

Instituto Dr. Sallares.

Proyectos Organizacionales

Curso: 6to.2da.

Power Point: Decisiones de Producto.

Profesor: Ramos Eric

* PRODUCTO

Es cualquier bien
que proporciona
una satisfacción
deseable para el
consumidor.



*Objetos físicos.



*Servicios.

* Para que un PRODUCTO sea deseable debe ser útil. Existen 2 tipos de utilidad del producto.

Primaria
o esencial

The diagram consists of two large blue arrows pointing towards each other. The left arrow points right and contains the text 'Primaria o esencial'. The right arrow points left and contains the text 'Inducida.'.

Inducida.

* **UTILIDAD PRIMARIA O ESENCIAL:**

Hace referencia a la FUNCIONALIDAD DEL PRODUCTO.

* Ejemplo reloj: indicar la hora.

* **UTILIDAD INDUCIDA:** Hace referencia a las CARACTERÍSTICAS EXTRAS del producto que motivan la compra del mismo. EXISTEN 2 TIPOS:

DERIVADAS
DEL
PRODUCTO

DERIVADAS
DEL CONSUMO

CLASIFICACIÓN SEGÚN SU FUNCIONALIDAD.



DE
CONSUMO O
1RA
NECESIDAD.



DE
LUJO.



DE INVERSION
O
INDUSTRIALES.

CLASIFICACIÓN EN FUNCIÓN DE LA RENTABILIDAD.



BÁSICOS

- Tienen buen nivel de aceptabilidad en el mercado.
- Productos establecidos en el mercado por lo que no requiere grandes inversiones en técnicas de MKT.



DILEMA

- Rentabilidad baja pero se espera que su consumo aumente en el corto plazo.
- Para cumplir con lo anterior deben aplicarse técnicas de publicidad y promoción.



ESTRELLAS

- Rentabilidad alta.
- Bajo costo de producción.

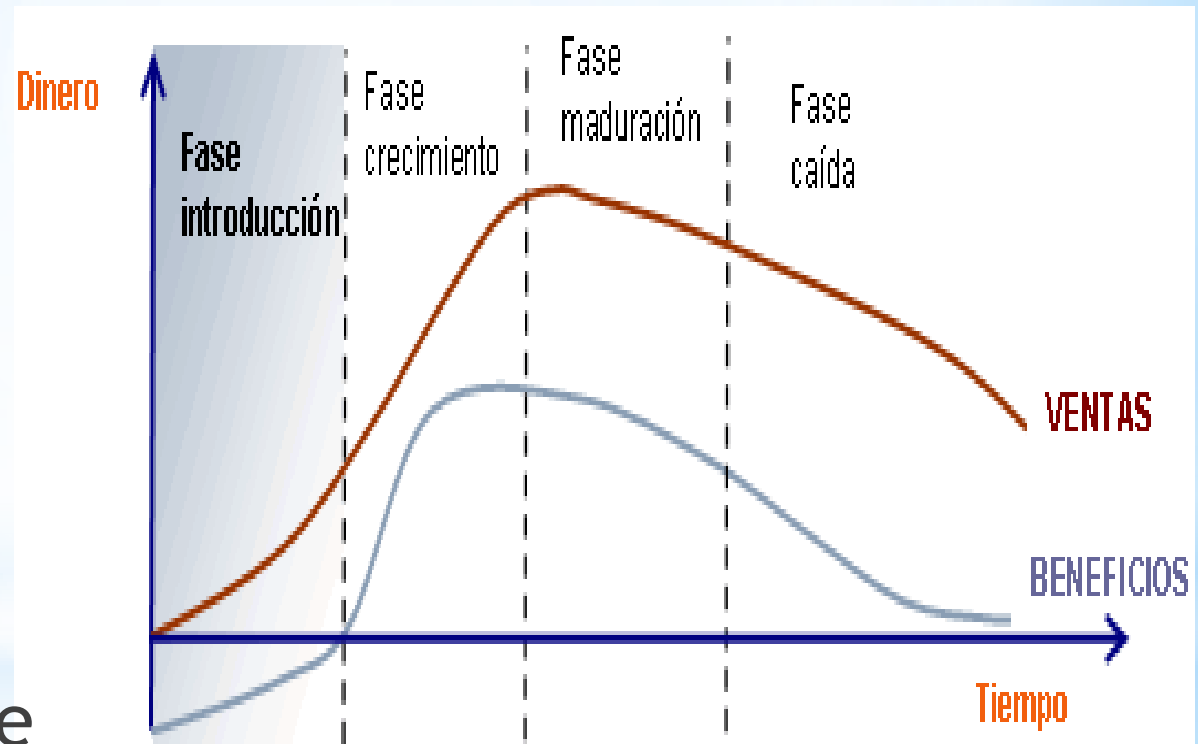


DECADENTES

- Rentabilidad baja, nula o incluso negativa.
- Aceptación y consumo en el mercado son decrecientes.

* CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO.

Al igual que los seres humanos los PRODUCTOS atraviesan por 4 etapas durante su existencia. La duración de cada etapa depende del tipo de producto de que se trate.



PHILIP KOTLER



MATRIZ B.C.G (BOSTON CONSULTING GROUP)

TASA DE CRECIMIENTO EN EL MERCADO



CUOTA DE PARTICIPACION EN EL MERCADO

Rentabilidad vs Inversión

Participación Relativa en el Mercado

Alta

Baja

Crecimiento de la Demanda
Alto
Bajo



	Rentabilidad	Inversión
	Alta	Alta
	Alta	Baja
	Nula Negativa	Muy Alta
	Baja Negativa	Desinvertir

NOMBRE/ CARACTERISTICA	PRODUCTOS VACA LECHERA	PRODUCTOS PERRO	PRODUCTOS INTERROGANTE	PRODUCTOS ESTRELLA
TASA DE CRECIMIENTO	BAJA	BAJA (en declive)	ALTA	ALTA
CUOTA DE PARTICIPACION	FUERTE	DEBIL	DEBIL	FUERTE
CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO	PROVEE RENTABILIDAD	CONSUME RECURSOS (GENERA PERDIDAS)	DEMANDAN INVERSION	DEMANDAN BASTANTE INVERSION
ESTRATEGIA APLICABLE	CONSERVAR SU SOLIDA POSICION	ELIMINAR O MANTENER	DESARROLLAR O RETIRAR	CRECER O MANTENERSE

EJEMPLO MATRIZ BCG



ESTRELLA



INTERROGANTE



VACA



PERRO

ACTIVIDAD



* La Marca. (Ley N° 22.362)



* Las Marcas pueden ser:

* DENOMINATIVAS.

* FIGURATIVAS.

* MIXTAS.

➤ DERECHOS QUE OTORGA UNA MARCA.

➤ Las marcas son renovables cada 10 años contados desde la fecha de la concesión.

***FUNCIONES.**

❖ IDENTIFICACIÓN.

❖ ESTRUCTURACIÓN.

❖ GARANTÍA.

❖ PERSONALIDAD.

❖ PRACTICIDAD.

❖ CAPITALIZACIÓN.

***TRÁMITES**

REGISTRO MARCA NUEVA

- 1) Presentación de la solicitud.**
- 2) Examen de forma.**
- 3) Publicación.**
- 4) Examen de fondo.**
- 5) Concesión del Título de propiedad.**

RENOVACIÓN

- 1) Presentación de solicitud de renovación.**
- 2) Examen de forma.**
- 3) Examen de fondo.**
- 4) Concesión de la renovación.**

* Matriz Mc. Kinsey

