Unidad 4 · Que se vea y se encuentre: lineal, precios y escaparate

Resumen · Libro del alumno, págs. 57–72

El **lineal** se ordena por familias y por alturas: lo que más se vende, a la vista; lo que se coge fácil, a la mano; lo pesado, abajo. La tienda **repone cuando queda un tercio o menos** de la capacidad: reponer = capacidad − unidades que quedan (12 − 4 = 8 balones; 30 − 9 = 21 camisetas). La etiqueta lleva el **precio final con IVA** (esterilla: 15,90 €). Con el 20 % la esterilla queda en **12,72 €** (ahorro 3,18 €). El escaparate lleva cinco artículos y una idea: 68,47 € en total.

4.1 · El lineal: qué es y cómo se ordena

- **Un lineal ordenado.** Si el cliente no lo ve, no lo compra. Un buen lineal tiene familias juntas, el producto de frente, la etiqueta debajo y lo pesado abajo.
- **Qué es el lineal.** El **lineal** es el mueble o la estantería de la sala de ventas donde se exponen los productos.
- **Las tres alturas.** Según la altura, el producto se ve y se coge mejor.
- **Familias de producto.** Una **familia** es un grupo de productos parecidos.
- **Dar frente. Dar frente** es colocar cada producto con su parte delantera hacia el cliente, alineado con el borde del estante.
- **Las tallas.** En ropa y calzado se ordena de la talla más pequeña a la más grande, de izquierda a derecha.

4.2 · Reponer sin dejar huecos

- **Fórmula de reposición.** a reponer = capacidad − unidades que quedan
- **Qué es reponer. Reponer** es llevar producto del almacén al lineal cuando se vende.
- **Capacidad del lineal.** La **capacidad** es el número de unidades que caben en el lineal bien colocadas.
- **Cuándo se repone.** La tienda tiene una regla: se repone cuando queda **un tercio o menos** de la capacidad.
- **Cuánto se repone.** Se repone hasta llenar el lineal:
- **Símbolos de las cajas.** Antes de abrir una caja, lee sus símbolos.

4.3 · El precio y la etiqueta

- **Precio final.** El **precio de venta** es el precio final que paga el cliente.
- **Documento 1 · Etiqueta de la esterilla en oferta.** (ficticia)
- **Etiquetas para todas las personas.** Anatolia es una clienta que usa silla de ruedas y no alcanza los estantes altos.

4.4 · Promociones sencillas

- **Ahorro y precio nuevo.** El porcentaje no es el precio. Un 20 % de descuento en 15,90 € no es 15,90 − 20 = −4,10 €. Es 15,90 − 3,18 = 12,72 €.
- **Qué es una promoción.** Una **promoción** es una oferta por tiempo limitado: por ejemplo, un descuento.
- **El precio de antes, siempre verdadero.** El precio de antes es el menor que se cobró en los 30 días anteriores (Ley 7/1996, art. 20.1).
- **Carteles claros.** Un buen cartel de oferta lleva:

4.5 · El escaparate

- **Qué es el escaparate.** El **escaparate** es el cristal de la tienda que da a la calle, con los productos colocados para que los vean las personas que pasan.
- **Qué ve la gente.** Quien pasa por la calle mira el escaparate unos pocos segundos.
- **El cartel de la idea.** Es una frase muy corta, de pocas palabras, con letra grande.
- **Montar con seguridad.** Usa una escalera estable y abierta del todo, y no te estires hacia un lado.

CASO RESUELTO · LINEALES, ETIQUETA Y ESCAPARATE DEL 21/04

Se reponen **8 balones** (almacén: 13) y **21 camisetas** (almacén: 43). La esterilla pasa de 15,90 € a **12,72 €** con el 20 % (ahorro: 3,18 €). El escaparate lleva cinco artículos con sus precios, que suman **68,47 €**.

NO CONFUNDAS

- Precio sin IVA (13,14 €) y precio de venta (15,90 €).
- El porcentaje de descuento (20 %) y el ahorro en euros (3,18 €).
- Un descuento del 20 % no es restar 20 € al precio.

DÓNDE SE EXPLICA EN EL LIBRO

- **4.1** El lineal · 59–60
- **4.2** Reponer · 61–62
- **4.3** Etiqueta de precio · 62–64
- **4.4** Promociones · 64–65
- **4.5** Escaparate · 65–66

Material complementario del libro del alumno. Las personas, empresas y situaciones de los casos son ficticias, salvo que se indique otra cosa.