

NUTRICION Y ALIMENTACIÓN APLICADA A LA VENTA

Fecha: 28 de junio de 2018.

Horario: De 15:00 a 19:30.

CONTENIDO

La jornada-taller acerca al participante al mundo de la nutrición en relación con la salud y una correcta alimentación.

Los contenidos se presentan y desarrollan con una orientación a la venta minorista de productos ecológicos, se relacionan con los consumidores y sus tendencias de consumo y se dirigen a mejorar el conocimiento del profesional en esta materia y su aplicación a la venta.

OBJETIVOS

- Conocer las bases de la nutrición asociada a una correcta alimentación.
- Tomar conciencia del impacto de la alimentación sobre la salud.
- Conocer las particularidades de la materia en relación a la divulgación entre los consumidores de los productos ecológicos y su venta.

PROGRAMA

BLOQUE 1: CONCEPTOS GENERALES

- Alimentación equilibrada, valor y equilibrio nutricional.
- El concepto IDR.
- Alteraciones y desequilibrios alimentarios. Alimentos perjudiciales y beneficiosos.

BLOQUE 2. MÉTODOS DE CONSERVACIÓN POR ADITIVOS

- Lista positiva de aditivos alimentarios.
- Clasificación y utilización.
- Incidencia de los aditivos sobre la salud del consumidor y la seguridad alimentaria.

BLOQUE 3: ETIQUETADO NUTRICIONAL. LECTURA Y ANÁLISIS DE ETIQUETAS

- Valores nutricionales e IDR.
- Lista de ingredientes.

BLOQUE 4: TIPOS DE PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS

- Producción convencional y transgénica
- Producción ecológica y productos ecológicos. Características.
- Valor añadido de la producción y los productos ecológicos.

BLOQUE 5: TENDENCIAS DE CONSUMO Y MARKETING ALIMENTARIO.

- Tendencias de consumo consolidadas y emergentes.
- Valores de la producción ecológica y sus productos
- Relación entre tendencias-valores.

GESTIÓN DE CATEGORÍAS I

Fecha: 3 de julio de 2018.

Horario: De 15:00 a 19:30.

CONTENIDO

El curso-taller presenta un método para analizar, identificar y seleccionar el surtido más adecuado al modelo de establecimiento, teniendo en cuenta la oferta de producto ecológico, la ubicación en el espacio y la demanda del consumidor.

OBJETIVOS

- Conocer el modelo de categorías y gestión de surtidos y asimilar su repercusión sobre la gestión de la actividad de venta minorista.
- Adquirir una visión completa del proceso de análisis y revisión de categorías a través del método propuesto.

PROGRAMA

BLOQUE 1: EVOLUCIÓN DEL SURTIDO

- Qué son las categorías y en qué consiste su gestión.
- Necesidad de ordenación de surtido debido a su evolución.

BLOQUE 2. ESTRUCTURA DEL SURTIDO

- Definición del surtido y los distintos universos.
- Niveles de surtido. Selección y clasificación según distintos criterios.
- Árbol de decisión.

BLOQUE 3: DIMENSIONES DEL SURTIDO Y TIPOS DE SURTIDO

- Medidas del surtido: amplitud, profundidad, equilibrio y coherencia.
- Adecuación de las medidas del surtido en función de la naturaleza del establecimiento.
- Tipos de surtido.

BLOQUE 4: DETERMINACIÓN DEL SURTIDO A TRABAJAR EN PUNTO DE VENTA

- Desarrollo previo.
- Proceso de selección del surtido.

GESTIÓN DE CATEGORÍAS II

Fecha: 4 de julio de 2018. **Lugar:**

Horario: De 15:00 a 19:30.

CONTENIDO

El curso-taller presenta un método para analizar, identificar y seleccionar el surtido más adecuado al modelo de establecimiento, teniendo en cuenta la oferta de producto ecológico, la ubicación en el espacio y la demanda del consumidor.

En esta segunda parte se abordan métodos para gestión de categorías en surtidos especiales aplicados a un caso práctico sobre el que ir consolidando los conceptos vistos.

OBJETIVOS

- Conocer el modelo de categorías y gestión de surtidos y asimilar su repercusión sobre la gestión de la actividad de venta minorista.
- Adquirir una visión completa del proceso de análisis y revisión de categorías a través del método propuesto.

PROGRAMA

BLOQUE 1: ANALISIS Y EVALUACIÓN DE CATEGORÍAS Y CAMPAÑAS

- Evolución del mercado
- Estacionalidad.
- DAFO. Conclusiones

BLOQUE 2. CASO PRACTICO

- Posicionamiento de la categoría. Objetivos y ejes de trabajo.
- Segmentación (árbol de decisión)
- Parrilla de necesidades.
- Plano de masas y planograma.

GESTIÓN DE ALMACÉN Y TIENDA. PRESENTACIÓN Y PROMOCIÓN COMERCIAL

Fecha: 5 de julio de 2018. **Lugar:**

Horario: De 15:00 a 19:30.

CONTENIDO

La práctica de un comercio reglado, ordenado y dinámico es un factor necesario para hacer viable la actividad minorista y sacar el máximo rendimiento posible al surtido, ayudar a conseguir la rentabilidad del negocio, preservar la sanidad del producto y mantener el orden, la imagen y la presentación establecida.

OBJETIVOS

- Conocer el circuito de la mercancía desde la recepción hasta la venta.
- Dotarse de un método de control y gestión de stocks.
- Asimilar la importancia de la rotación de la mercancía para la correcta gestión de la tienda.
- Conocer las distintas opciones de promoción de producto en punto de venta.
- Familiarizarse con la sistemática de elaboración de un plan promocional.
- Asimilar las nociones fundamentales sobre comunicación en punto de venta.

PROGRAMA

BLOQUE 1: GESTIÓN DE ALMACÉN Y TIENDA

- Conceptos: rotación de mercancía, vida útil de producto y caducidad.
- Recepción de mercancía y gestión de almacén.
- Control de rotación: fichas de stock.
- Reposición y mantenimiento de la implantación en tienda.

BLOQUE 2. PRESENTACIÓN EN TIENDA Y PROMOCIÓN COMERCIAL.

- Implantación, información y cartelería.
- Tipos de promoción.
- Detección de oportunidades de mercado.
- Calendario y plan promocional. Metodología y seguimiento.

POLÍTICA DE PRECIOS Y MARGEN (I)

Fecha: 10 de julio de 2018. Lugar:

Horario: De 15:00 a 19:30.

CONTENIDO

En gestión comercial, la primera condición necesaria para poder sacar adelante un proyecto de venta minorista es conocer y dominar la generación y mantenimiento de un beneficio suficiente y equilibrado para hacer viable la actividad y soportar los gastos asociados a la misma.

OBJETIVOS

- Conocer y valorar los factores que inciden en la fijación del precio de venta.
- Dotarse de un método de cálculo, control y seguimiento del margen comercial de la actividad.

PROGRAMA

- **Introducción: el cuadro de ingresos y gastos.**

BLOQUE 1: ESTRUCTURA DEL PVP. CRITERIOS DE FIJACIÓN DE PRECIOS

- Conceptos: margen monetario y porcentual.
- Criterios de fijación de precios: empresa, producto, cliente, competencia.

BLOQUE 2. LA OFERTA DE PRECIOS

BLOQUE 3. OPERATIVA DE MARGEN.

- Cálculo y seguimiento.
- Escandallos.

BLOQUE 4. COMPENSACIÓN DE MÁRGENES

POLÍTICA DE PRECIOS Y MARGEN (II)

Fecha: 11 de julio de 2018.

Horario: De 15:00 a 19:30.

CONTENIDO

En la segunda parte del taller de margen, se aborda un supuesto práctico para afianzar los conceptos vistos en la sesión anterior.

Además se presenta y hace un repaso del cuadro de indicadores necesario para conocer cómo se está gestionando la venta, poder hacer previsiones y objetivos y hacer el seguimiento de su grado de cumplimiento, a través de la cuenta de explotación.

OBJETIVOS

- Conocer y valorar los factores que inciden en la fijación del precio de venta.
- Dotarse de un método de cálculo, control y seguimiento del margen comercial de la actividad.

PROGRAMA

BLOQUE 1: DESARROLLO PRÁCTICO DE UN SUPUESTO DE CÁLCULO DE MARGEN

BLOQUE 2. CUENTA DE EXPLOTACIÓN

- Naturaleza y utilidades.
- Líneas de la cuenta de explotación.
- Cuenta de seguimiento y evolución.

CARACTERIZACIÓN DE LA VENTA MINORISTA ECO

Fecha: 12 de julio de 2018.

Horario: De 15:00 a 19:30.

CONTENIDO

Disponer de información sobre situación y evolución de mercado ecológico es fundamental para establecer estrategias y tomar decisiones empresariales en la actividad de venta minorista bio.

En el taller se repasa la evolución, situación y perspectivas del mercado ecológico desde el punto de vista del producto, el canal de venta y las tendencias de consumo.

OBJETIVOS

- Conocer y valorar la situación y evolución del mercado ecológico alimentario.
- Conocer las perspectivas del mercado ecológico y del canal de venta especialista.

PROGRAMA

BLOQUE 1: EVOLUCIÓN DEL MERCADO ECOLÓGICO

- Datos España.
- Datos Europa.

BLOQUE 2. SEGMENTACIÓN DE LA VENTA ECOLÓGICA

- Ventas en canal minorista especializado. Evolución y perspectivas.
- Otros canales: convencional, on line, directo.

BLOQUE III: TENDENCIAS DE MERCADO Y CONSUMO

- Tendencias consolidadas y emergentes en alimentación.
- Valores añadidos de la producción y el producto ecológico.
- Sintonización de tendencias y valores. Comunicación y divulgación.