



**UF0034. Animación y presentación del producto en el punto de venta**

## **Objetivos**

---

### □ **Objetivos generales**

- Intervenir en la implantación y animación aplicando los criterios establecidos por la empresa y la normativa vigente.
- Informar a la Dirección Comercial/ Jefatura de las actividades de venta transmitiendo sugerencias y conclusiones.

### □ **Objetivos específicos**

- Aplicar procedimientos de organización e implantación en el punto de venta físico en función de unos criterios comerciales previamente definidos.
- Confeccionar informes derivados de la actuación en la venta, de acuerdo con objetivos definidos.
- Aplicar las técnicas de empaquetado y embalado siguiendo criterios definidos.

## Contenidos

UF0034. Animación y presentación del producto en el punto de venta	Tiempo estimado
<p><b>Unidad 1:</b> Organización del punto de venta.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conceptos básicos de la organización y distribución de espacios comerciales. La implantación de productos.               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Arquitectura del establecimiento.</li> <li>○ Disposición del mobiliario.</li> </ul> </li> <li>• Criterios de implantación del producto.               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Compra como “tarea” o como “placer”</li> <li>○ Principios para la colocación del producto en autoservicios.</li> <li>○ Zonas diferenciadas en el establecimiento.</li> <li>○ Distribución de secciones en el punto de venta.</li> <li>○ Factores a tener en cuenta en la ubicación de secciones.</li> </ul> </li> <li>• Comportamiento de la clientela en el punto de venta.               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Dónde situar la puerta de entrada.</li> <li>○ Características de las puertas de entrada.</li> <li>○ Estudio de la circulación y recorrido.</li> <li>○ Factores que influyen en el itinerario.</li> <li>○ Factor para la señalización: velocidad de la marcha.</li> <li>○ Factor para la señalización: duración de la compra.</li> </ul> </li> <li>• Espacio comercial.               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Pasillos.</li> <li>○ Las secciones.</li> <li>○ El escaparate</li> <li>○ Hurtos en el punto de venta.</li> </ul> </li> <li>• Determinación del surtido en la gestión del lineal.               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Presentación del producto y dimensiones del surtido.</li> <li>○ Elección del surtido.</li> <li>○ Codificación del surtido.</li> <li>○ Promociones y productos gancho.</li> <li>○ Facing.</li> <li>○ Rotación de productos en el lineal.</li> <li>○ Reposición: concepto y repercusiones.</li> </ul> </li> <li>• Distribución de familias de artículos en el lineal.               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Grado de atracción de las familias de productos.</li> <li>○ Concepto de universo.</li> </ul> </li> <li>• Orden y limpieza en el punto de venta.               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Plan de higiene.</li> <li>○ Plan de seguridad.</li> <li>○ Accidente de trabajo.</li> <li>○ Riesgo y enfermedad de trabajo.</li> <li>○ Orden y limpieza en el punto de venta.</li> </ul> </li> </ul>	

Cuestionario de Autoevaluación UA 01	<b>30 minutos</b>
Actividad de Evaluación UA 01	<b>1 hora</b>
Tiempo total de la unidad	<b>23 horas</b>
<p><b>Unidad 2:</b> Animación básica en el punto de venta.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Animación en el punto de venta. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Respuestas hacia la atmósfera en el punto de venta.</li> <li>○ Factores que influyen en el buen ambiente.</li> <li>○ Medios para la animación del punto de venta.</li> </ul> </li> <li>• Equipo y mobiliario comercial básico. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Góndolas.</li> <li>○ Expositores.</li> <li>○ Vitrinas.</li> <li>○ Diseño de las vitrinas.</li> <li>○ Componentes de las vitrinas: fondo, piso, techo y laterales.</li> <li>○ Componentes de las vitrinas: mercancía, iluminación, accesorios y avisos.</li> <li>○ Cabecera y lineal.</li> <li>○ Peligro de incendio en el montaje.</li> <li>○ Normas generales del uso de herramientas manuales.</li> </ul> </li> <li>• Presencia visual de los productos en el lineal. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Niveles de colocación del producto.</li> <li>○ Implantación vertical u horizontal del producto.</li> <li>○ Información del producto en el establecimiento.</li> <li>○ Etiquetado de los productos.</li> <li>○ Precios.</li> <li>○ Factores externos condicionantes del precio.</li> <li>○ Promociones.</li> <li>○ Normativa legal de precios y promociones.</li> </ul> </li> <li>• 4. Publicidad y promoción en el lugar de la venta. <ul style="list-style-type: none"> <li>Cartelística. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Tipos de publicidad.</li> <li>○ Objetivos de la publicidad.</li> <li>○ Aspectos que influyen en la publicidad.</li> <li>○ Acciones de promoción.</li> <li>○ Cartelística en el punto de venta.</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>• Calentamiento de zonas frías en el punto de venta. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Métodos físicos y psicológicos para calentar puntos fríos.</li> </ul> </li> <li>• Máquinas expendedoras: vending. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Características del vending.</li> <li>○ Ventajas e inconvenientes del vending.</li> <li>○ Elementos a figurar en el vending.</li> </ul> </li> </ul>	
Cuestionario de Autoevaluación UA 02	<b>30 minutos</b>

Actividad de Evaluación UA 02	<b>1 hora</b>
Tiempo total de la unidad	<b>22 horas</b>
<p><b>Unidad 3:</b> Presentación y empaquetado de productos. Informes comerciales sobre la venta.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Empaquetado comercial. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Tipo y finalidad de empaquetados.</li> <li>○ Objetivos y funciones del empaquetado de productos.</li> <li>○ Envase de presentación: características.</li> <li>○ Envoltorios para regalos: características.</li> <li>○ Empaquetado de campañas comerciales.</li> <li>○ Empaquetado de conservación.</li> <li>○ Bolsas de plástico.</li> <li>○ Bolsas de papel y ecológicas de tela.</li> </ul> </li> <li>• Técnicas de empaquetado/envasado y utilización de materiales para el empaquetado. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Objetos redondos y cilíndricos.</li> <li>○ Otros tipos de objetos.</li> </ul> </li> <li>• Utilización de materiales para el empaquetado. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Tipos de papel y cartón.</li> <li>○ Tijeras, pegamento y adhesivos.</li> <li>○ Optimización del uso de materiales: eficiencia y calidad.</li> <li>○ Colocación de adornos: plantillas y acabados.</li> <li>○ Tipos de lazos.</li> </ul> </li> <li>• Los informes comerciales: concepto finalidad y estructura. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Estructura de un informe.</li> <li>○ Informe de visitas y de itinerario de ventas.</li> <li>○ Informe de ventas.</li> <li>○ Elaboración de informes comerciales.</li> </ul> </li> </ul>	
Cuestionario de Autoevaluación UA 03	<b>30 minutos</b>
Actividad de Evaluación UA 03	<b>1 hora</b>
Tiempo total de la unidad	<b>14 horas</b>
Evaluación final	<b>1 hora</b>
<b>3 unidades</b>	<b>60 horas</b>