



Mi Universidad

Super Nota

Nombre del Alumno: Alejandra Villa Domínguez

Nombre del tema: Matriz BCG

Parcial: 2

Nombre de la Materia: Mercadotecnia en nutrición

Nombre del profesor: Gerardo Garduño

Nombre de la Licenciatura: Nutrición

Cuatrimestre: 8°

Matriz BCG

La matriz BCG-o matriz crecimiento-participación-es una herramienta clave para el marketing estratégico que desarrollan las empresas.



Esta matriz de crecimiento sirve para analizar que productos son los más rentables para una compañía y determinar las mejores estrategias de venta.



Las siglas BCG provienen del nombre de la consultora Boston Consulting Group, que desarrollo y publico esta matriz de negocios a principios de los años 70.



La matriz está compuesta por dos ejes perpendiculares que definen cuatro cuadrantes. El eje vertical muestra la tasa de crecimiento del mercado o la demanda de un producto. El eje horizontal será la cuota del mercado de la empresa en ese sector.



Producto estrella:
Tienen un elevado crecimiento y generan gran liquidez.



Producto vaca:

Alta cuota de mercado, pero con poco crecimiento.



Producto perro:

Generan pocos ingresos y tienen escasa posición en el mercado.



Producto interrogante:

Ofrecen una perspectiva de crecimiento alto pero baja cuota de mercado. Pueden evolucionar a producto estrella o perro.



Para hacer una matriz BCG el primer paso es seleccionar las unidades de negocio, productos, servicios o marcas que una empresa tiene en cartera para analizar su desempeño.



La siguiente fase requiere identificar el mercado en el que se opera, calcular la cuota de mercado y el crecimiento.



Realizar el análisis que propone la matriz BCG permite definir la estrategia de marketing más adecuada según la etapa en que se encuentre un producto o segmento de negocio y el interés estratégico que tenga la empresa en él.



Esta estrategia puede orientarse en cuatro direcciones:

- Construir: invertir para aumentar las ventas y la cuota del mercado.
- Esperar: dirigir los esfuerzos a defender la posición del mercado.
- Cosechar: minimizar los gastos para optimizar la rentabilidad de un producto.
- Eliminar: si el producto no funciona y no ofrece recorrido, lo mejor es desprenderse de él y destinar los recursos que lo sostienen a otros que ofrezca mejor retorno.



Universidad internacional de la Roja. (2022). Que es la matriz, para que sirve y como se realiza. [¿Qué es la matriz BCG? Aprende para qué sirve y cómo realizarla \(unir.net\)](#)