

Profesor: Víctor Villamayor Ortíz

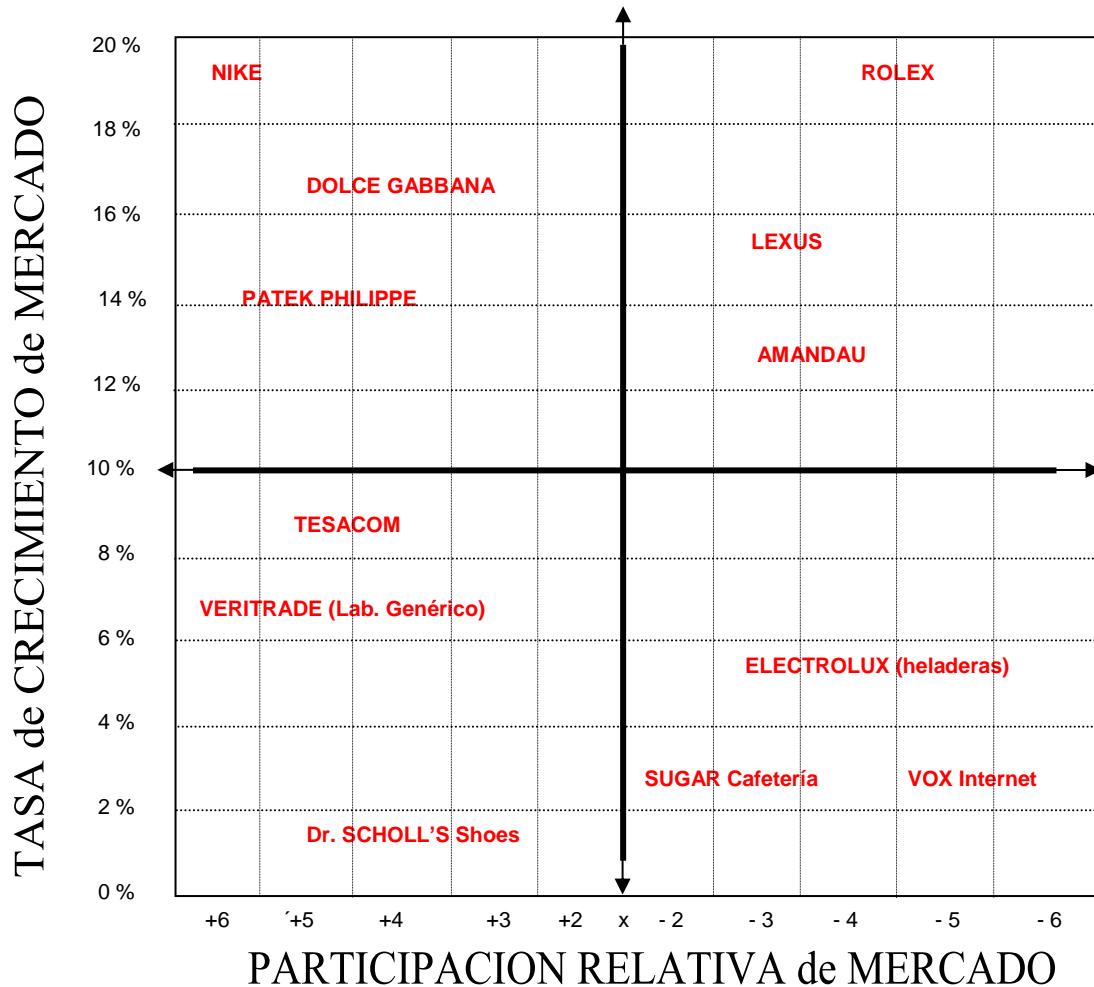
Fecha de tarea	Miércoles 18 de marzo
Grado/Curso	3ro.
Materia	MARKETING
E - Mail Prof.	victor.villamayor@cel.edu.py

TEMARIO:

ANÁLISIS DEL PORTFOLIO DE PRODUCTOS

**Matriz de crecimiento-participación
BOSTON CONSULTING GROUP (BCG)**

T.C.M.



1. Identifique (posible TCM, el % de participación de la Empresa, el % participación del CMP), evalúe según dichos guarismos y recomiende 1 (una) estrategia conveniente para cada UEN.

(12 ptos.)

NIKE:

(posibles) TCM: % Empresa: % CMP:

Estrategia:

ROLEX:

(posibles) TCM: % Empresa: % CMP:

Estrategia:

DOLCE GABBANA:

(posibles) TCM: % Empresa: % CMP:

Estrategia:

LEXUS:

(posibles) TCM: % Empresa: % CMP:

Estrategia:

PATEK PHILIPPE:

(posibles) TCM: % Empresa: % CMP:

Estrategia:

AMANDAU:

(posibles) TCM: % Empresa: % CMP:

Estrategia:

TESACOM:

(posibles) TCM: % Empresa: % CMP:

Estrategia:

VERITRADE (Lab. Genérico):

(posibles) TCM: % Empresa: % CMP:

Estrategia:

ELECTROLUX (heladeras):

(posibles) TCM: % Empresa: % CMP :

Estrategia:

SUGAR Cafetería:

(Posibles) TCM: % Empresa: % CMP:

Estrategia:

VOX Internet:

(Posibles) TCM: % Empresa: % CMP:

Estrategia:

Dr. SCHOLL'S Shoes:

(posibles) TCM: % Empresa: % CMP:

Estrategia: