

UAEH®

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo



Área Académica: Innova

Tema: Método de Boston Consulting Group (BCG)

Profesor: L.E.M. Christian Olvera Altamira

Periodo: Julio – Diciembre 2019



Tema: Método Boston Consulting Group (BCG)

Resumen: Mediante el método clásico Boston Consulting Group (BCG) una empresa clasifica todas sus unidades estratégicas de negocio (UEN) según la matriz de crecimiento-participación en: estrellas, vacas, interrogantes y perros.

Palabras clave: Método, empresa, estrellas, vacas, interrogantes, perros.



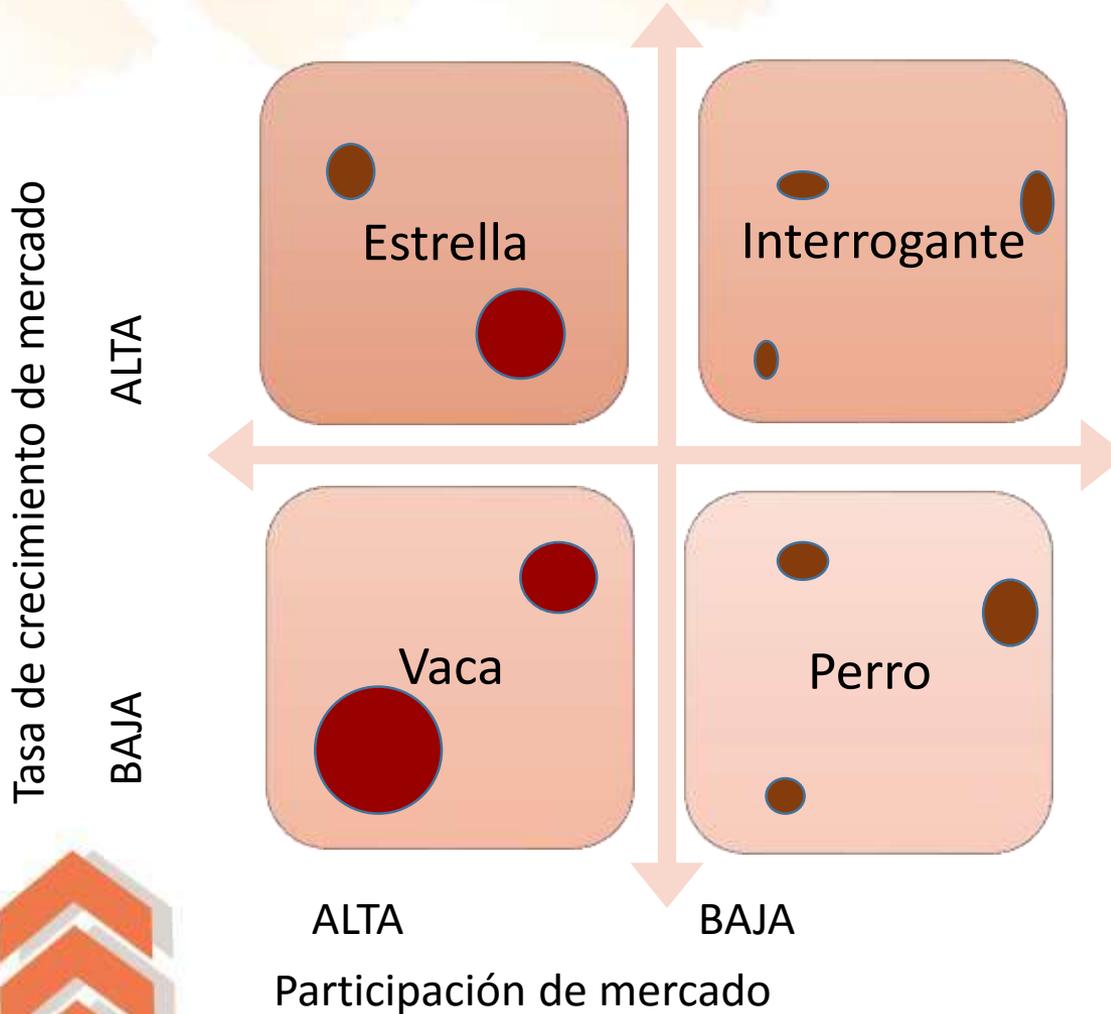
Tema: Boston Consulting Group Method (BCG)

Abstract: Through the classic method Boston Consulting Group (BCG) a Company classifies all its strategic business units (UEN) according to the matrix of growth-participation in: stars, cows, questions and dogs.

Keywords: Method, Company, stars, cows, questions, dogs.



Matriz BCG



En el eje horizontal, la participación relativa de mercado sirve como medida de la fortaleza de la empresa en el mercado. La matriz de crecimiento-participación define cuatro tipos de Unidades estratégicas de negocios:



Las estrellas son productos o servicios de alto crecimiento y alta participación. Con frecuencia requieren fuertes inversiones para financiar su rápido crecimiento. Poco a poco su crecimiento se hará mas lento y se convertirán en vacas lecheras.



Vacas lecheras

Son productos o servicios de bajo crecimiento y alta participación. Estas UEN establecidas y exitosas requieren menos inversión para mantener su participación de mercado. Así producen mucho del efectivo que la empresa utiliza para pagar sus cuentas y apoyar a otras UEN que requieren inversión.



Productos interrogantes

Los signos de interrogación son unidades de negocio de baja participación en mercados de alto crecimiento. Requieren mucho dinero para mantener su participación y si quisieran incrementarla, serían necesarias altas inversiones.



Perros

Los perros son negocios o productos de bajo crecimiento y baja participación. Podrían generar suficientes recursos para mantenerse a sí mismos, pero no prometen ser grandes éxitos monetarios.



Los diez círculos de la matriz del crecimiento representan las 10 UEN actuales de la empresa. Esta tiene dos estrellas, dos vacas lecheras, tres signos de interrogación y tres perros. El tamaño de las superficies de los círculos será el grado de importancia que tiene cada UEN dentro de la empresa.



Bibliografía

Fundamentos de Marketing 11va. Edición

Gary Armstrong

Philip Kotler

Editorial PEARSON

