Unidad 4 · Definir y clasificar el surtido

Resumen · Libro del alumno, págs. 57–72

El **surtido** se ordena en **familias** (Papelería, Hogar y Regalo), **categorías** y **referencias** (cada SKU). Se mide con la **amplitud** (3 familias), la **anchura** (4 referencias por familia: 12 en total) y la **profundidad**. La ficha de cada producto lleva sus medidas, coste y precio neto; el **margen unitario** es precio − coste y el margen sobre la venta lo divide entre el precio. P01 y P04 miden lo mismo de ancho y de alto, pero dejan 2,60 € (52,00 %) y 7,00 € (58,33 %): no son redundantes. Con el umbral didáctico de 2,00 €, solo P03 y R04 quedan por debajo. Una propuesta de altas y bajas vale cuando se ha contrastado con el catálogo de origen y la comprobación está registrada.

4.1 · 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.
- **El surtido y sus tres niveles.** El **surtido** es el conjunto de productos que una tienda ofrece.
- **Qué hace distinta a una referencia.** Si cambia el tamaño, el color, el material o la presentación, cambia la referencia; si solo cambia el precio, no.
- **Documento 1 · Catálogo de Ágora.** (importes netos, 02/02/2027)
- **Cómo se construye una clasificación, paso a paso.** 1) Lista todos los artículos que se venden. 2) Agrúpalos por la necesidad que cubren. 3) Pon un nombre claro a cada grupo. 4) Comprueba que ningún artículo está en dos grupos a la vez. 5) Asigna un código a cada artículo y anótalo en el catálogo.
- **Los códigos.** En Ágora, la letra del SKU indica la familia (P, H, R) y el número ordena las referencias dentro de ella.

4.2 · 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.
- **Cuatro medidas del surtido.** La **amplitud** es el número de familias: Ágora tiene 3.
- **Surtido ancho y estrecho.** Un surtido con muchas familias es amplio; con pocas, estrecho.
- **Tabla de familias de Ágora.** (importes netos)
- **Ancho de cada familia.** Se suman los anchos de sus referencias puestas en fila: Papelería 58 cm, Hogar 53 cm y Regalo 60 cm.
- **Qué cuesta ampliar.** Añadir una referencia pide una ficha, un pedido más, un hueco en el lineal y dinero inmovilizado en stock.

4.3 · 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.
- **Qué es una ficha.** La **ficha de producto** reúne en un solo lugar los datos de una referencia: identificación, medidas, coste, precio, margen y origen del dato.
- **Datos mínimos.** Estos son los seis grupos de datos que toda ficha de Ágora lleva siempre:
- **Extracto de ficha · H02 Taza en caja.** (02/02/2027)
- **Margen: cuidado con el denominador.** El **margen unitario** es precio menos coste.
- **Cómo se rellena una ficha, paso a paso.** 1) Abre el documento de origen (el catálogo del proveedor). 2) Copia el dato tal como figura, sin redondear. 3) Anota la unidad: centímetros, euros netos. 4) Calcula el margen y compáralo con el catálogo. 5) Escribe la fecha y quién lo ha hecho. 6) Marca como «pendiente» lo que no figura.

4.4 · 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.
- **Tres preguntas para cada referencia.** Se responden siempre en este orden. 1) ¿Qué necesidad cubre? 2) ¿Cuánto margen deja? 3) ¿Cuánto espacio ocupa?
- **La clientela, con hipótesis observables.** No se decide por «a este tipo de persona le gusta»; se observan datos.
- **El espacio.** Cada referencia ocupa su ancho en el lineal.
- **Documento 2 · Márgenes del catálogo.** (importes netos)
- **Criterio de Ágora: umbral de margen.** Como criterio del supuesto, una referencia con un margen unitario inferior a 2,00 € pasa a revisión.

4.5 · 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.
- **Procedimiento, paso a paso.** 1) Parte del catálogo vigente (Documento 1) y anota su versión y su fecha. 2) Calcula el margen de cada referencia (Documento 2). 3) Señala las que están bajo el umbral de 2,00 €. 4) Para cada alta, rellena su ficha y calcula su margen. 5) Rehaz el ancho de cada familia con la propuesta. 6) Comprueba que el total sigue en 12 referencias (condición del encargo). 7) Compara el margen unitario medio antes y después. 8) Anota lo que falta y quién lo revisa.
- **Antes y después.** (importes netos)
- **Qué permite concluir.** Si los números cuadran, la propuesta es coherente con el catálogo, sube el margen unitario medio y cabe en el módulo.
- **Trazabilidad.** Se anota qué documento se usó (catálogo v1, 02/02/2027), quién calculó, quién revisó y qué se decidió.

CASO RESUELTO · ¿REDUNDANTES? P01 Y P04

P01 y P04 no son redundantes: coinciden en ancho y alto, pero no en fondo, precio ni margen (52,00 % frente a 58,33 %). Se propone mantenerlos, con revisión en cuatro semanas. No se concluye que uno venda más que el otro: faltan datos de ventas.

NO CONFUNDAS

- Familia, categoría y referencia (SKU).
- Margen unitario (€) y margen sobre la venta (%).
- Que dos referencias midan lo mismo y que sean la misma.

DÓNDE SE EXPLICA EN EL LIBRO

- **4.1** Familias y referencias · 59–61
- **4.2** Amplitud y profundidad · 61–62
- **4.3** Fichas de producto · 62–64
- **4.4** Cliente y espacio · 64–65
- **4.5** Altas y bajas · 66

Material complementario del libro del alumno. Las personas, empresas y situaciones de los casos son ficticias, salvo que se indique otra cosa.