

21
Bershka

Informe

Realizado por:

Andrés Mayz Marval

Jesús Andrés Diago

ÍNDICE

1) Sobre el trabajo	<u>03</u>
• Explicación de la temática	
2) Introducción	<u>04</u>
• a qué nos dedicamos	
3) Composición del surtido	<u>05</u>
• Presentación del surtido y organización en secciones, familias, subfamilias y referencias	
4) Planograma y organización física del surtido	<u>06</u>
• Dibujo de un planograma de la superficie comercial	
• Cómo organiza el surtido en el establecimiento comercial.	
• Puntos positivos y negativos.	
5) Mobiliario	<u>12</u>
• Tipos de mobiliario que hay en el establecimiento comercial	
• Sensación que nos transmite, sentido de circulación, aprovechamiento del espacio.	
6) El lineal	<u>13</u>
• Uso de los niveles para exponer los productos	
• Tipo de presentación que utiliza	
• Sensación que nos transmite, circulación, aprovechamiento del espacio.	
7) Conclusiones	<u>14</u>
• Resumen general de los aspectos positivos y negativos enumerados en los apartados anteriores	

1) SOBRE EL TRABAJO

Este trabajo está orientado en base a la temática de análisis interior de un espacio comercial, específicamente de la tienda de ropa **Bershka** en el centro comercial **Ruta de la Plata**.

Para ello, nos hemos basado en nuestra experiencia personal en el establecimiento comercial.

2) INTRODUCCIÓN

En el presente documento nos dedicaremos a hacer un exhaustivo análisis interior de un establecimiento. En este caso en concreto, se basará en la tienda de ropa **Bershka**.

Nuestro estudio abarcará factores básicos como la estructura y distribución del local, hasta detalles más técnicos como la iluminación, música y temperatura que influyen al consumidor a comprar más.

La finalidad es averiguar la funcionalidad y la forma en la que están aplicadas estas estrategias en este establecimiento comercial en concreto.

3) COMPOSICIÓN DEL SURTIDO

La presentación del surtido en Bershka sigue una estructura que incluye secciones para hombres y mujeres, cada una dividida en varias categorías, familias y subfamilias. Estas secciones suelen abordar diferentes tipos de prendas, estilos o categorías específicas de productos. Por lo que pudimos observar, era de la siguiente manera:

1. **Secciones:** a tienda solo dispone de dos secciones, las cuales son la sección de mujer y la sección de hombre, siendo la primera la que mayor superficie abarca en toda la tienda, quizás entre el 80 y el 90%. Y se encuentra nada más al entrar, estando la sección masculina al fondo. Creemos que esto se debe a que hay mayor público femenino y más variedad de prendas y estilos. Se puede observar claramente en el estilo de ropa de uno y de otro, en la sección de hombres abunda un estilo de ropa básico y poco arriesgado, sin embargo en el de mujeres es todo lo contrario.

- Mujeres
- Hombres

2. **Categorías y familias:**

- Ropa (dividida en categorías como camisetas, pantalones, vestidos, etc.)
- Calzado
- Accesorios (bolsos, joyería, bufandas, etc.)
- Colecciones especiales o temáticas (por temporada, colaboraciones, etc.)

3. **Subfamilias:**

- Dentro de la ropa, por ejemplo, podría haber subfamilias como "Camisetas" con distintos estilos, cortes o temáticas.
- En calzado, podría haber subfamilias como "Zapatillas deportivas", "Botas", etc.

4. **Referencias:**

- Cada producto individual se identifica por una referencia específica que incluye detalles como el modelo, color, talla, etc.

4) Planograma y organización física del surtido

Para la realización del boceto se han tenido en cuenta los siguientes factores:

- **Puerta de entrada y de salida:** En este establecimiento comercial la entrada y la salida es a través de la misma puerta, esta es ancha, lo que permite el correcto flujo de entrada y salida.

A pesar de que no está claramente señalizada la entrada y la salida, cuenta con un sistema antihurto en el que uno de ellos se ubica justo en medio creando la ilusión de que un espacio hace de entrada y uno hace de salida.



- **Zonas:** En el establecimiento detectamos el escaparate, la línea de caja y probadores.

El escaparate es amplio debido a unas grandes cristaleras a ambos lados de la entrada que permiten ver todo el interior de la tienda.

La línea de caja se ubica a mano izquierda si nos paramos de frente a la tienda. Está estratégicamente colocada en este sitio ya que está entre los probadores y la salida, además de aprovechar el sentido de circulación de la tienda.



- **Puntos calientes y fríos:**

Debido al horario en el que acudimos a la tienda, no nos pudimos hacer una visión clara de los puntos calientes y fríos. Sin embargo, según nuestra experiencia y análisis, creemos que son los siguientes:

Puntos calientes sección hombres: está ubicada al fondo incluyendo la pared de la derecha. En ella hay pantalones, jerseys y sudaderas, básicamente ropa de temporada.

Puntos fríos sección hombres: se sitúa principalmente en la esquina izquierda, las prendas son principalmente camisetas estampadas con dibujos, lo que implica que esté dirigido a un grupo selecto que le guste llevar este estilo.

Puntos calientes sección mujer: entrando a la derecha en casi toda la pared tenemos lo que consideramos que es el punto caliente de esta sección. En esta zona encontramos promociones y ofertas, además de ropa principalmente de invierno y complementos.

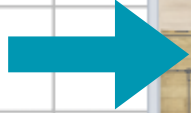
Puntos fríos sección mujer: podemos visualizarlo al fondo a la izquierda pasando el mostrador, esta zona está más apartada y poco visible. También podemos destacar una pequeña zona en el centro cerca de la entrada en donde se ubican vestidos holgados fuera de temporada.

PUNTO FRIO

PUNTO CALIENTE

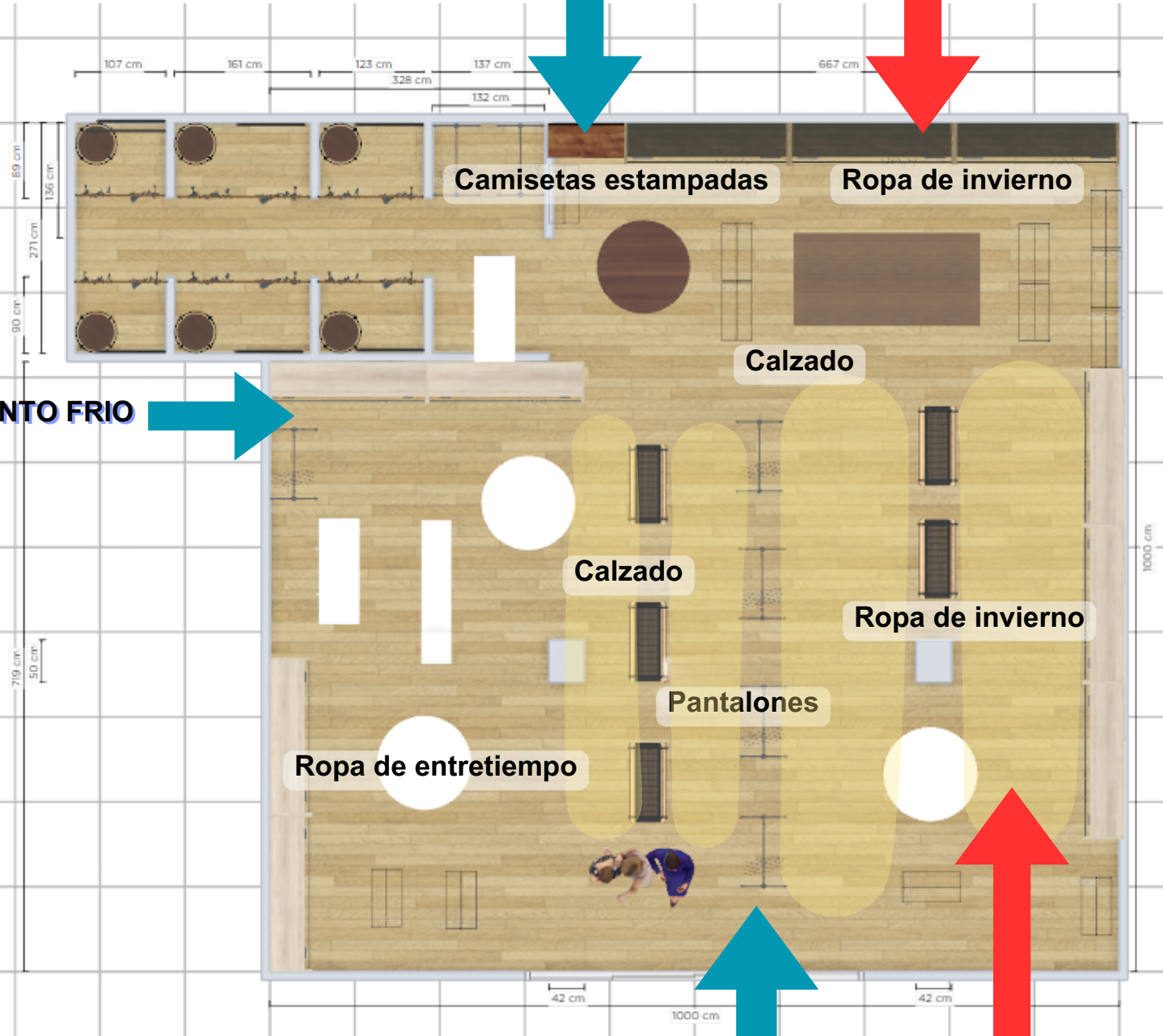
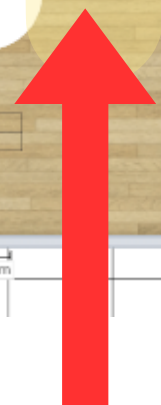
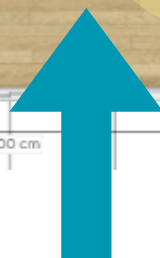


PUNTO FRIO



PUNTO FRIO

PUNTO CALIENTE



Pasillos

Los probadores están situados al fondo a la izquierda, rodeado de obstáculos y prendas seguramente con la finalidad de hacerse con el mayor número posible de productos.

