

Determinantes del Marketing (mercado)

Curso de “Comercialización”

Ingeniería en Alimentos

Facultad de Ciencias Químicas y Farmacéuticas

Universidad de Chile

Mercado

Mercado:

- El Mercado es un lugar de encuentro entre oferentes y demandantes de bienes o servicio.
- El Mercado puede tener configuración física o virtual.



Mercado

Mercado:

- Existen Mercados que operan en competencia perfecta o en alguno de los tipos de competencia “no perfecta”.
- Un producto puede analizarse en mercado según su posicionamiento estratégico.
- Existen herramientas de análisis estratégicos de productos en Mercado, siendo la más conocida la Matriz BCG (Boston Consulting Group)

Alta Participación en Mercado

Alta Tasa de Crecimiento

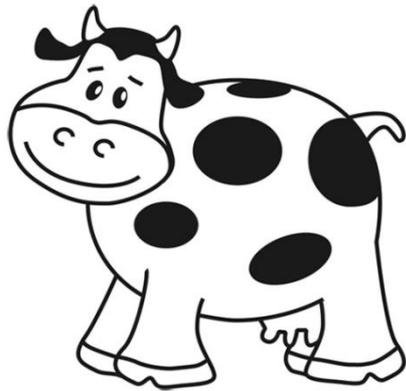
Matriz BCG



Estrella: Alta Tasa de Crecimiento y Alta Participación en Mercado (producto que debe buscar la madurez).



Incógnita : Alta Tasa de Crecimiento y Baja Participación en Mercado (producto que requiere un profundo análisis).



Vaca Lechera: Baja Tasa de Crecimiento y Alta Participación en Mercado (producto maduro; alta liquidez).



Perro: Baja Tasa de Crecimiento y Baja Participación en Mercado (producto que debe ser eliminado).

Integraciones de Mercado Vertical

Empresas van comprando a sus proveedores y sus clientes intermedios, llegando a una “integración vertical”.

Tienden al control del Mercado; por lo que tienden al control de los precios.

El Monopolio que se podría producir en este modelo, se denomina “Monopolio Vertical”



Integraciones de Mercado Horizontal

Las Brisas ↔ Jumbo ↔ Santa Isabel



Empresas van comprando a sus competidoras directa, abarcando nuevos segmentos de mercado.

El Monopolio que se podría producir en este modelo, se denomina “Monopolio Horizontal”

Almac ↔ Ekono ↔ Líder



¿Existe competencia entre las marcas adquiridas?

Conclusiones

- El Mercado es un lugar de encuentro entre oferentes y demandantes.
- Existen Mercados que tienden a controlarse de manera vertical u horizontal.
- El Mercado es un determinante del Marketing, dado que el mix comercial dependerá de éste como variable independiente.

Determinantes del Marketing (mercado)

Curso de “Comercialización”

Ingeniería en Alimentos

Facultad de Ciencias Químicas y Farmacéuticas

Universidad de Chile