

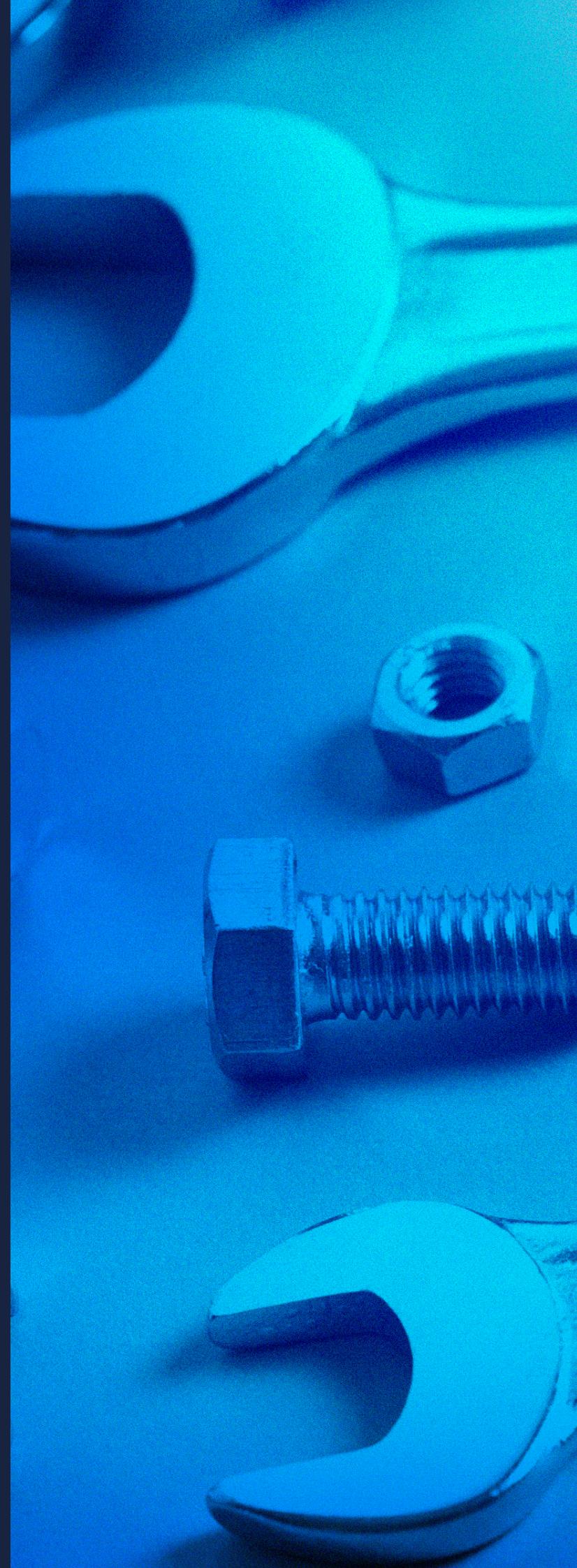
Sector
Ferretería
y Bricolaje

AECOC FORMACIÓN

Programa
Experto
en Negocio
de Ferretería
y Bricolaje

2^a Edición

Inicio noviembre 2025



En colaboración con:

AECOC, en su apuesta porque las empresas del sector cuenten con profesionales altamente cualificados, junto con EOI -Escuela de Organización Industrial- han desarrollado el

Programa Experto en Negocio de Ferretería y Bricolaje

que permite dotar a los participantes de conocimientos, herramientas y buenas prácticas, necesarios para cultivar las competencias vinculadas a la gestión empresarial y comercial de los negocios del sector, así como potenciar la innovación y el talento.

Por qué asistir a este programa

Casos reales
y profesionales
del sector

En todos los módulos se incorporan **experiencias reales** de empresas cuyo aprendizaje pueda ser trasladable a sus negocios, bien porque son del mismo sector o porque han seguido procesos de éxito asimilables de utilidad directa para la compañía.

Los alumnos desarrollarán **proyectos tutelados** por los formadores del programa.

Las sesiones lectivas son impartidas por **profesorado experto** de EOI con una dilatada experiencia profesional que conjuga conocimientos, experiencia y vocación pedagógica.

En paralelo al claustro EOI, contaremos con la participación directa de **profesionales del sector**, que nos acercarán la actividad y sus mejores prácticas como expertos en el negocio de Ferretería y Bricolaje.

Objetivos de esta formación

Desarrollo integral
mediante competencias,
experiencias,
herramientas,
innovación y networking.

Dotar a los participantes de las **competencias, experiencias y herramientas** más actuales que les permitan alcanzar un óptimo desarrollo de su actividad comercial y empresarial en su negocio de Ferretería y Bricolaje

Fomentar en los participantes el desarrollo de **Soft Skills** clave bajo una metodología learning experience, adaptada a las características y necesidades propias de sus negocios en particular y del sector Ferretería y Bricolaje.

Desarrollar una **visión estratégica y global**, así como de las nuevas tendencias del mercado, fomentando el espíritu de pertenencia al negocio y la innovación en el sector.

Crear un espacio de **networking** compartido con otros profesionales.



¿A quién va dirigido?

Directivos y/o gerentes de negocios del sector de Ferretería y Bricolaje.



Estructura del programa

DURACIÓN

204 horas



172 horas

Lectivas



32 horas

Proyecto individual

FECHAS

A partir de la **2^a quincena de noviembre 2025 hasta abril 2026**.

MODALIDAD MIXTA

50% online (sesiones síncronas y asíncronas) y **50% presencial** en las aulas de EOI Madrid, 2 días consecutivos 1 vez al mes.



PARTE PRESENCIAL 95 horas impartidas en 12 jornadas:

10 jornadas agrupadas en 5 bloques de 2 días seguidos (viernes y sábado) con 14 horas lectivas.

Horario viernes:

De 9:30h a 14:30h (30' de descanso)
De 15:30h a 20:00h (30' de descanso)

Horario sábado:

De 08:30h a 15:00h (30' de descanso)

Quinto bloque de 2 días (viernes y sábado) con 12 horas lectivas:

Horario viernes:

De 9:30h a 14:30h (30' de descanso)
De 15:30h a 20:00h (30' de descanso)

Horario sábado:

De 08:30h a 13:00h (30' de descanso)

Dentro de esta parte presencial del periodo lectivo **tendrán lugar 6 CONFERENCIAS de la mano de expertos del sector**. A estas 6 horas se añadirán 7 horas de **Presentación de Proyectos** que sumarán las 95 horas previstas por alumno.



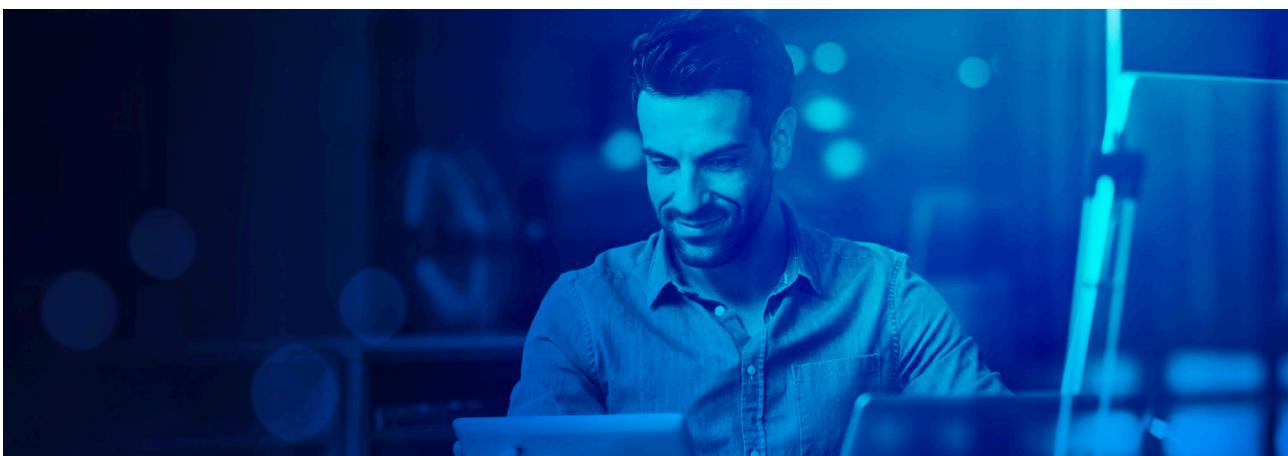
PARTE ONLINE 84 horas se organizarán en 6 semanas

En un formato práctico que facilita el trabajo en grupo, la aclaración de dudas y la consolidación de los conocimientos del aprendizaje adquirido durante las sesiones presenciales.



PROYECTO ONLINE

Adicionalmente al período lectivo, los participantes desarrollarán un Proyecto de carácter **individual**. Se asignan 32 horas para su desarrollo, incluyendo las tres horas de tutoría online que los alumnos podrán ir agendando con sus tutores.



Módulos del programa

Estrategia

Finanzas para no
financieros

Experiencia de cliente
y desarrollo comercial

Marketing y ventas

Operaciones

Transformación digital

Innovación

Recursos humanos

Habilidades: liderazgo y trabajo en equipo,
comunicación y negociación

2.900€ más IVA

Plazas Limitadas

Incluye Invitación al Congreso Ferretería y Bricolaje 2026

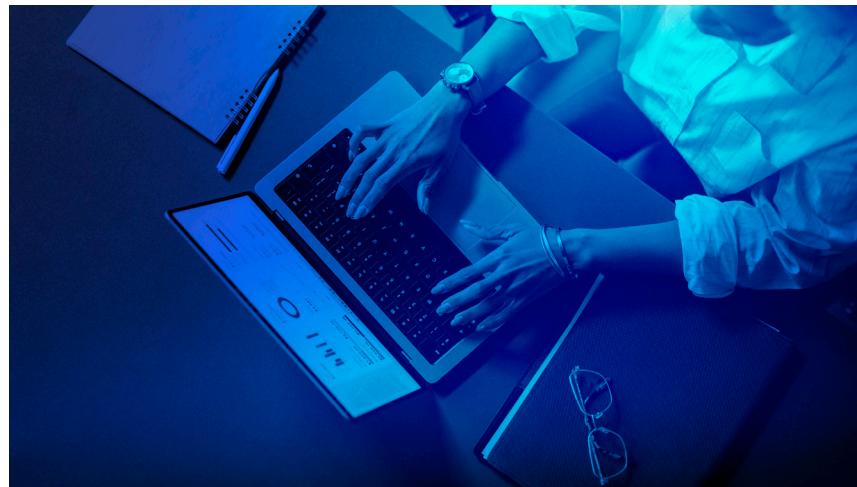
Autoformación herramientas plataforma virtual

Módulo fundamental para asegurar que cada alumno de ha interiorizado adecuadamente los aspectos fundamentales de la plataforma

Durante los primeros días del programa se facilitará la información del manejo de las herramientas de la Plataforma Virtual necesaria para poder desarrollar el programa en la metodología e-Learning de EOI.

La documentación e instrucciones de la plataforma quedarán a disposición de cada participante para su consulta en el momento que lo deseen.

Este módulo no será evaluable, si bien resulta fundamental realizarlo con el máximo rigor asegurándose cada alumno de haber interiorizado adecuadamente los aspectos fundamentales de la plataforma los cuales serán claves, no solo para sacar el máximo rendimiento a la formación académica, sino también para manejarse con agilidad en el entorno virtual, asegurarse de recibir todas las notificaciones y comunicaciones relevantes del programa y acceder con facilidad al material del curso.



Si el participante tuviera dudas a lo largo del programa acerca de aspectos concretos del aula virtual, tiene a su disposición un Soporte Técnico.



Estrategia

Objetivos

- Desarrollar un pensamiento y visión estratégicos a la hora de analizar y establecer objetivos empresariales.
- Conocer las principales teorías, modelos y herramientas de análisis estratégico, estudiando también situaciones que permitan ilustrar la aplicación de las mismas en cada caso y entendiendo la política de empresa como pauta integradora.
- Desarrollar capacidades para identificar y analizar en la práctica el entorno del negocio, las diferentes oportunidades o alternativas estratégicas, así como las fortalezas y debilidades para cada caso, y poder liderar procesos de reflexión estratégica en la organización seleccionando las técnicas más adecuadas.
- Estudiar los principales elementos que condicionan la implantación de los planes y las acciones estratégicas para conseguir los objetivos empresariales establecidos.

CONTENIDOS

LA ESTRATEGIA EN LA EMPRESA

ANÁLISIS ESTRATÉGICO

HERRAMIENTAS PARA LA DECISIÓN ESTRATÉGICA

FORMULACIÓN ESTRATÉGICA

ALTERNATIVAS ESTRATÉGICAS

IMPLANTACIÓN ESTRATÉGICA

EL APRENDIZAJE ESTRATÉGICO



Finanzas para no financieros

Objetivos

- Comprender la información financiera y las principales variables económicas, así como las implicaciones de las diferentes decisiones a nivel financiero.
- Manejarse en el lenguaje contable y el conocimiento de conceptos y herramientas de uso diario.
- Analizar y evaluar los estados financieros de la empresa con las herramientas para el control de gestión.

CONTENIDOS:

CONTABILIDAD Y ESTADOS FINANCIEROS

ANÁLISIS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS





Experiencia de cliente y desarrollo comercial

Objetivos

- Analizar el mercado para poder realizar el diagnóstico, creación, planificación y gestión de una Estrategia y Plan Comercial.
- Analizar los nuevos paradigmas dentro de la función comercial y los impactos de la Nueva Orientación de los Clientes a la búsqueda del Valor.
- Mejorar las respuestas para maximizar las Transacciones con los Clientes.
- Definir estrategias de mejora de la experiencia de los clientes.
- Entender el impacto de la experiencia de cliente en el ecosistema global de una organización.
- Aprender a analizar el ciclo de vida del cliente y los distintos Customer Journeys.
- Dominar las herramientas y metodologías para entender y conocer la 'voz del cliente' y mejorar así su experiencia en los distintos puntos de interrelación con la empresa.
- Desarrollar las habilidades de gestión de equipos y personas claves para el éxito en la gestión de la experiencia de cliente.

CONTENIDOS:**DIAGNÓSTICO, CREACIÓN, PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE LA ESTRATEGIA Y PLAN COMERCIAL****NUEVOS PARADIGMAS DENTRO DE LA FUNCIÓN COMERCIAL****ORIENTACIÓN HACIA EL CLIENTE EN BÚSQUEDA DE VALOR****LA EXPERIENCIA DE CLIENTE (EC)****ANÁLISIS Y MEDICIÓN DE LA EXPERIENCIA DE CLIENTE****ANÁLISIS DE LA VOZ DEL CLIENTE (VOC)****CICLO DE VIDA DEL CLIENTE Y CUSTOMER JOURNEYS: P DE PROCESOS****RETOS Y TENDENCIAS DE LA EXPERIENCIA DE CLIENTE**



Marketing y ventas

Objetivos

- Aprender a elaborar el Plan de Marketing en todas sus fases, utilizando la Planificación como instrumento básico de revisión y control que permita ajustar las estrategias del negocio al mercado y a las nuevas tendencias.
- Utilizar instrumentos básicos de análisis de Mktg estratégico.
- Introducir elementos de “lean” marketing de co-creación del VOC (Voice of the Customer Lab), VOE (Voice of the Employee Lab) etc.
- Analizar el “Customer Journey” y “Customer Centricity” como elementos clave de diferenciación y éxito para establecer políticas de “Marketing Relacional” (Managing Customer Relationship).
- Compartir elementos de Mktg Mktg Digital.

CONTENIDOS:**DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO/SERVICIO Y UNAS FORMULACIONES ESTRATÉGICAS (MISIÓN, VISIÓN, VALORES)****ESTUDIO DEL MERCADO/ENTORNO****ANÁLISIS ESTRATÉGICO BASADO COMO MÍNIMO EN EL ANÁLISIS DAFO (MCKINSEY)****DEFINICIÓN DEL PROCESO STP (SEGMENTACIÓN, TARGETING Y POSICIONAMIENTO)****PREMIUM: PEOPLE, PERSONAL EXPERIENCE, PROMISE, POST SALE SERVICE, PROCESSES****PLAN DE MEDIOS BÁSICOS (CUANTO Y COMO INVIERTO EN PROMOCIÓN)****EL PLAN DE MEDIOS ENLAZADO A LAS VENTAS PREVISTAS****PLAN DE VENTAS Y RENTABILIDAD ESPERADA (ROI, MARKET SHARE, ...)****CONCLUSIONES/CONTROL/PLAN DE CONTINGENCIAS**



Operaciones

Objetivos

- La situación empresarial actual se caracteriza por una competencia máxima, un cliente muy exigente y un entorno VUCA (volátil, incierto, complejo y ambiguo). Esta competencia ocurre a todos los niveles: competencia por el cliente por la rentabilidad y por los recursos.
- Por otro lado, al cliente que se quiere satisfacer es cada vez más exigente y poderoso. No se conforma con el clásico "seguridad, calidad, precio y plazo" que satisfaga sus necesidades. También quiere personalización, satisfacer sus deseos y, como auténtica novedad, trascendencia en su consumo.
- En este ambiente cada vez es más difícil la sostenibilidad de los negocios. La gestión de las operaciones, especialmente la gestión de la cadena de suministro se ha convertido en una herramienta fundamental para ser competitivo en el mercado global y atractivo para los clientes de forma continua en el tiempo.
- Este módulo muestra los elementos de la cadena de suministro actual y su gestión e innovación mediante metodologías ágiles.
- El alumno debe enfocar la Excelencia Operativa con una visión global, profesional, flexible y abierta a los increíbles cambios que se están produciendo.

CONTENIDOS:**CONTROL DE STOCK, GESTIÓN DE STOCK Y OPTIMIZACIÓN DE STOCK****AJUSTAR EL NIVEL DE STOCK A LA DEMANDA DE FORMA EFICAZ****COMO ASEGURAR UN BUEN NIVEL DE SERVICIO****COMO CONTENER LOS COSTOS DE ALMACENAMIENTO DEL STOCK****RIESGOS QUE AFECTAN A LA GESTIÓN DE STOCK EN EL ALMACÉN. EVOLUCIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO****ENTORNOS VUCA, SUS INDICADORES Y SU EFECTO EN LA COMPETITIVIDAD Y ATRACTIVO A LOS CLIENTES****PROBLEMAS EN ÁREA DE OPERACIONES****HERRAMIENTAS DE CREACIÓN DE FLUJO Y OPERACIONES DEDICADAS A REGULAR EL FLUJO DE MERCANCÍAS O PRODUCTOS****TÉCNICAS DE MEJORA CONTINUA****TÉCNICAS PARA ANALIZAR Y SOLUCIONAR PROBLEMAS**



Innovación

Objetivos

- Estimular el espíritu de innovación y la creatividad como fuente de identificación y explotación sistemática de las oportunidades de negocio y como fuente también de resolución de problemas.
- Incorporar el aprendizaje validado como herramienta ágil a la hora de la creación de modelos de negocio o productos o servicios, y empresas sostenibles y escalables.
- Aplicar metodologías de Customer Development para la validación de modelos de negocio.

CONTENIDOS:

SISTEMAS DE GESTIÓN DE CALIDAD I I (NORMATIVA E IMPLEMENTACIÓN)

SISTEMAS DE GESTIÓN DE CALIDAD II (AUDITORÍAS)

GESTIÓN ESTRATÉGICA

IDEACIÓN Y DESIGN THINKING

LEAN STARTUP: DISEÑO Y EVALUACIÓN DE MODELOS DE NEGOCIO

CUSTOMER DEVELOPMENT: DESCUBRIMIENTO Y VALIDACIÓN DE CLIENTE

CUSTOMER DEVELOPMENT: CREACIÓN DE CLIENTE O-MERCADO





Transformación digital

Objetivos

- Conocer los principales conceptos y funciones que hay detrás de los sistemas de información y la transformación digital y cómo personas y empresas están abordando esta transformación.
- Conocer los principales conceptos de algunas de las palancas más importantes para aprovechar la digitalización.
- Adquirir conocimientos y habilidades para desempeñar con mayor eficacia sus funciones profesionales en un nuevo entorno.
- Conocer los requisitos de seguridad en la gestión de datos empresariales y personales (RGPD).
- Comprender las nuevas formas de relación con clientes/proveedores (Facturación electrónica, redes sociales) y aprender a gestionar los diversos procesos de relación con ellos para que sean rentables y eficientes.

CONTENIDOS:**ENTORNO, TECNOLOGÍA Y ECOSISTEMAS DIGITALES****ENTORNO LEGAL: PROPIEDAD Y PRIVACIDAD DE LOS DATOS****PROCESO DE INFORMACIÓN Y DECISIÓN. DISEÑANDO UNA BUENA EXPERIENCIA DE CLIENTE****PROCESO DE COMPRA Y ENTREGA EN LA ERA DIGITAL. E-COMMERCE, MEDIOS DE PAGO Y LOGÍSTICA 4.0****POSTVENTA EN LA ERA DIGITAL****LIDERAZGO DIGITAL**



Recursos humanos

Objetivos

- Comprender todos los conceptos básicos de la gestión de recursos humanos y el vínculo entre ellos.
- Estudiar las políticas de recursos humanos (atracción, selección, desarrollo, compensación, desvinculación) y conectarlas con la estrategia empresarial.
- Conocer los retos de una organización: retención del talento, conciliación, deslocalización del puesto de trabajo.
- Comprender las diferentes perspectivas en la gestión de recursos humanos (necesidades del negocio, expectativas de los empleados, problemas del gerente, problemas comerciales, etc.).
- Interiorizar el gran valor agregado que supone para la empresa la experiencia del empleado y cómo la misma puede fortalecer el vínculo de éste con la empresa.

CONTENIDOS:**VISIÓN GLOBAL Y ESTRATÉGICA DE LA GESTIÓN DE PERSONAS****MODELOS DE GESTIÓN INTEGRAL DE RECURSOS HUMANOS****EQUIPO DE TALENTO****GESTIÓN DEL TALENTO****LOS NUEVOS PARADIGMAS EN EL MUNDO DEL TRABAJO****EL EMPLEADO EN EL CENTRO DE LA ESTRATEGIA**



Habilidades: liderazgo y trabajo en equipo, comunicación y negociación

Objetivos

- Conocer los diferentes estilos de liderazgo, para adecuar el estilo propio con la estrategia empresarial, y adquirir y aplicar herramientas concretas.
- Conseguir la óptima circulación de la información dentro del área garantizando la coordinación entre personas y con otras áreas.
- Aprender los diferentes instrumentos de motivación e incremento del rendimiento de un grupo de trabajo. Aplicar la preparación como clave del éxito y desarrollar relaciones basadas en la confianza.
- Saber cómo y cuando emitir correctamente las ideas y mensajes complejos ante los demás, para lograr compromiso y confianza del equipo, interpretando los distintos tipos de actitudes y superando las barreras que impiden el entendimiento en aspectos importantes dentro de la organización.
- Desarrollar el autocontrol en diferentes situaciones: Gestionar conflictos, manejar conversaciones difíciles, controlar el estrés y hacer y recibir críticas. Dominar la empatía, la assertividad y la escucha activa para mejorar la comunicación.
- Conocer los modelos de exposición de duración limitada y las técnicas más efectivas para la negociación, así como el proceso de negociación, sus características y sus etapas.

CONTENIDOS:**CONCEPTO. CARACTERÍSTICAS. LA CULTURA Y LOS VALORES****LA VISIÓN DEL LÍDER:****CARACTERÍSTICAS DEL LÍDER****LOS 5 PRINCIPIOS BÁSICOS DEL LIDERAZGO****HERRAMIENTAS CLAVE DE LIDERAZGO****PRESENTACIÓN Y REVISIÓN DE LAS 10 HERRAMIENTAS****ESTRATEGIAS DE LIDERAZGO****INFLUENCIA Y AUTOCONTROL****DIVERSIDAD EN EL EQUIPO. COMPETENCIAS. REGLA 20-70-10****SENTIDO POLÍTICO DE LAS PERSONAS**

LA IMPORTANCIA DE LAS 5 PS

CULTURA Y VALORES

SENTIDO DE IDENTIDAD Y PERTENENCIA A LA ORGANIZACIÓN

OBJETIVOS COMUNES, CONOCIDOS Y COMPARTIDOS CON OTRAS ÁREAS O EQUIPOS

RESPETO MUTUO, CONFIANZA Y APOYO CONTINUO ENTRE DEPARTAMENTOS

RESPONSABILIDADES DEFINIDAS Y COMPARTIDAS

CONSCIENCIA DE FORTALEZAS Y DEBILIDADES INDIVIDUALES, DE EQUIPO Y CON OTROS EQUIPOS

COMUNICACIÓN ABIERTA. EMPATÍA. FUERA: PEROS, EXCUSAS Y CULPAS

ORIENTACIÓN A OBJETIVOS/RESULTADOS

GESTIÓN DE CONFLICTOS Y DESACUERDOS

GESTIÓN DE EQUIPOS EN REMOTO

LA ESCUCHA

LENGUAJE Y COMUNICACIÓN: CUERPO, EMOCIÓN Y LENGUAJE

CÓMO GENERAMOS CONFIANZA Y CREDIBILIDAD EN NUESTROS PROCESOS COMUNICATIVOS PAUTAS PARA TRABAJAR EN EQUIPO

GESTIONAR EL ESTILO

PREFERENCIAS CONDUCTUALES. SABER DAR Y RECIBIR FEEDBACK

CONCEPTO DE CONVERSACIÓN DIFÍCIL. HACER CRÍTICAS VS RECIBIR CRÍTICAS

COMUNICAR EL CAMBIO

SENTIDO POLÍTICO DE LAS PERSONAS

MANEJO DEL ESTRÉS

COMUNICACIÓN EMPÁTICA Y ASERTIVA

LA NEGOCIACIÓN

LOS ESTILOS DE NEGOCIACIÓN

LAS TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN

¿QUÉ ES UN CONFLICTO?

LA ESTRATEGIA. COMPETICIÓN O COLABORACIÓN

Proyecto individual

Se pondrán en práctica la mayor cantidad posible de conocimientos y habilidades adquiridas, trabajando sobre los nuevos retos que plantea el sector Ferretería y Bricolaje y su mercado

De una forma muy práctica, los alumnos, con carácter individual, aplicarán lo aprendido mediante el desarrollo de un **proyecto empresarial propio** para poner en práctica la mayor cantidad posible de conocimientos y habilidades adquiridas.

A través de diversas metodologías estudiadas, serán capaces de generar **ideas innovadoras y diferenciales** convirtiéndolas en viables para sus respectivos negocios.

Así, los participantes aplicarán los conocimientos y experiencias adquiridas, trabajando sobre los **nuevos retos** que plantea el sector Ferretería y Bricolaje y su mercado, con el fin de incorporar a su negocio de modo inmediato el aprendizaje obtenido.

El tercer mes a cada alumno **se le asignará un tutor** con quien discutirá sus ideas y se aprobará la propuesta definitiva para comenzar a trabajar en ella con tutorías online y seguimiento online del trabajo del alumno para ayudar y supervisar su desarrollo.

Finalmente, los proyectos serán entregados y corregidos por cada tutor, con el consiguiente **informe de evaluación y recomendaciones** para que cada alumno pueda poner en práctica en su negocio.

Certificado

Los participantes que superen con aprovechamiento el Programa obtendrán el **Diploma Acreditativo expedido por EOI - Escuela de Organización Industrial**.

Formadores y conferenciantes

Las sesiones lectivas son impartidas por **profesorado experto de EOI** con una dilatada experiencia profesional que conjuga conocimientos, experiencia y vocación pedagógica. De este modo, los programas se imparten desde una perspectiva real y de conocimiento cercano y especializado.

En paralelo al claustro EOI, contaremos con la **participación directa de profesionales del sector**, que nos acercarán la actividad y sus mejores prácticas como conferenciantes expertos en el negocio de Ferretería y Bricolaje.

Esta complementariedad de claustro-expertos del sector contribuirá a un enriquecimiento del Programa.

Con la colaboración de



Precio

- **2.900€** más IVA
- El precio general total es de 3.509€ aplicando 21% de IVA.
- Plazas Limitadas.
- Incluye Invitación al Congreso AECOC Ferretería y Bricolaje 2026.
- No incluye gastos de viaje, alojamiento y alimentación.

Más información

¿Quieres más información sobre el contenido de este programa?

Mathias Lahon

Responsable del sector Ferretería y Bricolaje
AECOC

T. 93 252 39 00

mlahon@aecoc.es

¿Necesitas ayuda para tramitar la inscripción?

Antonio Naranjo

Gerente de Formación
AECOC

T. 93 252 39 00

anaranjo@aecoc.es

Los materiales contenidos en las páginas de este documento incluyendo el texto, diseño, presentación, logotipos, iconos, imágenes, fotografías y cualquier otro elemento gráfico son propiedad de la Asociación Española de Codificación Comercial (“AECOC”). AECOC se reserva el derecho de modificar alguno o

todos los elementos del documento. © [Enero, 2025] AECOC. Todos los derechos reservados. Esta obra no puede ser utilizada, reproducida, distribuida, comunicada públicamente o alterada, en su totalidad o en parte, sin el permiso escrito de AECOC.