



Local Comercial: establecimiento físico permanente en donde se comercializa el producto.

Puerta a puerta: forma de comercialización del o los vendedores(es) en donde se suministran los productos a los consumidores en diferentes espacios (no son fijos).

Encargo: es la forma en que los consumidores piden o solicitan con antelación los productos que los van a beneficiar.

A domicilio: es aquel en donde la entrega del producto se realiza en el lugar de conveniencia del usuario o consumidor.

Mecanismos de promoción que utilizan los competidores: Son aquellas herramientas que se emplean para llevar a cabo la venta o comercialización de la producción. Entre ellas se encuentran: televisión, radio, panfletos, volantes, rebajas, promotoras(es), patrocinio, vallas, entre otros.

De su Organización Socioproductiva.-

3.2.8. ¿Qué ventajas tienen tu(s) producto(s) o servicio(s) en comparación a otros productores del mismo rubro?

Del Bien.-

Imagen: forma de presentación del bien o mercancía.

Precio: Valor que expresa el costo de producción del bien o mercancía, así como una ganancia que justifica la acción de producir.

Calidad: es un indicador que mide la capacidad que posee un producto para satisfacer las necesidades de un usuario.

Cantidad: Se refiere al volumen de la producción en cuanto al número de unidades elaboradas, así como del contenido neto de cada bien producido.

Promociones: Formas de comercialización en las que se ofrecen diversas ventajas al usuario.

Accesibilidad: representa la facilidad para obtener o comprar el producto por parte del usuario, es decir, la forma más pertinente e idónea de distribución para hacer llegar el producto al usuario.

