

Comercialización I

Estrategias de crecimiento



Comercialización I
Aprendizajeactivo.com.ar 1

1

Definición de Producto

Un producto es cualquier cosa que satisface una necesidad o un deseo, en un sentido amplio un producto puede ser tanto un objeto tangible como uno intangible

Desde el punto de vista del consumidor un producto se compone por 3 aspectos

Producto		
Físico	Imaginario	Económico



Comercialización I
Aprendizajeactivo.com.ar 2

2

Niveles de producto



Comercialización I
Aprendizajeactivo.com.ar 3

3

Clasificación de productos

- ▶ **De conveniencia:** bienes tangibles que se adquieren con un mínimo de esfuerzo
- ▶ **De comparación:** requieren de un proceso de búsqueda y análisis por el valor económico o un alto riesgo percibido
- ▶ **De especialidad:** gran preferencia de marca se dedica mucho tiempo y esfuerzo para obtener el producto buscado
- ▶ **No buscados:** no son conocidos o son no deseados por el consumidor



Comercialización I
Aprendizajeactivo.com.ar 4

4

Clasificación de productos

- ▶ Insumos:
 - Materias primas
 - Materiales y piezas de fabricación
 - Instalaciones
 - Equipo accesorio, mobiliario, herramientas pequeñas
 - Suministros de operaciones, es un insumo que no forma parte del producto terminado, ej. Lubricantes.



Comercialización I
Aprendizajeactivo.com.ar 5

5

Línea de productos

La línea, se compone por una variedad de productos que ofrecen una solución al mismo beneficio básico.

Se extiende la línea al agregar una variedad de producto a la ya existente

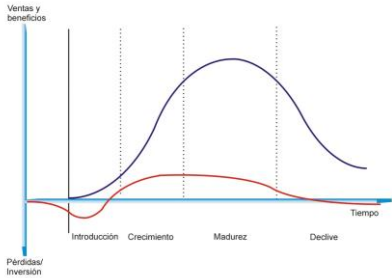
Las extensiones de línea ofrecen a los consumidores más opciones y ayudan a la empresa a protegerse del ingreso de nuevos competidores



Comercialización I
Aprendizajeactivo.com.ar 6

6

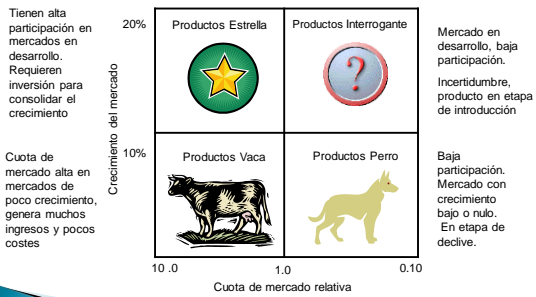
Modelo de Ciclo de vida de productos



Comercialización I
Aprendizajeactivo.com.ar 7

7

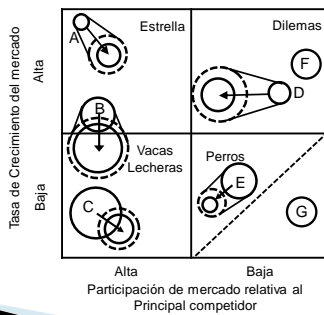
Matriz BCG o de Crecimiento



Comercialización I
Aprendizajeactivo.com.ar 8

8

Análisis dinámico de la cartera de productos



Comercialización I
Aprendizajeactivo.com.ar 9

9

Estrategias de crecimiento

- ▶ Crecimiento Intensivo
- ▶ Crecimiento Integrado
- ▶ Crecimiento por diversificación



10

Comercialización I
Aprendizajeactivo.com.ar 10

Estrategias de crecimiento

- ▶ Crecimiento intensivo
 - ▶ Penetración de mercados
 - ▶ Desarrollo de demanda primaria
 - ▶ Aumentar la participación de mercado
 - ▶ Adquisición de mercados
 - ▶ Defensa de una posición de mercado
 - ▶ Racionalización de mercados



11

Comercialización I
Aprendizajeactivo.com.ar 11

Estrategias de crecimiento

- ▶ Crecimiento intensivo
 - ▶ Desarrollo de mercados
 - ▶ Necesidades inarticuladas o latentes
 - ▶ Nuevos segmentos de mercado
 - ▶ Nuevos canales de distribución
 - ▶ Expansión geográfica



12

Comercialización I
Aprendizajeactivo.com.ar 12

Estrategias de crecimiento

- Crecimiento intensivo
- Desarrollo de productos
- Innovaciones discontinuas
- Adición de característica
- Ampliación de la gama
- Rejuvenecimiento de la línea
- Mejora de la calidad
- Adquisición de una gama de productos
- Racionalización de la línea de productos

Comercialización I
Aprendizajeactivo.com.ar 13

13

Estrategias de Crecimiento



Comercialización I
Aprendizajeactivo.com.ar 14

14

Estrategias de crecimiento



Comercialización I
Aprendizajeactivo.com.ar 15

15

Estrategia competitiva

- Estrategias del seguidor
 - Segmentación creativa del mercado
 - Uso eficiente de I&D
 - Pensar en pequeño
 - Influencia del director ejecutivo
- Estrategias del especialista
 - Concentración

19

Bibliografía



Lambin, Jean Jacques (2009). Dirección de Marketing. Gestión Estratégica y Operativa del Mercado (2da ed.) Mc Graw Hill. Capítulo 10.

20