


Tirada: 60.523	CincoDías	Economico	Diaria	Superficie: 165,00 cm²	
Difusión: 40.077				Ocupación: 13.46%	
(O.J.D)				Valor: 1.369,05	
Audiencia: 140.270	Economia			Página: 56	
(E.G.M)					1 / 1
Ref: 2807538	2ª Edición		07/11/2009		

Exprimir el punto de venta

TÍTULO: *Merchandising. Teoría, práctica y estrategia*

AUTOR: Ricardo Palomares Borja

EDITORIAL: ESIC

PRECIO: 22 €

A. S.

“Por muy atrás que nos situemos, desde que el hombre ha comercializado los bienes, bien cambiándolos, bien vendiéndolos, ha realizado acciones de merchandising”, explica Ricardo Palomares Borja, autor

de *Merchandising. Teoría, práctica y estrategia*. El punto de venta, desde una sábana en el suelo en la antigüedad al cuidado comercio actual, siempre ha sido lo más atractivo posible para el potencial comprador.

Por eso, este profesor y consultor de marketing especializado en la distribución minorista presenta técnicas y herramientas del merchandising en este manual, con el fin de ex-



primir al máximo el punto de venta.

En el libro hace un análisis que va desde la gestión del surtido a la arquitectura del establecimiento comercial (con las zonas calientes y frías) o la rotación del producto.