

ANÁLISI DEL ESTABLECIMIENTO COMERCIAL: MERCADONA

Gestión de productos y promociones en el punto de venta

Pablo Prada Perdigón
Lucas del Río Barandiarán



ÍNDICE

 1) TEMÁTICA DEL TRABAJO	 5) MOBILIARIO
 2) INFORMACIÓN	 6) EL LINEAL
 3) COMPOSICIÓN DEL SURTIDO	 7) CONCLUSIONES
 4) PLANOGRAMA Y ORGANIZACIÓN FÍSICA DEL SURTIDO	 8) BIBLIOGRAFÍA

1) TEMÁTICA DEL TRABAJO



En este trabajo hemos realizado una visita al Mercadona situado en el centro comercial de Ruta de la Pata para analizar muchos aspectos como el mobiliario, las secciones... que más adelante lo desarrollaremos.

2) INFORMACIÓN

Mercadona es una de las principales compañías de supermercados físicos y online en España que tiene por objetivo asumir la responsabilidad de brindar al cliente la mejor opción para satisfacer sus necesidades de alimentación, cuidado del hogar, cuidado personal y cuidado de animales.

Fundada en 1977 por el Grupo Cárnicas Roig, actualmente dispone de 1.626 tiendas en toda España y 47 en Portugal, y una plantilla de 99.000 personas. Su presidente ejecutivo y máximo accionista es Juan Roig Alfonso.



MERCADONA

3) COMPOSICIÓN DEL SURTIDO

El Mercadona del Ruta de la Plata tiene un total de 12 secciones y cada sección está dividida en familias:



LISTO PARA COMER

Arroces, hamburguesas, pizzas... Toda esta comida ya está hecha y no hace falta cocinarla, una vez que lo compras ya lo puedes comer.



COMIDA PREPARADA

Las familias de esta sección son comidas precocinadas como pizzas, lasañas, arroces, las familias son muy parecidas a la sección de Listo para comer, la diferencia es que esta comida no te la puedes comer hasta que la metas en el microondas para que se caliente.



FRUTAS Y VERDURAS

Las familias son frutas (sus subfamilias serían plátanos, manzanas, peras...) y verduras (sus subfamilias serían lechugas, tomates, zanahorias...)

3) COMPOSICIÓN DEL SURTIDO



CONGELADOS

Sus familias son comidas precongeladas y en esta sección también se encuentran los hielos.



PESCADERÍA

Sus referencias son: lenguado, lubina, rodaballo...



CHARCUTERÍA

Jamón, queso, chorizo.... En esta sección tienen una zona con cortadores de jamón para que te puedas llevar el jamón recién cortado.

3) COMPOSICIÓN DEL SURTIDO



CARNICERÍA

Las familias serían: ternera (las subfamilias serían solomillo, entrecot...), pollo (las subfamilias serían alitas de pollo, muslos de pollo...), cerdo (las subfamilias serían lomos de cerdo, chuletas de cerdo...)



BODEGA

Se divide en la familia de alcohol (ron, whisky, ginebra) y vinos (vino blanco, tinto...)



COMIDA PARA MASCOTAS Y SUAVIZANTES

Sus 2 familias son comida para mascotas dividiendo entre perros, gatos, pájaros... y suavizantes.

3) COMPOSICIÓN DEL SURTIDO



HORNO

En esta sección se encuentra toda la bollería como panes o donuts.



PERFUMERÍA

Se divide en la familia de hombre y la de mujer.



LÁCTEOS Y GALLETAS

Sus dos familias serían lácteos(se divide en yogures, leche, nata...) y galletas.

4) PLANOGRAMA Y ORGANIZACIÓN FÍSICA DEL SURTIDO

El surtido está organizado de una manera para que recorras el establecimiento en sentido contrario a las agujas del reloj y pases el mayor tiempo posible en el establecimiento. Esto lo consiguen colocando secciones como el horno o la pescadería que son zonas calientes al final del establecimiento. La ventaja que tiene el Mercadona es que sus productos son muy fáciles de encontrar debido a que tienen bien organizadas y señalizadas las secciones. Una desventaja que tiene es que debido a su gran tamaño a veces dejas productos sin comprar por pereza de no ir de un sitio a otro.



5) MOBILIARIO

La disposición que sigue es abierta para que permita al cliente visualizar todo el establecimiento y para imponer un determinado sentido de circulación al cliente y de parrilla consiguiendo ventajas como aprovechamiento de espacio, facilitar la compra y rapidez para realizar la compra. El tipo de mobiliario utilizado son: Estantería mural, stand check out, expositor de venta visual, cámara refrigeradora, isla y pila. Esta manera de colocar los muebles transmite una sensación de amplitud y no te da agobio como pasa en otros sitios de la cantidad de muebles que hay, se circula bastante bien ya que no te encuentras ningún obstáculo y el espacio está bien utilizado ya que si colocasen más muebles no se conseguirían las ventajas mencionadas anteriormente.



6) LINEAL

La forma que tiene Mercadona de distribuir los niveles es:



Altura del sombrero

Colocan promociones de un producto determinado.



Altura de los ojos

Colocan productos de las marcas más famosas en cada sección (galletas:tostarica, pizzas: casa tarradellas)



Altura de las manos

Colocan los productos de su marca Hacendado



Altura a ras del suelo

Colocan los productos low cost.

6) LINEAL

Utilizan una exposición vertical para obtener ventajas como transmitir sensación de orden, o que sea más fácil encontrar los productos complementarios y para permitir que el consumidor compre más y no olvide nada.



7) CONCLUSIÓN

Mercadona es una de las empresas más grandes a nivel nacional y está claro que si quieres montar una empresa, en especial de supermercados, Mercadona es una empresa que tienes que tomar como ejemplo. Las ventajas de Mercadona son sus precios baratos y la calidad de sus alimentos. Uno de sus inconvenientes de los que muchos trabajadores que han estado ahí se quejan es que son muy abusivos con ellos y ya hay varias sentencias en contra de Mercadona por despidos improcedentes.



8) BIBLIOGRAFÍA

Mercadona
mercadona.es

**Apuntes Gestión de Productos y Promociones en el Punto de Venta-
Guadalupe**



Confilegal

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Phasellus in laoreet ex. Vivamus vulputate eget est at lobortis. Fusce aliquam consectetur velit quis fringilla. Etiam scelerisque tellus nec ligula venenatis elementum nec vel dolor.

Apuntes Escaparatismo y Diseño de Espacios comerciales-Melanie

<https://classroom.google.com/w/NjlyODMyMTkzNjI3/t/all>

FIN

Gracias por vuestra atención!!!!

