



# Supernota

*Nombre del Alumno:* Esmeralda Monserrat Navarro Avendaño

*Nombre del tema:* Matriz BCG

*Parcial:* 2

*Nombre de la Materia:* Mercadotecnia nutricional

*Nombre del profesor:* Gerardo Garduño Ortega

*Nombre de la Licenciatura:* Nutrición

*Cuatrimestre:* octavo

## Matriz BCG

Matriz de Boston Consulting Group



Es una herramienta en la gestión estratégica de la empresa

Se encarga de analizar el crecimiento y la cuota de los productos.

Fue desarrollada en la consultora Boston Consulting Group en los años setenta.



## Composición

Tiene cuatro cuadrantes representados por una figura

Cada uno de ellos propone una estrategia diferente para una unidad de negocio.



Se diferencian dos ejes en esta matriz:

El eje vertical define el crecimiento en el mercado, y el horizontal la cuota de mercado.

Teniendo en cuenta el valor estratégico, las unidades de negocio se situarán en uno u otro lado.

Las figuras que representan cada cuadrante son las siguientes:

**1.-Estrella:** Se incluyen los productos que al introducirse en el mercado comienzan a tener una buena rentabilidad.



Así, aumentan ventas y beneficios, pero se requiere una inversión alta y técnicas dedicadas a posicionar las mercancías.

**2.-Interrogante:** Los productos de aquí acaban de introducirse en el mercado.



Son productos innovadores, pero con ventas escasas todavía dada su incipiente introducción en el mercado.

**3.-Vaca:** Los productos que se incluyen en este segmento están consolidados en el mercado, no van a crecer más, pero tienen un volumen estable de ventas.



**4.-Perro:** Son productos que se encuentran en la última fase de su ciclo de vida. Su crecimiento ha disminuido, así como su participación en el mercado.

### Cómo elaborar una Matriz BCG

Pasos:



Calcular la tasa de crecimiento del mercado o la industria.

Calcular la participación relativa.

Ubicar cada producto en su cuadrante.

### Ventajas de su aplicación

1) Proporciona una visión estratégica del negocio en su conjunto.



2) Se tienen en cuenta el nivel de ventas de las empresas en comparación con el mercado.

### Desventajas de su aplicación

Una de las críticas que se hacen a esta herramienta es que no todos los productos evolucionan de la misma forma por lo que no es aplicable para todos igual.



### Referencia:

Rosario Peiró, 05 de julio, 2017 *Matriz BCG*. Economipedia.com consultado en <https://economipedia.com/definiciones/matriz-bcg.html>