


Generalitat de Catalunya Departament d'Educació <b>Institut Serrallarga</b> 	<b>Alumne/a</b>			<b>QUALIFICACIÓ</b>
	<b>Matèria</b>	MP01 Dinamització del punt de venda	<b>GRUP B</b>	Primer curs
	<b>Tema 7: Organització de la superfície comercial</b>			09/11/2023

Hi han 11 preguntes. Totes valen el mateix. Hi ha una pregunta anomenada "PREGUNTA EXTRAORDINÀRIA" que només compta si es fa bé. Si no la sabeu deixeu-la o us farà perdre temps d'examen.

**EXERCICI SOBRE COS.** La secció d'alimentació d'un hipermercat disposa d'una superfície de 220 m<sup>2</sup>, coberta per 5 gòndoles de dues cares formades per 10 mòduls d' 1'33 m cadascun i amb una profunditat d' 1 m. A més a més, hi ha una gòndola adossada a la paret que ocupa 10 m<sup>2</sup> més. *[anota correctament les unitats, com "m<sup>2</sup>"]* Es demana:

1. Calcula l'àrea d'un mòdul.

$$\text{Àrea mòdul} = 1'33 \text{ m} \times 1 \text{ m} = 1'33 \text{ m}^2$$

2. Calcula l'àrea que ocupen les 5 gòndoles.

$$\text{Àrea gòndola} = 5 \text{ gòndoles} \times 10 \text{ mòduls} \times 1'33 \text{ m}^2 = 66'50 \text{ m}^2$$

3. Anota la fórmula del Coeficient d'ocupació del sol. I calcula'l amb les dades d'aquest exercici.

$$COS = \frac{\text{àrea ocupada per a exhibició de productes}}{\text{Superfície zona vendes}} \times 100$$

$$COS = \frac{\text{àrea gòndoles dues cares} \times 2 + \text{àrea gòndoles una cara} \times 1}{\text{Superfície zona vendes}} \times 100$$

$$COS = \frac{(66'50 \text{ m}^2 \times 2) + (10 \text{ m}^2 \times 1)}{220 \text{ m}^2} \times 100 = \frac{143 \text{ m}^2}{220 \text{ m}^2} \times 100 = 0'6500 \times 100$$

$$COS = 65\%$$

4. Analitza el resultat obtingut sabent que el COS recomanat per a aquesta zona de l'espai comercial és de 34%. Quin inconvenient principal s'hi trobaran els clients que circulen pels passadissos?

Per calcular l'espai entre gòndoles, o l'amplada dels passadissos, caldria saber la forma de la superfície comercial, i el problema no la descriu. Així que basant l'anàlisi únicament en el COS = 65%:

$65\% > 34\% \Rightarrow$  que els clients tindran poc espai per circular amb els carrits de la compra.

**EXERCICI SOBRE EL NOMBRE DE CAIXES REGISTRADORES.** Un hipermercat detecta que el tràfic de clients canvia cap el final de l'horari de tancament. El nombre de caixes registradores (TPV) obertes que té en les franges horàries següents és el que figura a la taula: 19:30/20:00, 20:00/20:30 i de 20:30/21:00.

Cada caixa pot atendre a 7 clients cada mitja hora. També sabem el nombre de clients que arriben a les caixes registradores, tal com està anotat tot al quadre.

Horari --->	19:30/20:00	20:00/20:30	20:30/21:00	
<b>7 clients/caixa registradora per cada 1/2 hora</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	
Arribada de clients	50	11	103	
Cua d'espera	0	0	0	
<b>Nombre de caixes obertes</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>7</b>	
Capacitat de sortida	56	35	49	
Sortida real de clients	50	11	49	
<b>Càlcul cua d'espera de la següent mitja hora</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>54</b>	
INPUTS AGREGATS	50	61	164	
OUTPUTS AGREGATS	50	61	110	164 – 110 = 54 clients en cua

Es demana:

- Anota al quadre la “capacitat de sortida” dels clients. O el que és el mateix. Quants clients poden atendre les caixes registradores a cada franja horària.
- Anota al quadre la “sortida real de clients”. O el que és el mateix, quants clients podran pagar i marxar del supermercat, a cada franja horària.
- Calcula (si n'hi ha) “les cues d'espera” de les franges horàries de 20:00/20:30 i 20:30/21:00 hores. I anota els resultats al quadre. **[recorda que si a una franja horària et dona una cua d'espera negativa, per a la següent franja horària, hauràs d'anotar un zero, donat que no tindria sentit una cua d'espera negativa].**
- Calcula els “INPUTS AGREGATS” i els “OUTPUTS AGREGATS”. I anota en el quadre en un racó del mateix si coincideixen a l'horari 20:30/21:00, o no coincideixen. I en el cas de no coincidir indica en aquest raonament, per quina quantitat no coincideixen i per què no coincideixen. *[no calen gaires paraules, per això no deixo lloc entre preguntes].*

**PREGUNTA EXTRAORDINÀRIA, PER PUJAR UN PUNT SOBRE 10 LA NOTA**, si saps calcular mitjançant uns quants **CÀLCULS MATEMÀTICS, QUANTES CAIXES REGISTRADORES HAURIEN D'ESTAR OBERTES** a la franja horària 20:30/21:00, en cas d'haver cua d'espera, per tal que coincideixi "la capacitat real de sortida" amb la "sortida real de clients". [no t'emboliquis a calcular-ho "a ull" perquè no tindràs temps dins l'horari d'examen i t'equivocaràs, si no se t'acud com fer-ho, deixa-ho]

Per tal de saber el nombre de caixes registradores que cal obrir a última hora amb la finalitat que

$$\text{"cua d'espera"} = 0$$

Que equival a dir que:

$$\text{Arribada Clients} + \text{Cua d'espera} = \text{capacitat real de sortida} = \text{capacitat de sortida}$$

Com que coneixem "l'arribada de clients" + "la cua d'espera", a les hores podem escriure:

$$\text{"arribada de clients"} + \text{cua d'espera} = 7 \text{ clients/caixa} \times \text{"caixes registradores"}$$

$$103 + 0 = 7 \times \text{"caixes registradores"}$$

$$\text{caixes registradores} = \frac{103 \text{ clients}}{7 \text{ clients/caixa}} = 14'71 \text{ caixes} \doteq 15 \text{ caixes}$$

9. La divisió de l'assortiment en seccions és necessària per facilitar la compra dels clients. On es col·loquen els productes anomenats "estacionals", a una zona freda o la zona calenta? ¿I per què creus que es fa així? Posa exemples.

Aquests productes s'ubiquen a l'espai d'una zona calenta. Per dos motius, per informar als clients que ja han arribat a la botiga, i per tal d'esgotar existències, donat que la seva venda pertany a una determinada època de l'any. Com els productes per decorar l'arbre de nadal.

10. Dibuixa els tres tipus de disposició central més comuns a l'hora de col·locar el mobiliari, i digues el seu nom:



11. Explica una mica la feina que desenvolupa el visual merchandiser en el disseny de la imatge corporativa de l'empresa. I posa un exemple.

El visual merchandiser és un professional encarregat de planificar i implementar la presentació visual dels productes o serveis d'una empresa amb l'objectiu de crear una imatge corporativa coherent i atractiva per als clients. Aquesta funció és clau en el sector del comerç minorista, però també pot ser rellevant en altres àmbits empresarials. Les seves responsabilitats poden incloure la creació de mostres de productes, l'organització de vitrines, la disposició dels articles

a l'interior de la botiga, i fins i tot la col·laboració en la creació de materials promocionals.

Imagina una botiga de roba de disseny que vol destacar-se pel seu estil exclusiu i modern. El visual merchandiser d'aquesta empresa pot treballar en estreta col·laboració amb els dissenyadors per crear una experiència de compra que reflecteixi la sofisticació i la innovació de la marca. Un exemple seria Ágatha Ruiz de la Prada i la seva moda d'estil Naif.