



MINISTERIO  
DE EDUCACIÓN, CULTURA  
Y DEPORTE



FONDO SOCIAL EUROPEO  
El FSE invierte en tu futuro

SECRETARÍA DE ESTADO DE  
EDUCACIÓN, FORMACIÓN  
PROFESIONAL Y UNIVERSIDADES

DIRECCIÓN GENERAL  
DE FORMACIÓN PROFESIONAL

INSTITUTO NACIONAL  
DE LAS CUALIFICACIONES

## GLOSARIO DE TÉRMINOS

### CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: COM158\_3 IMPLANTACIÓN Y ANIMACIÓN DE ESPACIOS COMERCIALES

**Adhesivos:**

Pegatinas que se fijan a las estanterías para atraer la atención del cliente sobre precios o promociones.

**Amplitud del surtido:**

Número de líneas de productos que vende el establecimiento.

**Animación en el punto de venta:**

Actividades que se realizan para desarrollar las ventas, dando vida al establecimiento y haciéndole más atractivo para los clientes reales y potenciales.

**Área de atracción comercial:**

Zona que rodea al establecimiento, en la que se encuentran los clientes reales y posibles del mismo. Puede ser de dos tipos: teórica y real.

**Autoservicio:**

Establecimiento con una dimensión entre 30 y 60 metros cuadrados de sala de venta, que vende en régimen de libre servicio.

**Banderolas:**

Tiras de papel que se colocan en el techo o en las paredes para atraer la atención de los clientes a las zonas de promoción.

**Blister:**

Mueble expositor en el que los productos están insertados mediante un sistema de varillas metálicas.

**Bull basket:**

Jaula metálica en la que se exponen los productos de manera desordenada.

**Carteles:**

Estructuras de cartón, plástico u otro material que situados estratégicamente en el establecimiento comercial informan al cliente de ofertas, situación de promociones, productos, entre otros.

**Chek out:**

Caja registradora situada en la salida del establecimiento.

**Chek out stand:**

Mueble expositor situado delante de la caja registradora.

**Codificación del surtido:**

Asignación que se otorga a cada una de las referencias que componen el surtido un código que las diferencia entre sí.

**Código de barras:**

Tipo de identificación basada en la representación mediante un conjunto de líneas paralelas



verticales de distinto grosor y espaciado que en su conjunto contienen una determinada información.

**Comportamiento del consumidor:**

Actuación, proceder de las personas relacionada con la adquisición de bienes y servicios para satisfacer necesidades.

**Comprador/consumidor:**

Persona física o jurídica que realiza el acto de adquisición de un producto o servicio, para sí misma o para otros, a cambio del pago de una cantidad de dinero.

**Contenedores-presentadores:**

Mobiliario diseñado por el fabricante aprovechando todo el espacio disponible del mueble para incrementar la publicidad del producto en el establecimiento comercial.

**Cronograma:**

Gráfica cuyo eje de abscisas está dividido en fracciones cronológicas (días, semanas, entre otros.), de modo que registre las variaciones en el curso del tiempo del hecho estudiado, que se representa en el eje de ordenadas.

**Cuello de botella:**

Punto donde se producen estrangulamientos o aglomeraciones que dificulten la velocidad de circulación dentro del establecimiento comercial.

**Displays:**

Material de presentación de un producto que puede ser de diferentes materiales como cartón, plástico, madera, entre otros.

**Distribuidor:**

Empresa intermediaria entre el fabricante y el consumidor, que compra y vende diversos productos para obtener un beneficio.

**Embalaje:**

Recipiente que contiene productos de manera temporal, principalmente para agrupar unidades de un producto pensando en su manipulación, transporte y almacenaje.

**Embalajes presentadores:**

Tipo de embalaje que con una pequeña modificación permite la exhibición de productos.

**Expositor:**

Mueble en el que se exhiben productos destinados a la venta, o material promocional como folletos, catálogos o pequeñas revistas disponibles para el cliente.

**Familia:**

Grupos de artículos que presentan una cierta homogeneidad en función de su composición, características, utilización, entre otros. Normalmente responden a una misma necesidad del consumidor.

**Facing:**

Superficie que una unidad de producto ocupa en la estantería.

**Flecha:**

Elemento gráfico en forma de flecha que sirve para dirigir al cliente hacia las zonas de promoción.

**Flujo de circulación:**

Tendencia de los clientes, una vez dentro del establecimiento, a dirigirse hacia la derecha y circular en sentido contrario a las agujas del reloj.

**Góndola:**

Muebles (estanterías) para presentación vertical de los productos. Se llaman así por la forma que asemeja a este tipo de embarcación, redondeada en los extremos. Cuando se habla de presentación horizontal, de longitud de exposición de los productos, se denomina lineal.

**Isla:**

Espacio donde se sitúan los productos, fuera de las góndolas.

**Logotipo:**

Grafismo utilizado para diferenciar una marca.

**Marketing-mix:**

Proceso consistente en la combinación y coordinación de las variables del marketing (producto, precio, promoción y distribución), para la obtención de los objetivos propuestos.

**Merchandising:**

Técnica empleada para la optimización de las ventas.

**Peg borrad:**

Tabla perforada que se coloca verticalmente en las góndolas y que sirven para exponer productos envasados que disponen de orificio para su inserción.

**Plan de Marketing:**

Documento de trabajo, escrito, ordenado, definido y periódico, que combina con precisión los elementos del marketing-mix.

**Proceso de decisión de compra:**

Etapas por las que puede pasar una persona desde que siente el deseo de comprar algo hasta que realiza la compra y consume o disfruta lo adquirido.

**Promoción:**

Actividades que tratan de estimular la demanda a corto plazo de un producto o servicio, mediante la utilización de incentivos materiales o económicos.

**Publicidad:**

Comunicación realizada por una persona física o jurídica, en el ejercicio de un actividad



comercial, industrial, artesanal o profesional con el fin de promover la contratación de bienes, servicios, derechos y obligaciones.

**Publicidad en el lugar de venta (PLV):**

Acción promocional realizada en materiales y soportes determinados (elementos de mobiliario, elementos visuales, audiovisuales, sonoros, entre otros.).

**Puntos calientes:**

Emplazamientos o zonas donde la venta de cualquier producto expuesto es mayor, por metro lineal, que la venta media del establecimiento.

**Puntos fríos:**

Lugares del establecimiento cuyo rendimiento, en el nivel de ventas, está por debajo de la media general.

**Rentabilidad bruta:**

Ratio que mide la proporción entre el beneficio obtenido con la promoción y los recursos invertidos en ella.

**Rotación de stock:**

Ritmo con el que las existencias de un determinado producto se renuevan en un período de tiempo determinado.

**Rótulo comercial:**

Signo o denominación que sirve para dar a conocer al público un establecimiento y para distinguirlo de otros destinados a actividades idénticas o similares. Regulado por la Ley de Marcas.

**Rotura de stock:**

Situación producida por la falta de existencias en el almacén para cubrir una demanda.

**Self extender:**

Elementos del mobiliario que consiguen que los productos expuestos sobresalgan del lineal.

**Zona caliente:**

Emplazamiento de circulación natural que será recorrida por todo comprador que entre a la tienda.

**Zona fría:**

Lugar de menor venta, situada generalmente fuera del flujo de circulación y sobre la que se actúa para incrementar su atractivo comercial.