

Mobiliario comercial.



A continuación, se describe el mobiliario que se utiliza comercialmente

- | | | |
|--------------------|--|---------------------------------|
| 1 Góndola | 5 Mamut | 9 Neveras |
| 2 Lineal | 6 Exhibición en cajas registradoras y puntos de pago. | 10 Islas |
| 3 Columnas | 7 Displays | 11 Puntos de degustación |
| 4 Botaderos | 8 Gancheras | |

1 Góndola

Es un estante, por lo general rectangular, conformado por entrepaños, los cuales sirven como soporte de los productos exhibidos, se encuentra construida en madera, metal, fibra de vidrio y otros materiales de fácil manejo y transporte. La función de las góndolas es comunicar los precios al consumidor, asegurar un inventario óptimo, promover las exhibiciones de bloque, colocar los productos con sus etiquetas originales y alineadas e implementar la planimetría asistida por computador. (Prieto, 2018).



Prieto (2018), explica que una góndola, se distinguen cuatro niveles de exposición, los cuales se asocian con las partes del cuerpo humano y son:

- > **Nivel superior (S) o nivel de la cabeza.** Es considerado el nivel utópico, porque el comprador no logra alcanzarlo, es poco efectivo en la venta y se utiliza como espacio de reserva para sustituciones rápidas de productos alta rotación.
- > **Nivel alto (A) o nivel de los ojos.** Se le denomina también el nivel de la percepción, porque su objetivo es atraer y retener la atención del consumidor. Es el más visible y el de mayor contribución a las ventas, debido a las posibilidades de alta rotación.
- > **Nivel medio (M) o nivel de las manos.** Es el más cómodo para el comprador, pues con solo estirar las manos puede coger los productos y examinarlos. Es un nivel que aporta bastante a la función vendedora y facilita la compra, generalmente se encuentran aquí productos de consumo diario.
- > **Nivel bajo (B) o nivel de los pies.** Junto al nivel superior, este presenta un grado de dificultad por el alcance de los productos, porque el comprador debe agacharse y tomar el producto que se encuentra oculto o con poca visibilidad.



Zonas de exhibición

También existen zonas de exhibición aplicables a góndolas, percheros, mostradores, ganchos, murales, refrigerados o mobiliario especial, destinados a productos como los textiles, envasados exclusivos, perecederos y no perecederos, aunque estos se acomodan de manera horizontal (Prieto, 2018).

Cabecera de góndola. Se ubica en las esquinas o extremos de las góndolas. En ella se expone el producto en masa, facilitando el acceso al mismo, su altura no debe ser exagerada para permitir la percepción de todo el conjunto a la vez y facilitar el acceso del cliente al producto. Se recomienda colocar el precio a la altura de los ojos acompañado con PLV y exponer el mismo producto en toda la cabecera de góndola o combinado con



- > **Zona A:** fría - nivel inferior (hasta 70 cm) Con poca visibilidad y de aporte mínimo a las ventas, empleada para promocionar productos, para ubicar productos de manejo difícil y en forma de granel.
- > **Zona B:** caliente - nivel medio (de 70 cm a 1,70 m.) Zona de mayor contribución a las ventas por su fácil acceso y visibilidad. Se colocan productos de consumo diario y que tienen alta rotación.
- > **Zona C:** templada - nivel superior (más de 1,70 m.) Es poco favorable a las ventas y se utiliza para colocar productos asociados al nivel inferior para reserva de los de mayor rotación.

2 Lineal

El lineal es la unión de varias góndolas, su ordenamiento sobre una misma línea produce el mismo efecto visual como si el producto estuviera colocado en la superficie de los paños. Los bordes de los paños son utilizados para colocar material promocional y por reglamentaciones del sector, para los precios unitarios de los productos allí exhibidos con su correspondiente equivalencia en la unidad de medida (Martínez, 2018).

Los lineales conforman la superficie del punto de venta con el producto exhibido, su medición se realiza a través de las denominadas caras (fases) y su trabajo es reconocido como el "facing". La cara se puede considerar como el frente de cada producto, medido en centímetros en su altura y en su ancho, y su papel fundamental es determinar la cantidad de producto posible a colocar a la altura de los entrepaños y la cantidad de módulos necesarios para conformar la góndola (Martínez, 2018).



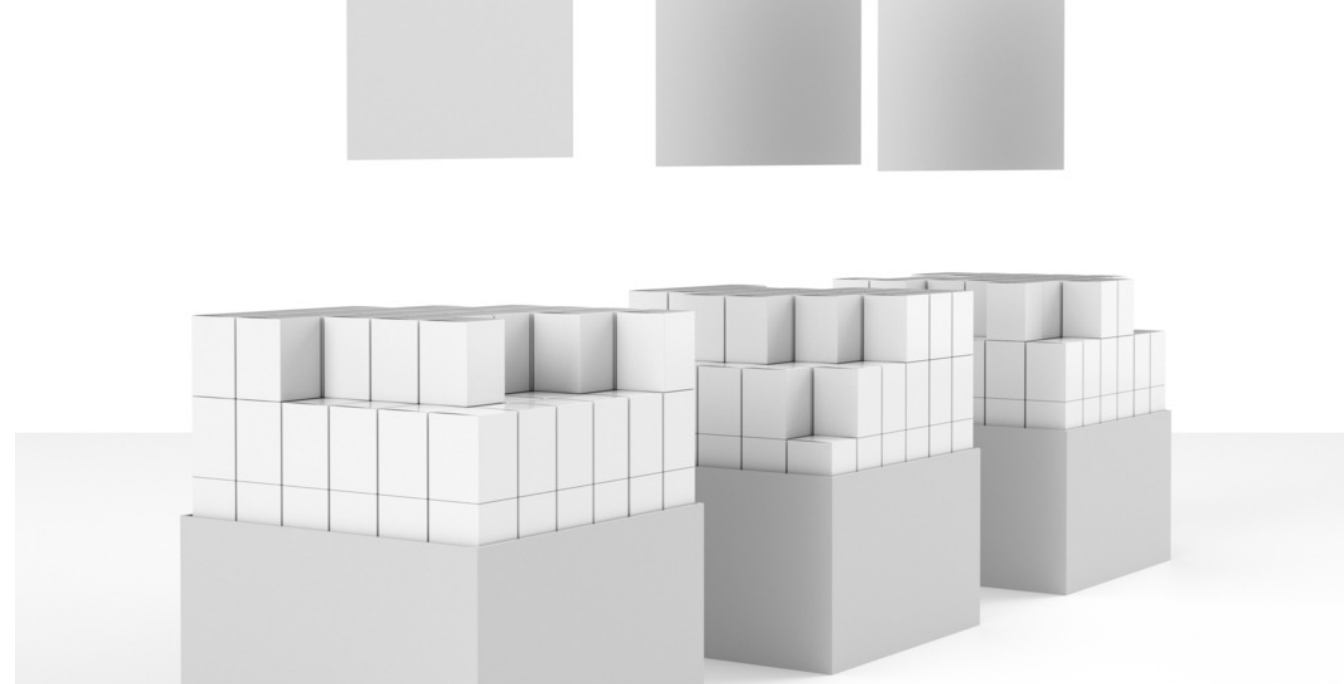
3 Columnas

En varios establecimientos comerciales existen columnas que cumplen funciones de sostén de las estructuras arquitectónicas, para la exhibición son puntos fríos que interfieren en la exhibición y hasta en el normal tráfico



4 Botaderos

Se reconoce a la exhibición realizada en canastillas o muebles contenedores de cualquier material que de manera premeditada se hace desordenadamente para dar imagen de bajo costo o de novedad. Generalmente son canastillas metálicas móviles, pero puede aplicarse la creatividad y hacer muebles en cualquier material y forma que cumpla la misma función. Algunos negocios del retail moderno ofrecen amplios espacios para la ubicación de estos muebles, en donde de manera "desorganizada" se exhiben los productos y los clientes se "pelean" por su posesión, estas zonas crean mucho tráfico y aglomeración de personas, por lo que es importante tener mecanismos de reabastecimiento y permanente surtido de las mismas. Sus costos son inferiores en comparación con otras formas de exhibición promocional y sus resultados son generalmente interesantes (Martínez, 2018).



5 Mamut

Este tipo de exhibición debe tener dos zonas importantes: la funcional, ubicada a la altura de las manos y que debe tener una superficie para manipulación de los productos, facilitar el agarre de los mismos y el relleno por parte del personal del almacén, y la visual o de exhibición, la cual cumple la función de llamado de atención, producido por su tamaño y por la cantidad de productos presentes. Se construyen verdaderas obras de arte con los productos y que forman figuras o formas atractivas para el consumidor, (Martínez, 2018).



6 Exhibición en cajas registradoras y puntos de pago

Las cajas registradoras son lugares estratégicos donde necesariamente los consumidores tienen que parar y permanecer algún tiempo (punto caliente), razón fundamental para crear zonas importantes para la exhibición y compra impulsiva, (Martínez, 2018).



7 Displays

Se trata de soportes de cartón, tela, plástico, madera, etc., que contienen uno o más artículos que no son aptos para la venta, son elementos decorativos que atraen la atención del cliente. Su lugar de ubicación es el escaparate, el mostrador, alguna estantería e incluso el suelo y son muy eficaces para provocar la compra impulsiva (Escrivá, 2005).

Son utilizados para ampliar la información de productos o servicios, son elaborados con espacios diseñados para contener información de los productos, tipo cartillas, brochures o cualquier forma de impreso que profundice sobre el uso, manipulación o gamas de productos de las empresas. En los servicios son elementos muy útiles para acercar al consumidor con el producto intangible, (Martínez, 2018).



8 Gancheras

Muebles de exhibición adaptables a diferentes medidas y espacios a través de ganchos permite exhibir los productos en el mobiliario.



9 Neveras

Son recursos que algunas empresas utilizan para ubicar y conservar frescos sus productos, esto garantiza un espacio dentro de la tienda y permite presentar el producto en óptimas condiciones, también es un espacio que se dedica a la comunicación del producto con la marca en grandes dimensiones, fotografías acordes y un excelente llamado de atención dentro de la sala de ventas, (Martínez, 2018).



10 Islas

Se trata de un espacio con una plataforma de aproximadamente 1,20 metros cuadrados. El establecimiento puede proporcionar una estiba o palet para organizar sobre este la exhibición, pero se debe diseñar algo diferente que llame la atención del consumidor final. La exhibición debe ser atractiva y destacar claramente en ella el producto, el precio y el tipo de oferta. No se debe pecar al hacer exhibiciones muy perfectas en su diseño y que el consumidor se resiste a desearreglar o que corra el riesgo de derribarla y ocasionar accidentes propios o a terceros, (Martínez, 2018).

El papel de las islas es importante en la medida en que desaceleran el desplazamiento de los clientes en el interior del negocio, llaman la atención y producen interés para revisar y mirar lo que allí está. Muchos clientes dedican bastante tiempo en mirar y curiosear en estos puntos, lo que facilita la muestra de la variedad de productos existentes, (Martínez, 2018).



11 Puntos de degustación

Exhibidor que se ubica separado de cualquier otro tipo de exhibidor, que interfiere, separa o quebranta el tránsito o circulación de los usuarios en un punto de venta para que estos últimos, auxiliados por un impulsor, prueben gratuitamente una muestra del producto o servicio publicitado, con el fin de apreciar su calidad; asimismo permite garantizar la conservación de las propiedades de los productos publicitados en pro de la percepción de sus características, (Yate, 2012).

