

# 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

---

---

---

---

---

---

## Clasificación de productos

- ▶ **Insumos:**
  - Materiales 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

---

---

---

---

---

---

## 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

---

---

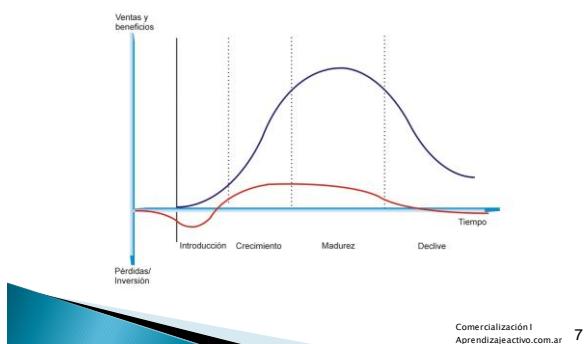
---

---

---

---

## Modelo de Ciclo de vida de productos



7

---



---



---



---



---



---



---

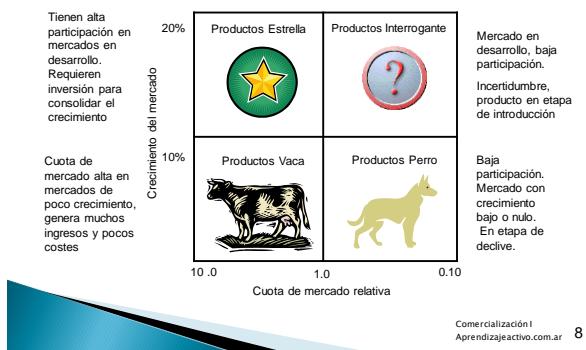


---



---

## Matriz BCG o de Crecimiento



8

---



---



---



---



---



---



---

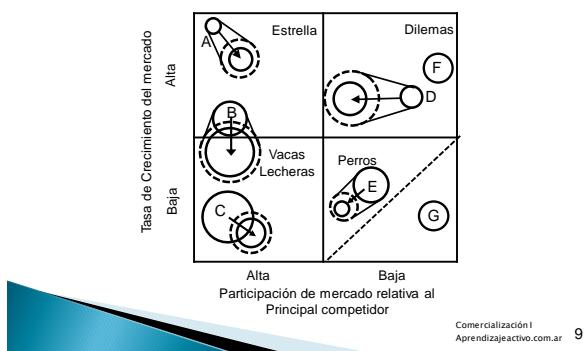


---



---

## Análisis dinámico de la cartera de productos



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

---

---

---

---

---

---

---

---

## Estrategias de crecimiento

- ▶ Crecimiento por diversificación

- Diversificación concéntrica

- Diversificación pura



16

Comercialización I  
Aprendizajeactivo.com.ar 16

---

---

---

---

---

## Estrategia competitiva

- Estrategias del líder

- Desarrollo de la demanda primaria
- Estrategias defensivas
  - Innovación y avance tecnológico
  - Distribución intensiva y línea completa
  - Confrontación directa de precios o campañas publicitarias
- Estrategias ofensivas
- Estrategias de desmarketing

17

Comercialización I  
Aprendizajeactivo.com.ar 17

---

---

---

---

---

## Estrategia competitiva

- Estrategias del retador

- Ataque frontal: se compite en los términos y estándares que propone el líder
- Ataque lateral: se busca competir en una o varias dimensiones en las cuales el líder es más vulnerable

18

Comercialización I  
Aprendizajeactivo.com.ar 18

---

---

---

---

---

## 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

Comercialización I  
Aprendizajeactivo.com.ar 19

---

---

---

---

---

---

## Bibliografía



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



20

Comercialización I  
Aprendizajeactivo.com.ar 20

---

---

---

---

---

---