

CFGM ACTIVIDADES COMERCIALES · 1.º · DPV · UNIDAD 4

Definir y clasificar el surtido

Familias, categorías y referencias, ancho y fondo del surtido, fichas, margen y altas y bajas

4

PARA EMPEZAR

En esta unidad aprenderás a…

- 🗂️ Distinguir familias, categorías y referencias y clasificar el catálogo de Ágora.
- 📏 Medir el surtido: amplitud, anchura y profundidad de exposición.
- 🏷️ Completar una ficha de producto con los datos necesarios y calcular su margen.
- 🎯 Elegir referencias según la clientela observada y el espacio disponible.
- ✅ Contrastar las altas y las bajas con el margen y el ancho, y dejar la comprobación registrada.

SITUACIÓN DE PARTIDA · CASO FICTICIO

Una situación de partida



Martes 2 de febrero de 2027, 10:30. Ágora (caso ficticio) revisa su surtido de 12 referencias. Emilio Cobos ha visto que el cuaderno P01 y la agenda P04 miden lo mismo de ancho y de alto y propone dar de baja uno. Mireya Lantero quiere mirar antes los datos del catálogo. Soledad Arjona, la responsable, pregunta: «¿Son redundantes o resuelven necesidades distintas?».

Al terminar la unidad habrás entregado el catálogo de 12 SKU de Ágora con sus altas y bajas.

❓ ¿Qué primer paso darías antes de dar de baja un artículo por parecerse a otro?

❓ ¿Qué dato falta en «mide 15 × 21 cm» para saber si dos artículos ocupan el mismo sitio?

❓ ¿Qué documento necesitarías para comprobar el coste y el precio de cada artículo?

MAPA DE LA UNIDAD

Lo que vamos a ver

- **4.1** Familias, categorías y referencias
- **4.2** Amplitud y profundidad del surtido
- **4.3** Fichas de producto y datos necesarios
- **4.4** Elección de referencias según cliente y espacio
- **4.5** Contrastar altas y bajas con margen y espacio

Tres niveles del surtido

NIVEL	QUÉ ES	EN ÁGORA
Familia	Grupo grande	Papelería, Hogar y Regalo
Categoría	Subgrupo	Cuadernos y blocs; estuches
Referencia	Cada artículo (SKU)	P01 Cuaderno A5

CLAVE

Si cambia tamaño, color o precio, cambia la referencia.

Medidas del surtido

MEDIDA	QUÉ CUENTA	ÁGORA
Amplitud	Familias	3
Anchura	Referencias por familia	4
Total	3 × 4	12 SKU

CLAVE

Un surtido pequeño: poca amplitud y poca anchura.

Ancho de cada familia

Suma de los anchos de las cuatro referencias.



Catálogo de Ágora (ficticio).

CLAVE

Un módulo de 120 cm deja libres 62, 67 y 60 cm.

P01 frente a P04

REFERENCIA	ANCHO	MARGEN	% SOBRE VENTA
P01	15 cm	2,60 €	52,00 %
P04	15 cm	7,00 €	58,33 %

CLAVE

Mismo ancho y alto; distinto fondo, precio y margen.

Altas y bajas contrastadas

1. **Ficha**
   Medidas, coste y precio neto.
2. **Margen**
   Unitario y sobre la venta.
3. **Umbral**
   2,00 €: solo P03 y R04.
4. **Espacio**
   Ancho de la familia.
5. **Registro**
   Origen, versión y fecha.

CLAVE
Pendiente de revisión hasta que Soledad firme.

CASO RESUELTO · PASO A PASO

Caso · ¿Redundantes?



Emilio

Propone dar de baja la agenda.

1. **Fichas** Mismo ancho y alto.
2. **Margen** 2,60 € frente a 7,00 €.
3. **Espacio** 30 cm: el 25,00 % del módulo.
4. **Decisión** Se mantienen y se revisa en cuatro semanas.
5. **Límite** Faltan datos de ventas.

✔ **No se decide por el aspecto.**

🙋 PREGUNTA PARA LA CLASE

¿Cuál es el margen unitario de la agenda P04 (coste 5,00 €, precio 12,00 €)?

A 5,00 €

B 7,00 €

C 17,00 €

✔️ 12,00 − 5,00 = 7,00 €.

REPASO

Ideas clave

- **Familias, categorías y referencias.** Un SKU, una referencia. Cada SKU identifica una sola referencia. Dos artículos parecidos no son el mismo: se comparan con sus datos (medidas, coste, precio, uso) antes de unificarlos o retirar uno.
- **Amplitud y profundidad del surtido.** Mide el surtido con tres números. Amplitud: 3 familias. Anchura: 4 referencias por familia. Profundidad de exposición: unidades por frente (stock). Con amplitud y anchura se compara la variedad de dos surtidos.
- **Fichas de producto y datos necesarios.** Sin fuente, sin dato. Cada dato de la ficha lleva su origen. Si no se sabe de dónde sale, no se puede comprobar, y un dato que no se comprueba no sirve para decidir.
- **Elección de referencias según cliente y espacio.** Necesidad, margen y espacio. Tres filtros iniciales: necesidad observada, margen y espacio; ventas y seguridad completan la decisión. El umbral de 2,00 € señala a P03 y R04, pero no decide por sí solo.
- **Contrastar altas y bajas con margen y espacio.** Contrastar es repetir con el origen. Una propuesta de altas y bajas es válida si se puede repetir con el catálogo de origen y los mismos cálculos. El estado «aprobado» sin esa comprobación no vale.

PARA TERMINAR

Para pensar

1. ¿Cuántas familias, categorías y referencias tiene un comercio que conoces?
2. ¿Qué dato te falta para decidir una baja?
3. ¿Sobre qué base calcularías un margen?



¡Ahora te toca a ti!

Repasa, practica y comprueba lo que has aprendido.

📝 **Resumen**

✅ **Test**

👆 **Interactivos**

Libro, presentaciones, resúmenes y tests gratis en **josesande.com**