



**Mi Universidad**

**Súper Nota**

*Nombre del Alumno: Carlos Alberto Avendaño Ballinas.*

*Nombre del tema: Puntos De Venta.*

*Parcial: Cuarto Parcial.*

*Nombre de la Materia: Mercadotecnia Nutricional.*

*Nombre del profesor: Gerardo Garduño.*

*Nombre de la Licenciatura: Nutrición.*

*Cuatrimestre: 8°*

**Comercio tradicional:** Se trata de comercios generalmente familiares y que se dedica a la compra-venta de productos de primera necesidad, se piensa que su desaparición es inminente frente a los autoservicios y/o tiendas de conveniencia, el entorno sociocultural hará muy difícil esto, por el tradicionalismo existente en el país.



**Tiendas de conveniencia:** La evaluación y profesionalismo creado por estos establecimientos supone la evaluación del comercio tradicional, son establecimientos que tienen superficies de venta de 100 a 500 metros cuadrados se encarga de comercializar productos de primera necesidad, servicios básicos de pago de servicios, acá entra Oxxo, 7eleven, etc.



**Autoservicio:** Este tipo de comercio, se caracteriza por que es el propio consumidor que verifica las características de los productos.



**Supermercados:** Son aquellas instalaciones que tienen superficie de venta de 800 a 1500 metros cuadrados, representa la forma tradicional de los autoservicios a nivel mundial con una variedad de productos que alcanzan hasta los 15,000, en México están representados por Soriana y Chedraui.



**Bodegas:** Estos establecimientos solo cuentan con productos básicos, pues se dirigen a niveles socioeconómicos inferiores, solo cuentan con 5000 productos diferenciados.



**Hipermercado:** Son los autoservicios más grandes que existen la superficie de venta de 1,800 a 2000 metros cuadrados pueden llegar a tener hasta 35,000 productos diferentes.



**Clubs de membresía:** Estos establecimientos ofrecen precios preferenciales a cambio de la adquisición de membresías anuales para poder realizar las compras, van dirigidos a sectores altos, N.S.E. y manejan productos de especialidad que generalmente se venden en cantidades superiores.



