calendarios especiales de venta.

3.3.4. Calendarización de ofertas.

3.3.5. Información de resultados de ofertas.

3.3.6. Folletos especiales.

3.3.7. Folletos normales en calendario.

3.3.8. Estrategias de publicidad, mercancía de utilidad de sensación de rotación, transacción.

3.3.9. Chequeo de publicidad de competencia.

3.3.10. Elaboración de publicidad de negocios y sucursales nuevos.

3.3.11. Chequeo de publicidad por zona geográfica.

3.3.12. Hacer publicidad de acuerdo a zona, costumbres y edades.

MÓDULO 4. Nuestro negocio o comercio. Centro de distribución. Interacción de compras con otros departamentos

3 horas

4.1. Nuestro negocio o comercio:

4.1.1. Revisar y supervisar tiendas.

4.1.2. Chequeo de tiendas propias.

4.1.3. Chequeo de competencia.

4.1.4. Coordinación de visitas a tiendas.

4.1.5. Revisión de layout.

4.1.6. Autorización de layout.

4.1.7. Estar pendientes de las necesidades de las tiendas.

4.1.8. Revisión de mercancía nueva en tienda.

4.2. Centro de distribución:

4.2.1. Exceso de poder.

4.2.2. Almacenes de sucursales.

4.2.3. Eficiencias y deficiencias.

4.3. Interacción de compras con el resto de la empresa:

4.3.1. Operaciones.

4.3.2. Finanzas.

4.3.3. Sistemas.

4.3.4. Logística.

4.3.5. RRHH.

MÓDULO 5. Utilidad bruta. Rotación. Inventarios

8 horas

5.1. Utilidad bruta:

- 5.1.1. Afectaciones.
- 5.1.2. Mermas.
- 5.1.3. Análisis de margen.
- 5.1.4. Descuentos para margen.

5.2. Rotaciones:

- 5.2.1. Minimizar los gastos financieros.
- 5.2.2. Obtener producto financiero.
- 5.2.3. Trabajar con el plazo del proveedor.
- 5.2.4. Eliminación de gastos financieros.

5.3. Inventarios:

- 5.3.1. Creación de presupuestos de los mismos a costo y venta.
- 5.3.2. Creación de inventarios por categoría, familia, línea y códigos.

La Función de Compras en Establecimientos Comerciales

Autor



Jaime Bouzas

Licenciado en Administración de Empresas. Cuenta con una amplia experiencia como director comercial y de compras en diferentes tiendas.

En la actualidad es asesor de empresas privadas.

Titulación

Una vez finalizado el curso el alumno recibirá el diploma que acreditará el haber superado de forma satisfactoria todas las pruebas propuestas en el mismo.

