ICUFOR
Cursos de Formación Permanente Universitaria

Curso de Formación Permanente

Gestión de Categorías y del Surtido en el Comercio Minorista

4 ECTS | 100 horas | Online, a tu ritmo

Formación acreditada por
Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ



Acerca de ICUFOR

ICUFOR es un centro privado de formación online, Centro Acreditado y Autorizado por la Universidad EUNEIZ de Vitoria-Gasteiz. Diseñamos e impartimos Cursos de Formación Permanente universitarios, pensados para la actualización y la especialización de profesionales en activo.

Nuestros cursos se estudian a tu ritmo en un campus virtual propio y terminan con el diploma de la Universidad EUNEIZ y con certificados de ICUFOR verificables.

Centro acreditado
Universidad EUNEIZ

100 % online
Campus virtual propio

Equipo docente
Disponible todo el curso



Metodología de estudio

Campus virtual propio
Estudias desde cualquier lugar y dispositivo, sin horarios.

Aprendizaje autónomo, pero acompañado
Tú marcas el ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

Contenido del curso en PDF
El material principal, para estudiarlo a fondo, tema a tema.

Abstract de cada tema
Su síntesis, para situarte al empezar y repasar al final.

Presentación con los aspectos clave
Lo esencial de cada bloque, para jerarquizar y fijar.

Cuestionarios de evaluación
De respuesta múltiple, uno por tema.



Campus virtual

Mis cursos
Tu progreso y el siguiente tema por estudiar

Materiales
Contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave

Cuestionarios de evaluación
Tu nota y la revisión de tus respuestas

Equipo docente
Consulta por escrito, chat y asesor de IA a cualquier hora

Secretaría
Certificados en PDF con código de verificación

Pagos y facturas
Descarga de facturas en PDF



Presentación del programa



Especialízate con este programa de ICUFOR diseñado para profesionales que desean dominar las técnicas más avanzadas de gestión comercial en el sector retail. En un mercado donde la competencia entre establecimientos minoristas es cada vez más intensa, la capacidad de estructurar y optimizar el surtido de productos se ha convertido en una competencia diferenciadora. Este curso te proporcionará una visión estratégica integral que te permitirá transformar la manera en que se organizan y gestionan las categorías de productos en cualquier formato comercial.

A lo largo del programa, profundizarás en el comportamiento del consumidor y las metodologías de análisis del shopper, aprenderás a construir árboles de decisión de compra y dominarás las técnicas de dimensionamiento y racionalización del surtido.

Duración
100 horas

Créditos
4 Créditos ECTS

Metodología
Online

Matriculación
Permanente

Objetivos del curso

Comprender los fundamentos del comercio minorista y del modelo de gestión por categorías, identificando sus principios, actores clave y condiciones de implantación en los distintos formatos comerciales.

Dominar el proceso estándar de gestión por categorías en sus ocho etapas, definiendo roles estratégicos, diagnósticos de situación, objetivos medibles y estrategias alineadas con la propuesta de valor del retailer.

Aplicar los principios de gestión del espacio comercial, merchandising, política de precios y estrategia promocional, elaborando planogramas y arquitecturas de precio coherentes con el rol asignado a cada categoría.

Analizar el comportamiento del consumidor y del shopper, aplicando herramientas de investigación y segmentación que permitan transformar datos en insights accionables para la toma de decisiones sobre categorías y surtido.

Diseñar y optimizar el surtido de una categoría, utilizando herramientas analíticas como el análisis ABC, matrices cruzadas de rendimiento e indicadores de productividad para fundamentar la selección, racionalización y renovación de referencias.

Conocer los modelos de colaboración fabricante-distribuidor, diferenciando las funciones del capitán de categoría, los marcos de negociación y las acciones de trade marketing orientadas a la activación en el punto de venta.

Objetivos del curso

Utilizar las tecnologías de análisis de datos, inteligencia artificial y herramientas de Business Intelligence, construyendo cuadros de mando con KPIs financieros, operativos y de shopper para medir el rendimiento de la categoría.

Desarrollar proyectos integrales de gestión de categorías y del surtido en contextos reales, resolviendo casos prácticos que abarquen desde el diagnóstico hasta la evaluación de resultados en escenarios de gran distribución, comercio especializado y entornos omnicanal.

Temario

01 Fundamentos del comercio minorista y marco conceptual de la gestión de categorías

1.1. Evolución y transformación del comercio minorista en el entorno competitivo actual
1.2. Estructura y tipología de los formatos comerciales minoristas
1.3. Concepto, origen y evolución de la gestión por categorías (Category Management)
1.4. Estrategia comercial del punto de venta y su relación con la política de surtido
1.5. Marco normativo y regulación aplicable al comercio minorista y al lineal de venta

Temario

02 Comportamiento del consumidor y análisis del shopper como base de la gestión de categorías

2.1. Fundamentos del comportamiento del consumidor aplicados al entorno minorista
2.2. El proceso de decisión de compra en el punto de venta físico y digital
2.3. Herramientas y metodologías de investigación del shopper
2.4. Segmentación del shopper y construcción de perfiles de compra
2.5. Tendencias emergentes en el comportamiento del shopper: sostenibilidad, salud, conveniencia y personalización
2.6. Integración de los insights del consumidor en la toma de decisiones sobre categorías y surtido

Temario

03 El proceso de gestión por categorías: metodología, roles estratégicos y planificación

3.1. El proceso de gestión por categorías en ocho etapas: visión integral del modelo estándar
3.2. Definición de la categoría: delimitación, estructura y árbol de decisión del consumidor
3.3. Asignación del rol estratégico de la categoría dentro del portafolio del retailer
3.4. Evaluación y diagnóstico de la categoría: análisis de situación
3.5. Definición de objetivos y cuadro de mando de la categoría (scorecard)
3.6. Formulación de estrategias de categoría: crecimiento, defensa, generación de tráfico y rentabilidad
3.7. Diseño del plan táctico, implementación y ciclo de mejora continua

Temario

04 Gestión estratégica del surtido: dimensionamiento, selección y optimización de referencias

4.1. Concepto de surtido y su relevancia estratégica en la propuesta de valor del minorista
4.2. Dimensiones del surtido y su relación con el formato comercial
4.3. Proceso de construcción del surtido: de la estrategia de categoría a la selección de referencias
4.4. Análisis de la eficiencia del surtido: herramientas analíticas de diagnóstico
4.5. Racionalización y optimización del surtido: eliminación, incorporación y sustitución de referencias
4.6. Rol de la marca del distribuidor (marca propia) en la configuración del surtido
4.7. Gestión del surtido en entornos omnicanal: adaptación del portafolio según el canal de venta
4.8. Surtido local, adaptación geográfica y gestión del ciclo de vida de las referencias

Temario

05 Gestión del espacio comercial, merchandising y política de precios y promociones vinculada a la categoría

5.1. Principios del merchandising de gestión aplicado a la organización del espacio en el punto de venta
5.2. Asignación del espacio en el lineal a categorías, subcategorías y referencias
5.3. Planogramas: diseño, construcción e implementación en el punto de venta
5.4. Estrategia de precios en la gestión de categorías
5.5. Estrategia promocional vinculada a la categoría
5.6. Merchandising de seducción y experiencia de compra en la categoría
5.7. Integración de las palancas tácticas: coherencia entre surtido, espacio, precio y promoción

Temario

06 Colaboración fabricante-distribuidor y gestión relacional en el marco del Category Management

6.1. Fundamentos de la colaboración vertical en la cadena de valor del gran consumo
6.2. La figura del capitán de categoría: selección, funciones y responsabilidades
6.3. Negociación, acuerdos comerciales y gestión de la información en el contexto de la gestión de categorías
6.4. Trade marketing como herramienta de activación de la categoría en el punto de venta
6.5. Tendencias en la colaboración fabricante-distribuidor: plataformas digitales, data sharing y sostenibilidad

07 Tecnología, análisis de datos y métricas de rendimiento en la gestión de categorías y del surtido

7.1. Ecosistema tecnológico al servicio de la gestión de categorías en el comercio minorista
7.2. Analítica de datos aplicada a la gestión del surtido y de las categorías
7.3. Inteligencia artificial y machine learning aplicados al Category Management
7.4. Cuadro de mando integral de la categoría: KPIs financieros, operativos y de shopper
7.5. Medición del impacto de los cambios en la categoría: test, control y evaluación de resultados
7.6. Digitalización del lineal y tendencias tecnológicas emergentes

Temario

08 Casos prácticos y aplicación integral de la gestión de categorías y del surtido en contextos reales

8.1. Metodología para el desarrollo de un proyecto completo de gestión de categorías
8.2. Caso práctico en gran distribución alimentaria: diagnóstico, plan y ejecución de una categoría destino
8.3. Casos prácticos en contextos específicos: distribución especializada, colaboración e innovación
8.4. Lecciones aprendidas, mejores prácticas sectoriales y errores frecuentes en la gestión de categorías y del surtido

Titulación y certificados

Diploma de la Universidad EUNEIZ

Al aprobar todos los cuestionarios de evaluación recibes el **diploma en formato digital** de Curso de Formación Permanente, con sus 4 créditos ECTS y 100 horas.

Certificados de ICUFOR

Se descargan en PDF desde la Secretaría del campus, con un código único y QR para verificarlos.



Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ

Proceso de matriculación

1 **Pulsa «Matricularme» en la ficha del curso**
Completa tus datos personales y de facturación.

2 **Elige la forma de pago**
Tarjeta, PayPal o transferencia bancaria.

3 **Entra en el campus y empieza**
Recibes por correo tus datos de acceso y, en cuanto se confirma el pago, tienes el temario completo. La matrícula está abierta todo el año.

Matricúlate | Más información



Métodos de pago

Pago único
El precio se abona una sola vez, sin cuotas ni renovaciones.

Seguridad
Pago online en la pasarela de Stripe o de PayPal.

Flexibilidad
Tarjeta de crédito o débito, PayPal o transferencia.

Acceso inmediato
Con tarjeta o PayPal, el campus se activa al momento.

Simplicidad
Matrícula y pago en dos pasos.

Facturación
Facturas en «Pagos y facturas» del campus.



¿Por qué elegir ICUFOR?

01

Formación accesible

Formación universitaria rigurosa y acreditada, íntegramente online y compatible con tu trabajo.

02

Calidad universitaria

Cada curso está acreditado por la Universidad EUNEIZ, con su memoria académica y sus créditos ECTS.

03

Impulso a tu carrera

Contenidos de utilidad práctica y una titulación que suma en méritos, concursos y bolsas de empleo.

04

Especialización

Cada curso trata una única temática a fondo: combínalos y construye tu propio itinerario.

05

Atención de calidad

Consultas al equipo docente por escrito o por chat, y un asesor de IA a cualquier hora.

¿Por qué elegir ICUFOR?

06
Contenidos actualizados
Los cursos se revisan periódicamente para incorporar las novedades de cada ámbito.

07
El curso, por escrito
Cada tema en tres formatos: contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave.

08
Autónomo, pero acompañado
Tú decides tu ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

09
Enseñanza adaptada
Sin horarios ni conexiones obligatorias: seis meses para terminar, ampliables si lo necesitas.

10
Estudio sencillo e intuitivo
Un campus virtual propio, sin instalar nada y accesible desde cualquier dispositivo.

¿Necesitas más información?

Te contamos cómo funciona el curso, los plazos y la titulación, sin compromiso.

www.icufor.com

info@icufor.com

+34 858 895 080

+34 746 044 519

Formación acreditada por Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ

