

MIÉRCOLES, 9 DE JULIO DE 2014 - BOC NÚM. 131

**Módulo Profesional: Gestión de compras**

**Código: 1229**

**Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.**

RA 1. Determina las necesidades de compra de un pequeño establecimiento comercial, realizando previsiones de ventas a partir de datos históricos, tendencias, capacidad del punto de venta y rotación, entre otros.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha organizado la información recogida diariamente de las ventas realizadas y las existencias de mercaderías en el almacén de la tienda, utilizando aplicaciones de gestión de pequeños establecimientos y del terminal punto de venta.
- b) Se han realizado previsiones de ventas de la tienda, analizando la información recogida y utilizando técnicas de inferencia estadística.
- c) Se han determinado periodos de mayor y menor demanda comercial en función de la estacionalidad y de la evolución de la actividad comercial de la zona.
- d) Se han utilizado hojas de cálculo para comparar las cifras de las ventas previstas y las reales.
- e) Se han identificado las causas de las posibles desviaciones detectadas entre las cifras de las ventas previstas y las reales.
- f) Se ha determinado el stock óptimo y el mínimo de cada referencia de mercaderías en función de la demanda, la rotación del producto y la capacidad del almacén.
- g) Se ha realizado la programación de compras de mercaderías con suficiente antelación y periodicidad para asegurar el abastecimiento de la tienda.
- h) Se han identificado los costes principales provocados por la rotura de stocks de una determinada referencia en el punto de venta.

RA 2. Realiza planes de aprovisionamiento de mercaderías, utilizando técnicas de selección de proveedores que garanticen el suministro permanente y periódico de la tienda.

Criterios de evaluación:

- a) Se han establecido criterios de selección de proveedores a partir de las fuentes disponibles.
- b) Se han utilizado aplicaciones ofimáticas generales, como bases de datos y hojas de cálculo, para seleccionar y/o actualizar la información de proveedores.
- c) Se han solicitado ofertas a proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra mediante medios convencionales o telemáticos.
- d) Se han utilizado técnicas de negociación en la solicitud de ofertas a proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra, concretando los requisitos necesarios y las condiciones del suministro de mercaderías.

MIÉRCOLES, 9 DE JULIO DE 2014 - BOC NÚM. 131

- e) Se ha determinado la oferta más ventajosa, comparando las condiciones ofrecidas por los proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra.
- f) Se ha establecido un procedimiento de comunicación y tramitación de los pedidos a los proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra.
- g) Se han determinado los documentos necesarios para formalizar la compra de mercaderías en los que se reflejen las condiciones acordadas y se detalle la responsabilidad de las partes.

RA 3. Tramita la documentación de compra de mercaderías, realizando pedidos, controlando albaranes y haciendo efectivas facturas según los procedimientos seguidos habitualmente con proveedores o centrales de compra.

Criterios de evaluación:

- a) Se han determinado cuáles son los tipos de documentos utilizados en la compra y suministro de mercaderías de pequeños comercios.
- b) Se han realizado los documentos necesarios en el proceso de compra de mercaderías utilizando aplicaciones ofimáticas.
- c) Se han identificado los medios de comunicación con proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra, habituales en el proceso de compra.
- d) Se han interpretado facturas de proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra, comprendiendo la responsabilidad que conlleva cada cláusula incluida en ellas.
- e) Se han determinado los documentos accesorios de transporte, notas de gastos en las operaciones de compras a proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra.
- f) Se han conservado en soporte informático las facturas electrónicas emitidas por proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra.
- g) Se han identificado los medios de pago utilizados habitualmente en las facturas de proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra.

RA 4. Gestiona y controla el proceso de recepción de pedidos, verificándolos de acuerdo con los criterios comerciales establecidos con los proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha comprobado la correspondencia entre el pedido realizado y la mercancía recibida en cuanto a cantidad, plazo de entrega, calidad y precio.
- b) Se han identificado las posibles incidencias en la recepción del pedido.
- c) Se ha establecido un procedimiento para la comunicación y resolución de incidencias con el proveedor.

MIÉRCOLES, 9 DE JULIO DE 2014 - BOC NÚM. 131

- d) Se han determinado las herramientas o utensilios necesarios en cada caso para el desembalaje de las mercaderías, previniendo daños o roturas.
- e) Se han identificado las medidas necesarias que deben tomarse durante el desembalaje de las mercaderías para respetar la normativa vigente de carácter medioambiental.
- f) Se ha informatizado la recepción de mercaderías, facilitando su posterior almacenamiento y gestión del stock disponible.

RA 5. Comprueba la idoneidad del surtido implantado en el establecimiento comercial, calculando su rentabilidad y detectando productos caducados, obsoletos y oportunidades de nuevos productos.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha calculado la rentabilidad de los productos ofertados, utilizando ratios elementales de las cifras de ventas y márgenes de beneficios.
- b) Se ha valorado el atractivo de los productos ofertados, entrevistando o encuestando a los clientes.
- c) Se ha sistematizado la información obtenida sobre nuevas tendencias e innovaciones de productos, acudiendo a ferias sectoriales y consultando publicaciones especializadas, fuentes online y otras fuentes.
- d) Se ha elaborado un plan de revisión de productos caducados o con riesgo de obsolescencia, analizando las ventas del periodo y la satisfacción de los clientes.
- e) Se ha elaborado un plan de liquidación de productos, estableciendo las acciones necesarias y los plazos de ejecución.
- f) Se ha obtenido información comercial dentro de la zona de influencia del comercio de los productos ofertados por la competencia, comparándolos con la propia oferta.
- g) Se han establecido criterios de incorporación de nuevos productos al surtido, valorando la rentabilidad ofertada y su complementariedad.

RA 6. Realiza la gestión de compraventa de un establecimiento comercial, utilizando el terminal punto de venta (TPV).

Criterios de evaluación:

- a) Se ha instalado el software adecuado en el terminal punto de venta para gestionar las operaciones comerciales de un pequeño establecimiento.
- b) Se ha creado una empresa nueva en el terminal punto de venta, configurando todos los parámetros requeridos para su normal funcionamiento.
- c) Se han dado de alta almacenes, proveedores, artículos y clientes entre otros, introduciendo los datos requeridos en cada caso.
- d) Se han configurado los periféricos del terminal punto de venta, disponiéndolos de forma ergonómica en el puesto de trabajo.
- e) Se han realizado compras a proveedores siguiendo el proceso completo desde el pedido hasta la contabilización de la factura.
- f) Se han diseñado promociones de mercaderías recogidas en el terminal punto de venta.

MIÉRCOLES, 9 DE JULIO DE 2014 - BOC NÚM. 131

- g) Se han realizado tareas de cobro de mercaderías a través del terminal punto de venta.
- h) Se han hecho modificaciones en los precios, en las cualidades de los productos, en el ticket y en las facturas emitidas originalmente configuradas.

**Duración: 99 horas**

**Contenidos:**

1. Determinación de las necesidades de compra de un pequeño establecimiento comercial:
  - La función logística en la empresa.
  - Productos y materiales
  - Calidad total y "just in time".
  - Los costes logísticos. Costes directos e indirectos. Fijos y variables.
  - El ciclo de compras.
  - Variables de calidad y nivel de servicio.
  - Stock óptimo y mínimo.
  - Indicadores de gestión de pedidos: indicadores de necesidades de reposición en el punto de venta. Índice de cobertura. Índice de rotación. Índice de rotura de stocks. Índice de obsolescencia.
  - La previsión de ventas.
  - Tendencias.
  - Variación en la demanda.
  - Técnicas de inferencia estadística.
  - El Terminal de punto de venta como medio para estimar las compras.
  - El programa de pedidos.
2. Realización de planes de aprovisionamiento de mercaderías:
  - Centrales de compra.
  - Mayoristas y abastecimiento al por mayor.
  - Internet como canal de compra.
  - Tipos de compras
  - Determinación de necesidades de compra: volumen de pedido, precio, capacidad y coste de almacenamiento, y plazo de entrega.
  - Selección de proveedores.
  - Criterios de selección.
  - Etapas del proceso de negociación con proveedores.
  - Preparación de la negociación.
  - Solicitud de ofertas.
  - Técnicas de negociación de las condiciones de suministro.
3. Tramitación de la documentación
  - El contrato de suministro.
  - Pliego de condiciones de aprovisionamiento.
  - Gestión administrativa de pedidos.

MIÉRCOLES, 9 DE JULIO DE 2014 - BOC NÚM. 131

- Gestión de Ofertas.
  - Técnicas de comunicación en la tramitación de las compras. Medios convencionales. Medios telemáticos
  - Órdenes de compra y pedido.
  - Avisos de envío o recepción.
  - Albaranes de entrega.
  - Facturas.
  - Otros documentos compraventa. Notas de abono. Notas de gasto. Cartas de portes.
4. Gestión y control del proceso de recepción de pedidos:
- La recepción de pedidos.
  - La inspección de mercaderías.
  - Incidencias en los pedidos.
  - Medios de comunicación de incidencias.
  - La pérdida desconocida.
  - Desembalaje de productos.
  - Herramientas de desembalaje.
  - Normativa medioambiental en el desembalaje de mercaderías.
  - Aplicaciones informáticas de gestión de almacenes.
5. Comprobación de la idoneidad de la rentabilidad del surtido implantado en el establecimiento comercial:
- Índices de gestión de ventas.
  - Objetivos y cálculo.
  - Bases de datos de información de productos.
  - Ratios de gestión de productos.
  - Índice de circulación.
  - Índice de atracción.
  - Índice de compra.
  - Tasa de marca.
  - Ratio de productividad del lineal.
  - Índice de rentabilidad del lineal.
  - Ratio de beneficio del lineal.
  - Índice de rentabilidad del lineal desarrollado.
  - Rendimiento del lineal.
  - Seguimiento del surtido.
  - Análisis ABC.
  - El principio de Pareto.
  - Análisis de la cartera de productos.
  - Análisis DAFO de referencias.
  - Detección de productos obsoletos y productos poco rentables. Plan de liquidación de productos.
  - Incorporación de innovaciones y novedades a la gama de productos.
6. Realización de la gestión de compraventa de un establecimiento comercial:
- Software útil para terminales punto de venta.

MIÉRCOLES, 9 DE JULIO DE 2014 - BOC NÚM. 131

- Gestión integrada del aprovisionamiento.
- Datos necesarios para crear una empresa en el terminal de punto de venta.
- Alta de almacenes, proveedores, artículos y clientes, entre otros.
- Periféricos del terminal de punto de venta.
- El lector de código de barras.
- Pantalla táctil.
- Caja registradora.
- Impresora de ticket.
- Las balanzas.
- El visor.
- Gestión de pedidos, albaranes, facturas y medios de pago en el terminal de punto de venta.
- Las promociones con el terminal de punto de venta.
- El cobro de mercaderías con el terminal de punto de venta.
- Presupuestos a clientes.
- Pedidos de clientes.
- Albaranes a clientes.
- Facturas a clientes.
- Facturas rectificativas.
- Abonos a clientes.
- Gestión de garantías.
- Trazabilidad.
- Configuración de terminales punto de venta.
- Tickets: Cabecera. Cuerpo. Pie.
- Caja. Movimientos de caja. Cierre y arqueo. Asientos de cierre. Vuelco a disco. Importar.
- Confección de estadísticas e informes de compras, ventas y almacén.
- Generación de gráficos estadísticos.
- Otras aplicaciones ofimáticas de gestión comercial, de aprovisionamiento y de almacén para pequeños comercios.

#### **Orientaciones pedagógicas.**

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones de aprovisionar mercaderías en el establecimiento comercial, gestionando el proceso de compras y satisfaciendo el nivel de servicio al cliente establecido.

La función de aprovisionar mercaderías en el establecimiento comercial incluye aspectos como:

- Calcular las estimaciones de ventas futuras.
- Realizar las compras de mercaderías programadas.
- Clasificar y elegir las ofertas de proveedores.
- Realizar contratos de compra o suministro de mercaderías.
- Realizar la comprobación e inspección de mercancías compradas.
- Gestionar las incidencias del aprovisionamiento.
- Detectar productos nuevos y obsoletos del mercado.
- Calcular índices de gestión del establecimiento comercial.
- Realizar planes de liquidación de productos.



MIÉRCOLES, 9 DE JULIO DE 2014 - BOC NÚM. 131

Las actividades profesionales asociadas a estas funciones se aplican en:

- La gestión de compras en empresas de distribución mayoristas, centrales de compras de grandes y medianas superficies y en pequeños establecimientos comerciales.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales g), h), q), r), s), v) y w) del ciclo formativo, y las competencias e), m), n), ñ), o), p) y q) del título.

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza–aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- Determinar las necesidades de compra de un pequeño establecimiento comercial.
- Programar las compras de mercaderías, seleccionando los proveedores adecuados.
- Gestionar y archivar la documentación generada en el proceso de compra o suministro de mercaderías.
- Gestionar la recepción de pedidos de mercaderías.
- Utilizar el terminal punto de venta para mejorar la gestión comercial del pequeño establecimiento comercial.