

- **REGLAS BASICAS PARA EXHIBIR MERCANCIAS**
elemento didáctico para personal de las cooperativas de consumo

oficina internacional del trabajo, ginebra

© MATCOM 1978-2001

por Urban Strand



MATCOM
Material y técnicas de capacitación en gestión de cooperativas

El proyecto MATCOM fue iniciado en 1978 por la Oficina Internacional del Trabajo, con el apoyo financiero de Suecia. En su tercera etapa (1984-1987) MATCOM cuenta con el respaldo financiero de Dinamarca, Finlandia y Noruega.

En cooperación con organizaciones cooperativas e institutos de capacitación de todas las regiones del mundo, MATCOM prepara y publica material para la capacitación de gerentes de cooperativas y colabora en la preparación de versiones adaptadas para su uso en diversos países. MATCOM presta asimismo apoyo en el perfeccionamiento de la metodología de capacitación sobre cooperativas y la formación de instructores.

Copyright © Organización Internacional del Trabajo

REGLAS BASICAS PARA EXHIBIR MERCANCIAS

Indice

Introducción	3
Cómo exhibir las mercancías atractivamente	5
Cómo exhibir las mercancías de manera práctica	18
Cómo exhibir las mercancías de manera segura	22
Cómo montar una nueva exhibición	28
"Autoevaluación"	31
Ejercicios complementarios	33
Otros materiales de capacitación	34

Elemento didáctico MATCOM No: 13-02

Edición : Universal 1988

ISBN 92-2-302067-0

COMO APRENDER

- Estudie el folleto detenidamente.
- Responda por escrito a todas las preguntas contenidas en él. Esto lo ayudará no solo a aprender sino también para aplicar más adelante en su trabajo lo aprendido.
- Después de estudiar a solas este folleto, discútalos con sus colegas o con su instructor, si lo hay. Luego tome parte en los ejercicios prácticos que pueda organizar dicho instructor.

Las publicaciones de la Oficina Internacional del Trabajo están protegidas por los derechos de autor conforme a lo dispuesto en el Protocolo 2 de la Convención Universal sobre Derechos de Autor. Para la reproducción, adaptación o traducción debe solicitarse la autorización correspondiente dirigiéndose a: Publicaciones de la OIT, Oficina Internacional del Trabajo, CH-1211 Ginebra, Suiza. La Oficina Internacional del Trabajo atenderá gustosa tales solicitudes.

Copyright © Organización Internacional del Trabajo, 1988
Texto original : Urban Strand (1979, inglés)
Ilustraciones : Anja Längst
Traducción : Secretaría de Educación Pública (DGEST),
México

Impreso en Viena, 1988

INTRODUCCION

- ¿Dónde están esas pilas?
¿En el segundo estante o en
el tercero, o arriba a la
izquierda? ¿O quizás en el
almacén? Bueno probable-
mente ya las vendimos. No
pedimos ninguna ayer, así
que no tendremos hasta den-
tro de una semana....



María está aguardando su
turno. Observa alrededor,
en los estantes, pensando:
"¿No hay ningún paquete de
galletas hoy? ¿Y esos pa-
quetes rojos que están ahí?
No parecen muy caros.....
quizás no sean galletas.
Lo mejor es olvidarme de
las galletas tal vez".



Tanto el personal como los clientes tienen problemas en esta tienda, debido a la EXHIBICION DE LAS MERCANCIAS, la forma en que se colocan los artículos en los estantes.

Las mercancías están colocadas en cualquier lugar en los estantes. Esto podría haber bastado al principio, cuando la cooperativa vendía una pequeña cantidad de artículos, pero el negocio se ha incrementado y ahora existe una gran variedad de mercancías para la venta. Así es como comienza el problema.

Pero LA EXHIBICION DE MERCANCIAS no debe ser un problema. Por el contrario, un gerente de una tienda que conozca bien las técnicas apropiadas sabe que una buena exhibición de las mercancías es necesaria tanto para obtener beneficios como para ayudar al personal y a los clientes. El estudio de este folleto le enseñará a usted las REGLAS BASICAS PARA LA EXHIBICION DE MERCANCIAS, es decir, a:

- ° Exhibir las mercancías de manera atractiva página 5
- ° Exhibir las mercancías de manera práctica página 18
- ° Exhibir las mercancías de manera segura página 22

Este folleto se refiere principalmente a las tiendas cooperativas en las que el personal atiende a los clientes, pero la mayoría de las reglas se aplican también a tiendas de autoservicio.

COMO EXHIBIR LAS MERCANCIAS ATRATIVAMENTE



- "María, ¿has probado aquellos frijoles?"
- "No, no los había visto nunca".
- "El precio es conveniente. Voy a probar una lata".
- "Y aquellas toallas ¡Una ganga!"
- "Oh, si, cerillas, bueno... Casi olvido comprarlas".
- "Esto está lleno de artículos, María. La tienda luce mejor ahora".
- "Sí, luce bonita y limpia".

María y su amiga están ahora muy contentas con su cooperativa. Ha cambiado mucho, para mejor.

Su diálogo refleja una serie de mejoras en la exhibición de las mercancías. La tienda luce ahora muy atractiva.

Pero, ¿qué ha hecho el gerente realmente? Bueno, en las siguientes páginas usted podrá observar que ha seguido nueve importantes reglas para exhibir atractivamente las mercancías. Consideremos ahora esas reglas una por una.



COLOQUE LAS MERCANCIAS EN GRUPOS

Antes María y el personal de la tienda tenían problemas para encontrar los artículos. Esto se debía a que las mercancías se colocaban en cualquier parte.

Pero ahora María no tiene ninguna dificultad para encontrar lo que busca. ¿Qué ha hecho el gerente?



Ha organizado las mercancías en los estantes y las exhibe en grupos de artículos similares. Por ejemplo: café, té y cacao se colocan juntos. Los cereales están en otro grupo; el jabón de tocador, la pasta y los cepillos de dientes están en otro, y así sucesivamente.



Cuando las mercancías se agrupan de esta forma el cliente puede ver fácilmente cuáles están disponibles dentro de cada grupo. Por ejemplo, si todas las galletas se exhiben juntas, María puede seleccionar fácilmente el tipo que prefiere. Y cuando está comprando jabón, podrá notar los cepillos de dientes, lo cual puede necesitar y adquirir también.

Ahora el personal de la tienda puede encontrar las cosas de manera rápida y fácil. Saben donde buscar el café, el jabón o los cepillos, pues cada tipo de artículo tiene su lugar.

La primera regla afecta todo el trabajo de exhibición en la tienda. Por lo tanto usted debe practicar la clasificación de las mercancías en grupos:

	Separe las siguientes mercancías en tres grupos:		
	Arroz, jugo de naranja, tónico para el cabello, hojas de afeitar, harina de maíz, refresco, champú, vino, harina de trigo, jabón.		
	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3
	_____	_____	_____
	_____	_____	_____
_____	_____	_____	
_____	_____	_____	
¿Cómo llamaría a esos tres grupos?			
1 _____	2 _____	3 _____	

Aquí tenemos una lista de los principales grupos que se suelen vender en una tienda:

1. Comida fresca
2. Cereales, granos y féculas
3. Productos horneados
4. Leche y productos lácteos
5. Comida procesada y envasada
6. Sal, azúcar y especias
7. Dulces
8. Bebidas
9. Cigarros y tabaco
10. Artículos de limpieza y de baño
11. Ferretería
12. Ropa y calzado

Esta lista es muy general y es posible que no se ajuste a las características de su tienda. Si usted no vende ropa, por ejemplo, debe omitir este grupo. Por otra parte, puede

ser que usted lo encuentre necesario hacer una lista más detallada. Los grupos principales pueden ser divididos en subgrupos, de acuerdo a las necesidades locales. La comida fresca puede ser clasificada dentro de tres subgrupos: carnes; pescado; frutas y legumbres. Las bebidas se dividen con frecuencia en: bebidas calientes (café, té, chocolate); jugos, bebidas de frutas y refrescos; cervezas; vino y licores.



Escriba a continuación una nueva lista de los principales grupos y subgrupos de productos adecuados para su tienda cooperativa.



TENGA LA MAYORIA DE LAS MERCANCIAS EN
EL AREN DE VENTAS, NO EN EL ALMACEN



No, María no ha probado esos frijoles, simplemente por que no los había visto nunca. ¿Cómo podría comprar algo que niquiera sabe que hay?

El gerente puede olvidar llevar ciertas mercancías del almacén al área de ventas.

Cuando usted es un cliente, ¿compra las mercancías que están en el almacén? No, si no sabe que hay, no compra.

Por esto, si un gerente quiere vender unas mercancías, tiene que colocarlas en exhibición, y el lugar para mostrarlas es el área de ventas, no el almacén. Esto además ahorra trabajo; si se coloca la mayor parte de las mercancías en el área de ventas los estantes no tienen que ser llenados con frecuencia.



¿Por qué el azúcar debe exhibirse en el área de ventas? (Después de todo, cualquiera sabe que el azúcar está en venta en la tienda). Escriba sus comentarios.



DE SER POSIBLE, COLOQUE LAS MERCANCIAS AL NIVEL DE LA VISTA



NO, NO LOS HE VISTO NUNCA

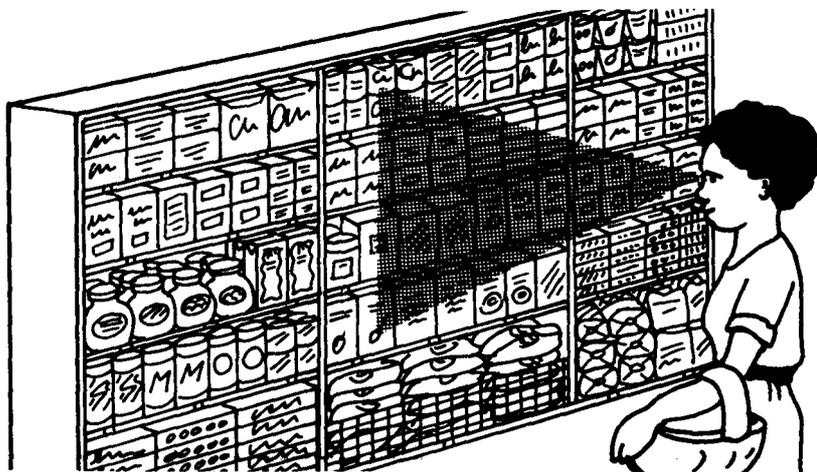
A los clientes no les gusta arrodillarse para ver qué productos están en los estantes cerca del piso, y pueden no enterarse de los artículos que se exhiben muy por encima de sus cabezas.

Muchas de las mercancías deben exhibirse al nivel de la vista, donde los clientes probablemente las vean. Si es necesario, los estantes por debajo del nivel de la vista deberán reservarse para artículos básicos, bien conocidos, que los clientes no necesariamente tienen que ver para comprarlos.



Usted verá a continuación una lista con algunas mercancías. Subraye las cinco que deban colocarse al nivel de la vista:

azúcar, carne enlatada, harina, arroz, té, lápices, papas, jabón, cacerolas.





LLENE EL FRENTE DE LOS ESTANTES

Antes nadie llenaba los estantes hasta que estaban vacíos. Por ejemplo, no se colocaban paquetes de galletas, hasta que se vendían todos los que habían. En muchos estantes había grandes espacios vacíos. Eso no se veía muy atractivo y los clientes tenían la impresión de que la tienda no disponía de suficientes existencias.



Pero ahora los estantes lucen más atractivos. Están llenos de mercancías. Y sin embargo, el gerente no ha comprado más productos que antes. ¿Cómo es posible?

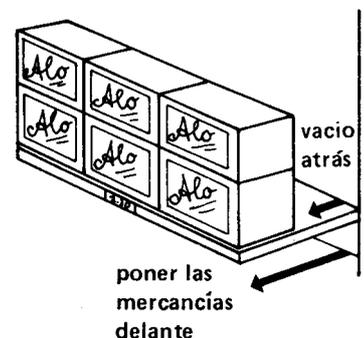
Primero, los dependientes de la tienda trajeron tantos productos del almacén al área de ventas, como les fué posible (regla 2).

Decidieron quitar los estantes superiores, a los cuales los clientes prestan poca atención (regla 3). Esto dio como resultado una exhibición agradable de mercancías, con todos los estantes llenos.

Al finalizar el primer día, sin embargo, algunos estantes quedaban vacíos nuevamente, y ya no había más productos en el almacén para llenarlos todos. ¿Qué podían hacer?

Ordenar mayores cantidades puede ser un error. Puede ser muy costoso conservar existencias mayores de lo necesario.

No, en vez de eso decidieron poner las mercancías en los estantes delante cada mañana. Esto produce la impresión que los estantes están llenos y la exhibición sigue siendo atractiva.



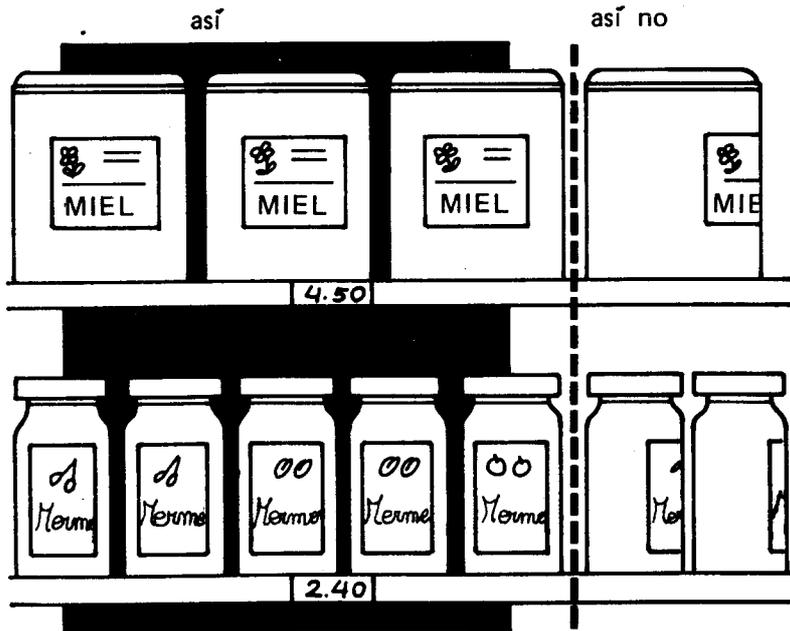


MUESTRE LAS "CARAS" DE LOS EMPAQUES.



Esta impresión probablemente se deba a que la tienda aplica otra de las reglas para la exhibición de mercancías.

Esta es una regla simple, pero muy importante: coloque siempre la "cara" de los empaques y latas hacia los clientes. El frente de un empaque es normalmente brillante, atractivo y fácilmente reconocido por los clientes, facilitando su compra.





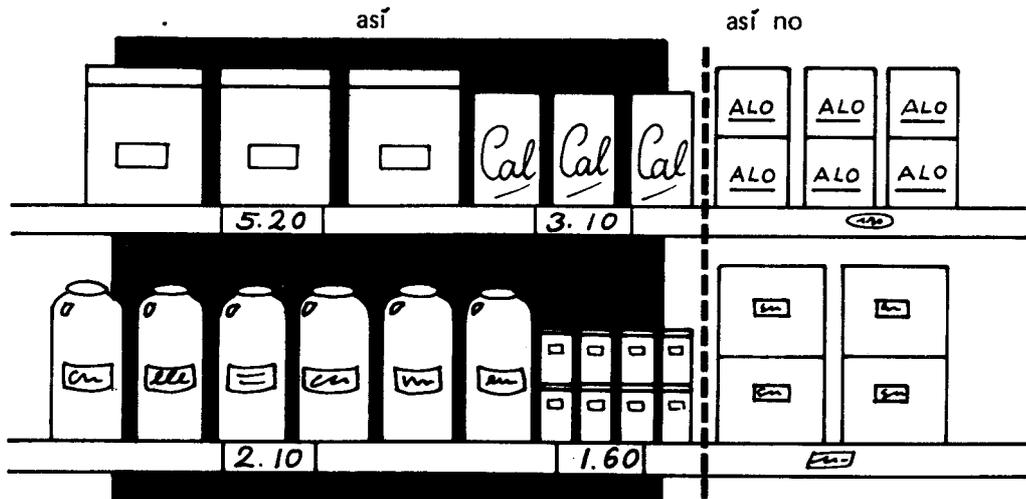
EXHIBA LOS PRECIOS CLARAMENTE



Para la mayoría de los clientes es muy importante conocer los precios de las mercancías que quieren comprar. Pero no a todos les agrada preguntar los precios.

Para ayudar a los clientes debe exhibirse el precio de cada artículo en su tienda.

El precio puede mostrarse en el borde del estante abajo de cada artículo. Las etiquetas con el precio deben ser lo suficientemente grandes para que los clientes puedan leerlas sin dificultad, desde el otro lado del mostrador.



¿Cómo se pueden fijar las etiquetas en los bordes de los estantes sin que se caigan pero se puedan cambiar fácilmente? Escriba sus sugerencias.



PERMITA QUE LOS CLIENTES SE ACERQUEN A LOS PRODUCTOS

Si esas cajas de cerillas se exhiben en los estantes detrás del mostrador, es poco probable que María pueda enterarse de su existencia. Pero si se colocan sobre el mostrador, podrá recordar comprarlas.



Es importante permitir que los clientes estén tan cerca como sea posible de las mercancías para hacer más accesible la compra de las mismas.

Por esto, se debe colocar el mostrador lo más cerca posible de los estantes, dejando suficiente espacio para que los dependientes hagan su trabajo adecuadamente. Si el mostrador es bastante grande se puede colocar pequeños artículos sobre él, preferentemente en vitrinas o jarras de cristal.



¿Existe alguna otra forma de permitir que los clientes se acerquen a los productos? Estudie el dibujo. Escriba sus propuestas.





ORGANICE "EXHIBICIONES ESPECIALES"

Imagine que usted puede ofrecer toallas a sus clientes a un precio razonable.

...o que usted tiene una gran cantidad de pescado enlatado el cual debe vender antes que pase mucho tiempo y ha decidido reducir su precio.

...o que quiere dar a conocer a los clientes una nueva marca de jugo de tomate.



¿Cómo informa usted a los clientes de esas ofertas especiales? Un método es: organizar "exhibiciones especiales" de tal manera que los clientes no puedan dejar de verlas. Podría exhibir los artículos sobre el mostrador, sobre una mesa enfrente del mostrador o en otro lugar adecuado. También es necesario colocar un bonito letrero o cartel con la información necesaria.

Esas exhibiciones sin duda atraen a los clientes, quienes encontrarán la tienda más interesante y vendrán a ver las ofertas especiales.



Para aprender a hacer letreros y carteles usted podría aprovechar el "Elemento didáctico MATCOM" titulado: "Aprenda a rotular".



MANTENGA LIMPIA LA EXHIBICION DE MERCANCIAS



Basta con que unos pocos artículos estén sucios o dañados para arruinar toda una exhibición. Los clientes no se sentirán atraídos; más bien se extrañarán de la mala condición de las mercancías de la tienda.

Por lo tanto, esta regla de la limpieza es la más importante de todas.

Es necesario inspeccionar las estanterías y vitrinas todos los días. Limpiar y eliminar el polvillo de los paquetes y los estantes cuando sea necesario. Retire usted de ellos todos los artículos que ya no luzcan nuevos y frescos.



Es una buena práctica vender a precio reducido los productos dañados tan pronto como se observe su deterioro.

Deshágase de todos los artículos demasiado deteriorados para ser vendidos. (Pero en este caso, asegúrese de seguir fielmente las instrucciones que el Consejo de Administración haya establecido para el deshecho de mercancías).

De hecho, la limpieza es una cuestión de tanta importancia en todas las ramas del comercio de distribución que todo el personal de una tienda cooperativa debería estudiar ese tema separadamente. MATCOM ha publicado otro Elemento Didáctico titulado "Higiene de la tienda". Usted debe leerlo.

EXHIBICIONES ATRACTIVAS - Resumen

Ya hemos estudiado las reglas de una exhibición atractiva. Vuelva atrás y léalas nuevamente. Se encuentran al principio de cada página.

Trate de memorizarlas. Las encontrará muy útiles en su trabajo diario.

Ahora debe comprender usted el significado y propósito de cada regla. Si exhibe sus mercancías de acuerdo a estas reglas, facilitará la compra a los socios de la cooperativa con el resultado de que comprarán más mercancías en su tienda. ¿Qué piensa usted de esto? ¿Es beneficioso para los socios exhibir las mercancías "atractivamente"? ¿Está de acuerdo con los principios cooperativos? ¿Qué pasaría si sus "exhibiciones" no fueran atractivas? ¿Encontrarían los socios aceptable una tienda poco atractiva?

Piense acerca de esas cuestiones y escriba sus comentarios, como una preparación para posteriores discusiones con sus compañeros.

COMO EXHIBIR LAS MERCANCIAS DE MANERA PRACTICA



Muchos dependientes de tiendas están muy cansados al final del día. Atender a los clientes en una tienda todo el día no sólo significa ser amable y ayudar a todo el mundo. También significa estar de pie mucho tiempo, acarreando mercancías, subiendo y bajando.

Organice su tienda de modo que no se malgaste energía. Una buena exhibición de los artículos puede incrementar las ventas y hacer su trabajo más fácil.



Para empezar, pensemos en las siguientes preguntas. Cada respuesta debe incluir al menos tres artículos.

- En su cooperativa, ¿qué mercancías demandan más tiempo para su manipulación?
- ¿Qué mercancías obligan a hacer un camino más largo?
- ¿Qué mercancías son las que más cansan o las más difíciles de manipular?

Ahora usted sabe qué mercancías ocasionan mayores problemas. El siguiente paso es saber qué es lo que se puede hacer. Quizás pueda usted exhibirlas de una forma diferente y hacer el trabajo más fácil.

Usualmente, es posible. Veamos algunas reglas más sobre la exhibición para que usted las aprenda. Pueden ayudarle a encontrar una solución a sus problemas.



COLOQUE LOS GRUPOS DE MERCANCIAS QUE SON MAS SOLICITADOS DONDE SE PUEDAN ALCANZAR FACILMENTE

El arroz, la leche, el azúcar y otros productos similares son generalmente los de más rápida venta y deben colocarse de manera tal, que los dependientes puedan encontrarlos fácilmente. El personal ahorrará energía y los clientes serán atendidos más rápidamente.

Pero sigue siendo necesario mantener los grupos de artículos juntos, de manera que el problema ahora es seleccionar los grupos de más venta y colocarlos allí donde se puedan alcanzar con facilidad.

?

Escriba los tres grupos de productos que más se piden en su tienda.



COLOQUE LOS ARTICULOS PESADOS CERCA DEL PISO

¿Preferiría usted colocar en la parte superior de un estante una caja de cervezas o un rollo de papel higiénico? La respuesta nos conduce a esta regla obvia.



USE EL CONTENIDO COMPLETO DE UNA CAJA CUANDO
LLENE LOS ESTANTES

Anteriormente, usted aprendió que la mayor cantidad de mercancías debe colocarse en el área de ventas, no en el almacén (regla 2). Esto puede significar mucho trabajo, si usted tiene que ir a buscarlas frecuentemente. ¿Cómo puede evitar esto?

- Primero, debe haber suficiente espacio en los estantes para cada artículo, de preferencia el suficiente para recibir el contenido completo de una caja. Calcule el espacio disponible en el estante de tal manera que en éste quepa aún una cantidad mayor de la que viene en la caja. Esto es porque aún puede haber mercancías viejas en el estante cuando lo llene.

Al llenar los estantes, traiga una caja del almacén, marque el precio de cada artículo y colóquelos todos sobre el estante. Ahora solo falta llevarse la caja vacía.

De esta manera el almacén contendrá principalmente cajas y paquetes grandes puede por lo tanto mantenerse limpio y bajo control más fácilmente.



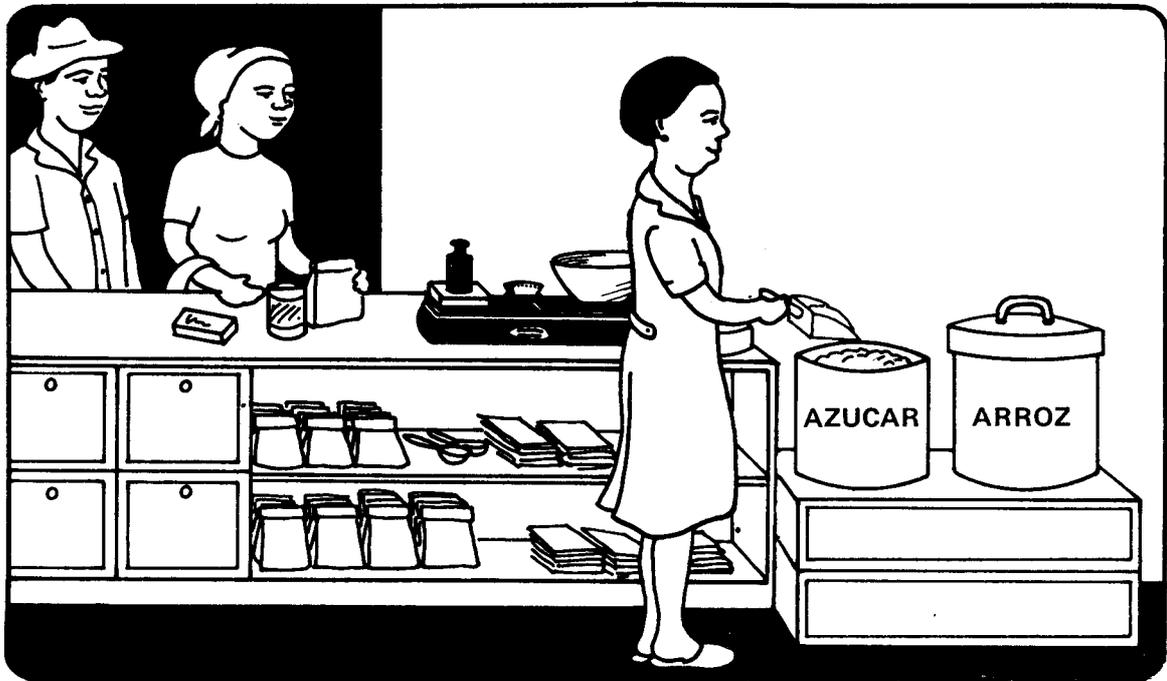
- Por supuesto, algunas cajas contienen más artículos que los que usted puede colocar en un estante en el área de ventas. Esto significa que debe dejar una parte en el almacén, pero trate de que sean poco estos casos.
- Por otra parte, algunas mercancías se venden rápidamente por lo cual usted debe preparar espacio en los estantes para el contenido de más de una caja.

Otro "Elemento didáctico MATCOM", titulado "Marcado de precios", tiene muchos consejos útiles sobre cómo llenar los estantes de una manera eficiente y cómoda.



LAS MERCANCIAS QUE HAY QUE PESAR DEBEN
COLOCARSE CERCA DE LA BALANZA

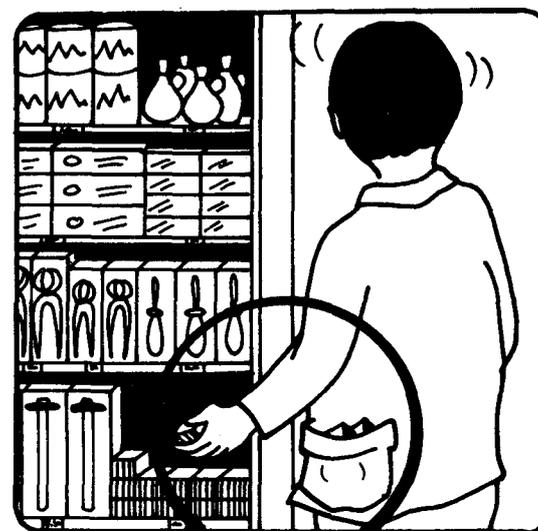
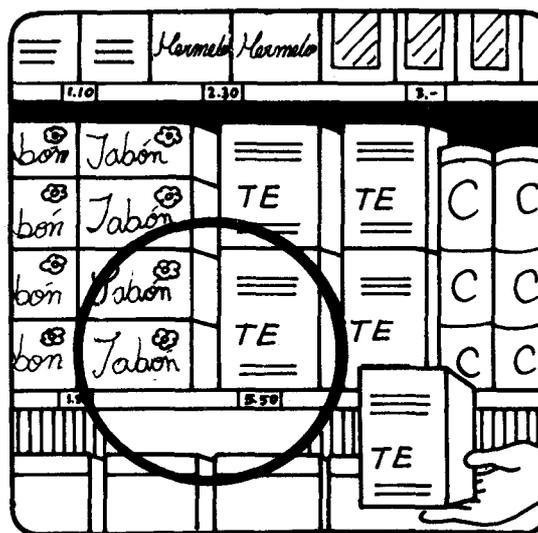
El arroz, la harina, la sal y otros productos similares son enviados a la tienda en grandes bolsas. Se puede ahorrar tiempo si se coloca su contenido en pequeñas bolsas para la venta. Pero algunas veces el preempacado no es posible; en ese caso debe usted pesar la mercancía para cada cliente en particular. Es importante entonces colocar los artículos cerca de la balanza.



NO COLOQUE LAS MERCANCIAS DIFERENTES UNA
DETRAS DE LA OTRA

No confunda a los clientes y a usted mismo colocando el té detrás del café, por ejemplo. Puede no encontrar el té cuando lo busque. Puede pensar que tiene mucho café en existencia, cuando realmente está casi agotado.

COMO EXHIBIR LAS MERCANCIAS DE MANERA SEGURA



Estas ilustraciones tienen algo en común: todas ellas muestran que las mercancías no se exhiben de manera segura.



Cada dibujo ilustra uno de cuatro riesgos: roturas, olores, deterioros ó robos. Escriba esos riesgos como títulos de las ilustraciones.

Estos cuatro riesgos se evitan si usted exhibe las mercancías adecuadamente. A continuación presentamos cuatro reglas que usted debe aprender y aplicar a fin de exhibir sus mercancías de manera segura.



EXHIBA LAS MERCANCIAS FRAGILES DE MODO QUE SE MINIMIZAN LAS ROTURAS

Algunos productos, como los contenidos en botellas de vidrio, por lo general se echan a perder si se caen al suelo.

Por consiguiente, evite colocar esos artículos, frágiles donde haya el riesgo de que alguien los haga caer.

- No los ponga cerca de una esquina.
- No los ponga en un lugar alto donde hay que estirarse para alcanzarlos.
- No los ponga cerca del borde de un estante.



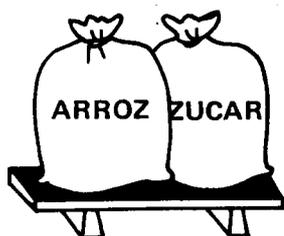
PONGA LAS MERCANCIAS DE FUERTE OLOR APARTE DE LOS ALIMENTOS

Si aquellas mercancías que despiden un fuerte olor se colocan cerca de alimentos como el pan, la harina o el té, los alimentos pueden afectarse con el olor. Más aún, pueden adquirir un mal sabor.

Usted debe identificar los productos con olores fuertes y asegurarse de que no se colocarán cerca de ningún alimento.



El jabón es un ejemplo de producto con olor fuerte. Escriba abajo algunos más de su tienda.



← NO LOS PONGA CERCA →





LO QUE ENTRA PRIMERO DEBE SALIR PRIMERO

Los alimentos frescos se descomponen, las latas se oxidan y agujerean, los artículos de goma se agrietan. Estos son ejemplos de lo que sucede a las mercancías que se tienen en la tienda demasiado tiempo. La causa puede ser una mala disposición en los estantes. Por ejemplo, si las pilas viejas se dejan sobre el estante por mucho tiempo, mientras se venden las nuevas; naturalmente las primeras pierden su poder. Los clientes se quejarán. Tales cosas no deben suceder. Venda toda la mercancía vieja antes de comenzar a vender la nueva. Veamos cómo una exhibición adecuada puede ayudarle en esto:

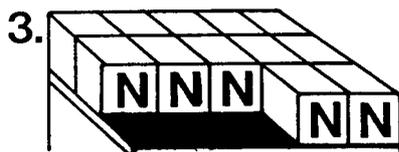
- Carmen vende leche en su tienda cooperativa. Pone gran cuidado para que los paquetes no se queden mucho tiempo en la tienda, ya que la leche puede agriarse. Observe usted cómo organiza la exhibición de la leche a fin de evitar ese riesgo:
- Cada mañana recibe un nuevo suministro de leche.
- A Carmen no le gusta estar sin este producto en la tienda. Así, cuando recibe un nuevo envío normalmente le queda leche del día anterior.
- ¿Qué hace con los paquetes del día anterior? Si los clientes pueden escoger, tomarán la leche fresca y dejarán los paquetes viejos. Estos no se venderían nunca.
- Sin embargo, la leche del día anterior todavía está en buenas condiciones. Sería una pérdida tirarla. Por eso debe venderse ahora, antes que sea demasiado tarde.
- Carmen, por lo tanto, coloca los paquetes del día anterior delante de los nuevos, lo que asegura que los que recibe primero se venden también primero.



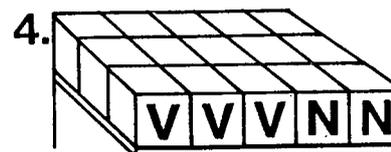
Quedan paquetes viejos.



Vacíe y limpie el estante.



Coloque los nuevos paquetes.



Coloque delante los paquetes viejos.



LOS ARTICULOS QUE PUEDEN SER HURTADOS NO DEBEN EXHIBIRSE DONDE SEA FACIL QUE LOS ROBEN

A veces la gente deshonesto, encuentra fácil robar productos en las tiendas. Es un grave problema en las tiendas de autoservicio, pero tampoco debe ignorarse en las tiendas en que los dependientes despachan al público.

Se puede reducir o prevenir los robos, si se cambia el arreglo de su exhibición. Analicemos el problema.

Primero piense en los productos que se roban con más frecuencia:

- Cosas pequeñas y fáciles de esconder en la ropa.
- Cosas caras que la gente quiere tener pero que no puede pagar.
- Cosas que se pueden vender fácilmente.

Después piense en los lugares de su tienda donde es fácil robar, por ejemplo:

- Los lugares que no son fácilmente vigilados por el personal.
- Lugares en los que él que roba puede escapar fácilmente.



Identifique algunas áreas de su tienda, en las que se pueda hurtar algo fácilmente. Descríbalas.



¿Qué piensa de lo siguiente? Un gerente compró algunas radios de transistores. Temía que se dañaran o las hurtaran, por lo que las colocó en un almacén. Sin embargo, colocó un cartel sobre el mostrador que decía: "Tenemos radios". Compare con la regla 2 y escriba sus comentarios.

COMO EXHIBIR PRODUCTOS QUE PUEDEN DESCOMPONERSE

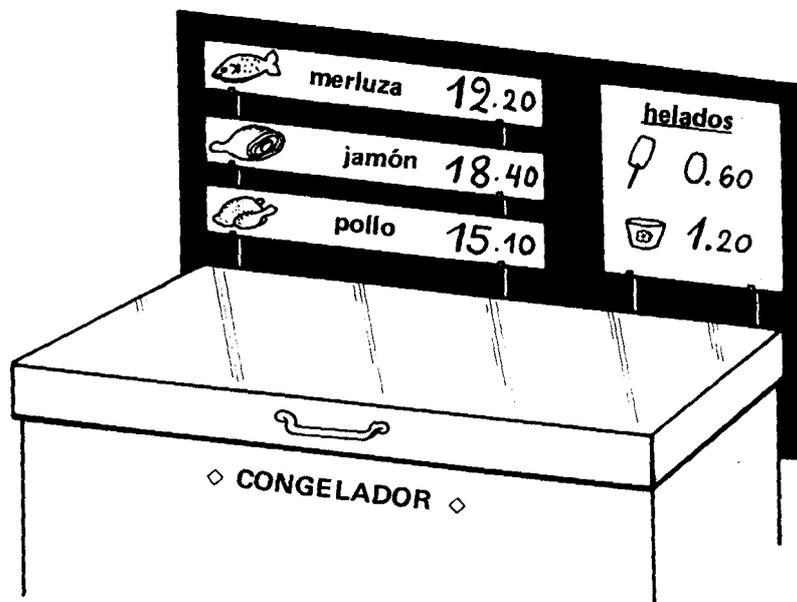
- Si usted vende carne o pescado fresco en su tienda debe mantenerlos en un refrigerador a una temperatura un poco por encima de 0 °C. De otra manera pronto se echarán a perder y a oler mal.
- Otros productos como la leche, los huevos, las verduras y el aceite se mantendrán frescos más tiempo en un refrigerador. Para estos artículos la temperatura debe ser un poco por debajo de +10 °C.
- Los productos congelados deben colocarse en un congelador a una temperatura de -20 °C, aproximadamente.

Aún cuando las mercancías se guardan en un refrigerador o congelador, las reglas para su exhibición deben seguirse al máximo posible. Considere el congelador o el refrigerador como una minitienda y exhiba los productos adecuadamente.

Es particularmente importante seguir la regla 16 ("venta primero lo que ha recibido primero"), también con los productos congelados. No crea que éstos pueden almacenarse para siempre.

Algunos congeladores tienen una tapa que impide que los clientes vean lo que hay dentro. Esto plantea un problema de exhibición.

Estudie el dibujo. Tal vez le dé algunas ideas para resolver ese problema.



LA EXHIBICION DE MERCANCIAS - RESUMEN

Existen muchas reglas para una satisfactoria exhibición de mercancías en una tienda. Usted acaba de aprender aquellas que son básicas.



Escriba las dieciocho reglas en los espacios abajo indicados, de modo que las tenga usted todas reunidas y pueda memorizarlas. Puede ser más fácil si las clasifica en tres grupos: reglas para la exhibición atractiva, la exhibición práctica y la exhibición segura.

- 1 _____
- 2 _____
- 3 _____
- 4 _____
- 5 _____
- 6 _____
- 7 _____
- 8 _____
- 9 _____
- 10 _____
- 11 _____
- 12 _____
- 13 _____
- 15 _____
- 16 _____
- 17 _____
- 18 _____

Verifique si hay alguna regla que no se esté siguiendo en su tienda actualmente. Si es así, señálela en su lista con una X.

COMO MONTAR UNA NUEVA EXHIBICION

Sin duda usted estará de acuerdo en que algunas reglas, como la de que "lo que entra primero debe salir primero", son fáciles de aplicar cuando se las conoce. Otras pueden necesitar más tiempo para su aplicación, sobre todo si involucran cambios importantes en el método actual de exhibición. Este es el caso de la regla 1 (exhibir las mercancías en grupos), regla 3 (exhibir las mercancías al nivel de la vista), regla 11 (exhibir el contenido completo de una caja), así como las reglas 15 y 18 (exhibir las mercancías en forma segura).

Si esas reglas no se aplican actualmente en su tienda cooperativa, comience a hacer los arreglos necesarios para montar una nueva exhibición. De otra forma pueden introducirse una serie de diversos cambios que solo servirán para confundir tanto a los clientes como al personal.

Por esto sugerimos un plan de trabajo que usted puede seguir al organizar un nuevo sistema de exhibición de artículos en su tienda.

PLAN DE TRABAJO PARA ORGANIZAR UNA EXHIBICION COMPLETAMENTE NUEVA

1. AGRUPAR MERCANCIAS

- Prepare una lista con todas las mercancías que generalmente se venden en la tienda.
- Clasifique los artículos en grupos (regla 1). Use la lista de la página 7 o prepare una propia.
- Siempre que note que un grupo es mucho más grande que los otros divídalo en sub-grupos.

2. PLANEAR LA EXHIBICION

- Dibuje la distribución del espacio que ofrecen los estantes (un diagrama para cada pared con estantes).

- Calcule el espacio necesario para cada grupo de mercancías.
- Teniendo en mente las reglas 2, 3, 7, 10, 11, 13 y 16 señale en los dibujos dónde debe estar cada grupo.

FRUTAS Y VERDURAS ENLATADAS	SOPAS	ALIMENTOS PARA BEBES	CEREALES PARA EL DESAYUNO
CARNE Y PESCADO ENLATADOS	ESPECIES	LECHE EN POLVO	GALLETAS
	ESPECIES		
MANTECA Y ACEITE	VINOS Y LICORES, JUGOS	CAFE, TE, CACAO	PAN
ACEITE	AZUCAR	GRANOS Y SEMILLAS	

ESTANTES DETRAS DEL MOSTRADOR

EN RECIPIENTES EN EL MOSTRADOR:

ARROZ
HARINA DE MAIZ
AZUCAR

ROPA	PAPELERIA
ROPA	ARTICULOS DE BAÑO
ARTICULOS PARA EL HOGAR	ARTICULOS DE LIMPIEZA E INSECTICIDAS
IMPLEMENTOS DE GRANJA	DETERGENTES

ESTANTES LATERALES

SOBRE EL SUELO:

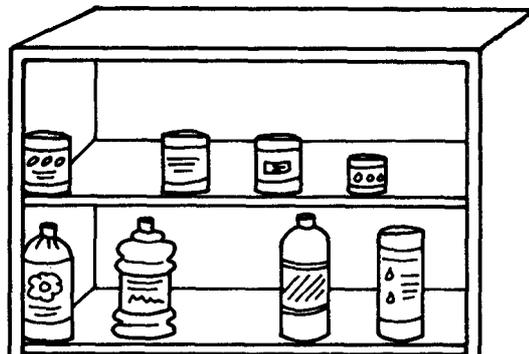
CERVEZA, REFRESCOS
KEROSEN

EN VITRINAS SOBRE EL MOSTRADOR:

CIGARRILLOS, CERILLAS
MEDICINAS
ARTICULOS DE PERFUMERIA
CAMELOS
PAPELERIA
FERRETERIA (PEQUEÑOS ARTICULOS)

ENSAYAR LA NUEVA EXHIBICION

- Vacíe y limpie todos los estantes en una sección de la tienda.
- Coloque una muestra de cada artículo sobre el estante que ha escogido para ellos. Deje suficiente espacio para colocar todo el contenido de una caja o paquete (regla 12).



Este es el aspecto de un ensayo de nueva exhibición.

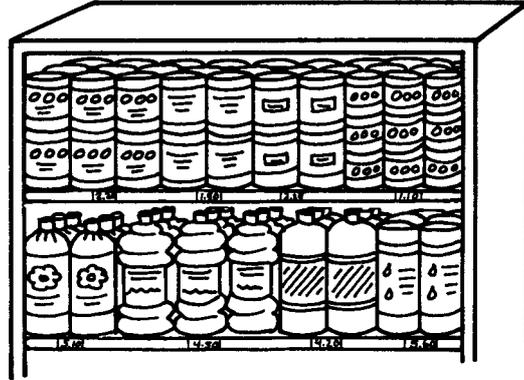
4. CONSTATAR QUE LA EXHIBICION ES SEGURA

- Haga los cambios que resulten necesarios (reglas 15, 16 y 18).

5. COMPLETAR LA EXHIBICION

- Llene los estantes (regla 5 y 14)
- Marque los precios (regla 6)

Aquí puede ver la misma sección con la exhibición completa.



REPITA LAS ETAPAS TRES A CINCO CON TODAS LAS DEMÁS SECCIONES DE SU TIENDA.

6. MONTAR EXHIBICIONES ESPECIALES

Vea la regla 8.

7. COMPROBAR

- Trate de ver la tienda como un cliente. ¿Cuál es la impresión general de la exhibición? Haga los cambios necesarios (reglas 1 a 9). Usted está ahora listo para recibir a los clientes.

8. CUIDAR LA EXHIBICION Y MANTENERLA ATRACTIVA

- Llene y limpie los estantes diariamente (reglas 4, 9, 14 y 17).

"AUTOEVALUACION"

Para que usted mismo compruebe que ha asimilado toda la información que contiene este folleto, conteste el siguiente cuestionario. Marque la respuesta que usted considera acertada para cada pregunta. Si alguna de las preguntas le plantea problemas, consulte nuevamente el capítulo correspondiente.



1. ¿Por qué se deben colocar los productos en grupos?
 - a. Para facilitar encontrar un artículo.
 - b. Para evitar que las mercancías resulten dañadas.
 - c. Para hacer más fácil el llenado de los estantes.

2. ¿Cuál es el mejor lugar para los productos con los cuales usted quiere llamar la atención de los clientes?
 - a. En los estantes más altos.
 - b. En los estantes a media altura.
 - c. En el estante más bajo.

3. ¿Para quiénes es valiosa una buena exhibición?
 - a. Únicamente para los clientes.
 - b. Únicamente para el personal.
 - c. Para el personal y los clientes.

4. ¿Dónde deberá usted colocar las mercancías que son más vendidas?
 - a. Cerca de la entrada.
 - b. Sobre el mostrador.
 - c. Donde sean fácilmente alcanzados por los dependientes.

5. ¿Cómo deberán colocarse las mercancías sobre los estantes?
 - a. Hacia el fondo de los estantes para tener una exhibición segura.
 - b. Hacia el frente de los estantes.
 - c. Hacia la mitad de cada sección.

6. ¿Qué significa la regla "lo que entra primero debe salir primero"?
 - a. Que el dependiente que fue empleado primero debe irse primero.
 - b. Que las mercancías que usted recibió primero deben ser vendidas primero.
 - c. Que el cliente que entre primero debe salir primero.

7. ¿Dónde preferiría colocar los productos frágiles?
 - a. Cerca de las esquinas.
 - b. En los estantes superiores.
 - c. En el medio de una estantería.
8. Si usted tiene que usar los estantes más bajos, deben ser utilizados para:
 - a. artículos bien conocidos.
 - b. artículos de más baja calidad.
 - c. artículos de precios muy altos.
9. ¿Cuál de los siguientes grupos es una agrupación lógica de artículos?
 - a. Pantalones, calcetines, pañuelos, lentes de sol.
 - b. Espejos, cepillos, collares, lentes de sol.
 - c. Vasos, jarras de cristal, lentes de sol.
10. Cuando usted llena un estante vacío debe tratar de poner en él todo el contenido de una caja ¿Por qué?
 - a. Porque la gente siempre pide cajas vacías.
 - b. En una caja las mercancías están bien protegidas.
 - c. Usted ahorra tiempo y esfuerzo y puede mantener en orden el almacén.
11. ¿Cómo deberán exhibirse las botellas de jarabe para la tos?
 - a. En los estantes más bajos.
 - b. Paradas, con la etiqueta hacia los clientes.
 - c. Tumbadas, para aprovechar el espacio.
12. ¿Dónde deberá colocarse el chile en polvo?
 - a. Con las cebollas y los pepinos.
 - b. Con la sal y la salsa de tomate.
 - c. Con los frijoles y los chícharos.
13. El kerosen puede echar a perder con su olor el arroz. Esto se puede evitar si
 - a. el kerosen se coloca en recipientes de metal.
 - b. las bolsas de arroz están cerradas.
 - c. el kerosen se coloca lejos del arroz.
14. ¿Para qué productos debe aplicarse la regla de "lo que entra primero debe salir primero"?
 - a. Verduras únicamente.
 - b. Comida enlatada y verduras.
 - c. Todos los artículos de la tienda.

EJERCICIOS COMPLEMENTARIOS

Si tiene usted un instructor para dirigir su estudio, le podría pedir que organice los siguientes ejercicios de grupo.

Ejercicios prácticos de grupo

1. Trabajo en una tienda con servicio en mostrador.

- a) Estudien la exhibición de las mercancías en una tienda de tamaño promedio. Compárenla con todas las reglas que se han indicado en este folleto. Escriban un informe crítico acerca de dicha exhibición.
- b) Preparen una lista con todos los artículos vendidos en la tienda. Divídanlos en grupos apropiados. Vean la etapa 1 del Plan de Trabajo (página 28).
- c) Planeen un sistema de exhibición para la tienda. Vean la etapa 2 del Plan de Trabajo (página 28-29).
- d) Exhiban los productos en una sección de la tienda de acuerdo a su nuevo plan. Vean las etapas 3 a 5 del Plan de Trabajo (página 29-30).

2. Exhibición de los precios

Obtengan algunas tablas, tales como las que se usan para los estantes en una tienda. Preparen algunas etiquetas de diferentes tipos y fíjenlas en los "estantes" mediante diversos métodos. Discutan las ventajas y desventajas de los diversos materiales y técnicas. Informen sobre sus hallazgos a sus compañeros.

3. Lista de control

Preparen una "Lista de artículos a exhibir" para el dependiente encargado de la exhibición de mercancías en una tienda de mediano tamaño donde se despacha en mostrador. Escriban paso a paso que debe hacer cada día a fin de controlar y cuidar la exhibición.

Discusiones en grupo :

4. Algunos problemas posibles

En la página 8 de este folleto ustedes prepararon una lista con algunos grupos de mercancías. Comparen sus propuestas en el grupo. Discutan las respuestas y luego comuníquenlas a los otros grupos.

5. Exhibiciones atractivas

Ustedes han escrito algunos comentarios sobre las preguntas de la página 17. "¿Es beneficioso para los socios exhibir mercancías atractivamente?, etc." Comparen sus comentarios en el grupo, discutan las preguntas y preparen un informe sobre las conclusiones del grupo.

OTROS MATERIALES DE CAPACITACION

Si usted desea aumentar sus conocimientos sobre exhibición de mercancías y otras cuestiones similares, le recomendamos que estudie también los siguientes Elementos Didácticos MATCOM.

EXHIBICION DE MERCANCIAS EN TIENDAS DE AUTO-SERVICIO

Aprenda usted a presentar los artículos de modo que "se vendan solos". ¿Y sabe usted lo que es el "arte de vender en silencio"? ¿Cómo se puede conseguir que los clientes se sirvan a si mismos más fácilmente y el personal del comercio manipule con mayor eficiencia las mercancías?



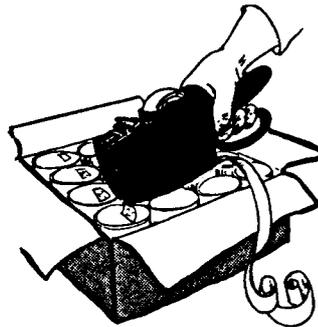
APRENDA A ROTULAR

Los rótulos y carteles de precios son muy útiles tanto para los clientes como para los vendedores. Con la ayuda de este folleto usted aprenderá a preparar rótulos atractivos.



MARCADO DE PRECIOS

Marcar precios en los artículos es una tarea más importante y consumidora de tiempo que lo que mucha gente piensa. Para ello se necesita un equipo adecuado y métodos de trabajo eficientes. Este folleto contiene toda la información necesaria.



PESO Y PREEMPAQUE

A veces las mercancías se reciben en grandes cajones o bolsas (azúcar, arroz, verduras, etc.). Para facilitar su venta y reducir pérdidas, es aconsejable, a menudo, reempacar esos artículos en pequeños paquetes de distintos tamaños y pesos, de modo que los clientes puedan comprar la cantidad que necesitan. Este folleto le enseñará a hacerlo.



MATCOM tiene la intención de publicar 24 folletos de auto-aprendizaje para la capacitación de gerentes, empleados y miembros de los órganos directivos de cooperativas de consumo, así como un manual-guía para los instructores de un curso formal de capacitación de dos semanas de duración. Lista completa de esos materiales:

	ISBN
FOLLETOS DE AUTO-APRENDIZAJE - Serie de "Elementos Didácticos" para gerentes, empleados y dirigentes de cooperativas de consumo:	
Principios básicos de economía para cooperativas de consumo	92-2-302224-X
Planeación y control del negocio	92-2-302222-3
Gestión de caja y de existencias	
Cálculo de precios	
Edificios y equipo para tiendas pequeñas	92-2-302177-4
Reglas básicas para exhibir mercancías	92-2-302067-0
Exhibición de mercancías en una tienda de auto-servicio	
Aprenda a rotular	92-2-303330-6
El surtido	
Pedidos	92-2-303088-9
Recepción de mercancía	
Higiene de la tienda	
Deterioro y preservación de alimentos	
Peso y preempaque	
Marcado de precios	
El arte de vender	92-2-302223-1
Robos en tiendas	
Cobrar y dar cambio	
Control de caja sin caja registradora	
Control de caja con caja registradora	
Mermas	92-2-302049-2
Registros de control de existencias	
Inventarios	
Organización del trabajo y gestión del personal	92-2-303268-7

NOTAS PARA EL INSTRUCTOR - Folleto que indica a los instructores cómo utilizar los "Elementos Didácticos" arriba listados.

GESTION DE COMERCIOS MINORISTAS - Curso completo de dos semanas presentado en forma de "Manual para el instructor" en una carpeta anillada. Para cada lección hay una "guía para el instructor", copias separables de estudios de casos y otros ejercicios e instrucciones para los participantes.

* Al editar este folleto se han publicado los títulos listados con ISBN.

Los materiales de capacitación MATCOM pueden adquirirse encargándolos a la dirección siguiente:

Publicaciones de la OIT
Oficina Internacional del Trabajo
CH-1211 GINEBRA 22, Suiza.