

# Índice

INTRODUCCIÓN .....	11
<b>Capítulo 1. Diseño de la arquitectura interior .....</b>	<b>15</b>
1. Análisis de los elementos de la arquitectura interior .....	17
1.1. Punto de acceso .....	22
1.2. División de la superficie de ventas .....	41
1.3. Disposición de la superficie de ventas .....	75
1.4. Diseño de los pasillos .....	94
1.5. Organización de la superficie de ventas .....	113
<b>Capítulo 2. Gestión estratégica del surtido I .....</b>	<b>125</b>
1. Análisis del surtido para su localización estratégica .....	127
1.1. División del surtido .....	129
1.2. Análisis cuantitativo del surtido .....	138
<b>Capítulo 3. Estrategias de localización del surtido sobre la superficie de ventas .....</b>	<b>151</b>
1. Análisis de las estrategias de la localización del surtido .....	153
1.1. Localización en función de los índices de rotación .....	156
1.2. Localización en función de los tipos de compra .....	174
1.3. Localización en función de los tres tiempos .....	187
1.4. Localización en función malla .....	206
1.5. Localización en función del triple efecto .....	214
<b>Capítulo 4. Gestión estratégica del surtido II .....</b>	<b>235</b>
1. Análisis del surtido para su presentación estratégica .....	237
1.1. División del surtido .....	239
1.2. Dimensiones del surtido .....	246
1.3. Gestión por categorías .....	280
1.4. Análisis cuantitativo del surtido .....	295

Capítulo 5. <b>Estrategias de presentación del surtido en el lineal</b> .....	315
1. Análisis de las estrategias de presentación del surtido .....	317
1.1. Tipos de presentación .....	320
1.2. Presentación mediante criterios de implantación .....	360
1.3. Presentación mediante tipos de implantación .....	374
1.4. Presentación mediante formas de implantación .....	394
2. Análisis de la gestión del espacio .....	413
2.1. Gestión del espacio .....	415
Capítulo 6. <b>Tecnología e innovación</b> .....	443
1. Análisis de la tecnología y la innovación comercial .....	445
1.1. Tecnología e innovación en el punto de venta .....	450
BIBLIOGRAFÍA .....	485