Adaptado - caso real de examen (Myt PLC, "Practica Myt bloques 3-4-5"), datos de cuota y crecimiento de mercado originales; corregido 2026-09-18 (el crecimiento del cafe se citaba como "moderado-alto", inflado respecto al "moderado" que da la fuente, lo que forzaba una clasificacion de Estrella sin matices)

FICHA B4-P02

La matriz BCG de Myt PLC

BLOQUE / UNIDAD	TIPO	DIFICULTAD	PUNTOS	TIEMPO MAX.
B.4.2 Planificacion de marketing	**Principal**	*** (3 / 3)	**12 pts . a)4 + b)8**	**16 min**

VERBO(S) DE INSTRUCCION	HERRAMIENTA / TEORIA CLAVE
Situe (a) . Evalue (b)	Matriz BCG (Boston Consulting Group)

MATERIAL NECESARIO

Toolkit / cuadernillo: no es imprescindible.

PRERREQUISITOS

- Matriz BCG: clasifica productos segun cuota de mercado relativa y tasa de crecimiento del mercado en 4 categorias: Estrella, Vaca lechera, Interrogante, Perro
- Las Vacas lecheras generan efectivo que puede reinvertirse en los Interrogantes o Estrellas
- Los Perros suelen considerarse candidatos a eliminar o desinvertir, salvo que cumplan otra funcion estrategica

TIEMPO DE REFERENCIA

Media de la clase ~ 11 min. Es una referencia para situarte, no un cronometro.

ENUNCIADO

Myt PLC opera en cuatro categorias de productos. En 2026: bebidas carbonatadas representan el 40% del mercado, con crecimiento BAJO. Cafe representa el 30%, con crecimiento MODERADO (positivo, pero menos marcado que agua o refrigerios). Agua embotellada representa el 20%, con crecimiento ALTO. Refrigerios saludables representan el 10%, con crecimiento ACELERADO.

a) Situe cada una de las cuatro categorias de productos de Myt PLC en el cuadrante correspondiente de la matriz BCG. [4]

b) Evalue el portafolio de productos de Myt PLC y proponga una estrategia general para cada categoria de producto. [8]

FICHA B4-P02

La matriz BCG de Myt PLC

PISTAS PROGRESIVAS (DE ESTRUCTURA, NO DE CALCULO)

1	General - primero clasifica cada producto por sus DOS variables (cuota alta/baja, crecimiento alto/bajo), y luego piensa en la estrategia tipica de cada cuadrante.
2	Apartado a) - Bebidas carbonatadas: cuota ALTA (40%) + crecimiento BAJO = VACA LECHERA. Cafe: cuota ALTA (30%) + crecimiento MODERADO = caso limite entre ESTRELLA y VACA LECHERA (razona los dos lados antes de decidir).
3	Apartado a), continuacion - Agua embotellada: cuota BAJA + crecimiento ALTO = INTERROGANTE. Refrigerios saludables: cuota mas BAJA (10%) + crecimiento el mas ACELERADO = INTERROGANTE con mayor potencial.
4	Apartado b) - para la Vaca lechera (carbonatadas): estrategia de "ordeñar" — generar efectivo con inversion minima, ya que el mercado no va a crecer mucho mas.
5	Apartado b), continuacion - para la Estrella (cafe): seguir invirtiendo para mantener/aumentar su posicion. Para los Interrogantes (agua, refrigerios): decidir selectivamente en cuales invertir mas, usando el efectivo generado por la Vaca lechera.
6	Apartado a), cafe (el caso mas discutible) - con cuota alta y crecimiento moderado pero positivo (no bajo, como las carbonatadas), la clasificacion mas defendible es ESTRELLA: sigue creciendo, no esta estancado. Pero es razonable argumentar tambien Vaca lechera si se considera el crecimiento demasiado moderado para justificar mas inversion. Lo importante en el "evalue" es reconocer la ambiguedad, no memorizar una unica respuesta correcta.

TEORIA BASICA

- Matriz BCG: cuota de mercado relativa x tasa de crecimiento del mercado — 4 cuadrantes: Estrella, Vaca lechera, Interrogante, Perro.
- Vaca lechera: generar efectivo con inversion minima. Estrella: seguir invirtiendo. Interrogante: decidir selectivamente donde invertir. Perro: considerar eliminar o desinvertir.
- El efectivo generado por las Vacas lecheras normalmente financia la inversion en Interrogantes y Estrellas.

REFUERZO

LIBRO Gestion Empresarial BI v1 - Bloque 4, planificacion de marketing.

APUNTES Ver "Practica Myt bloques 3-4-5.pdf" en 02 Ejercicios con solucion para el caso completo de Myt PLC.

COMO SE PUNTUA (BANDAS OFICIALES NS, RESUMIDAS)

Bajo (1-4): productos mal situados en la matriz; sin estrategias claras.

Medio (5-8): productos bien situados; estrategias genericas no conectadas al cuadrante.

Alto (9-12): productos bien situados y justificados; estrategia especifica y bien argumentada para cada cuadrante, considerando el portafolio en conjunto.

RESPUESTA MODELO

a) Bebidas carbonatadas (40%, crecimiento bajo): VACA LECHERA. Cafe (30%, crecimiento moderado): ESTRELLA — caso limite, con cuota alta y crecimiento todavia positivo (aunque mas moderado que agua o refrigerios); tambien seria defendible como Vaca lechera en transicion si se prioriza el crecimiento sobre la cuota. Agua embotellada (20%, crecimiento alto): INTERROGANTE. Refrigerios saludables (10%, crecimiento acelerado): INTERROGANTE con mayor potencial futuro.

b) Bebidas carbonatadas (Vaca lechera): "ordeñar" el producto, generando efectivo con inversion minima. Cafe (Estrella): seguir invirtiendo para mantener el liderazgo mientras el mercado crece. Agua embotellada y refrigerios saludables (Interrogantes): usar el efectivo de las bebidas carbonatadas para invertir selectivamente, priorizando los refrigerios saludables por su crecimiento mas acelerado. En conjunto, Myt PLC deberia usar su Vaca lechera para financiar el crecimiento de sus categorias emergentes, en vez de repartir la inversion por igual.

RESUMEN - CON TUS PROPIAS PALABRAS

¿Que caracteriza a cada cuadrante de la matriz BCG?

¿Como se conecta la Vaca lechera con los Interrogantes en una estrategia de portafolio?

¿Que se me olvido incluir la primera vez?

REGISTRO DE INTENTOS

Fecha	H. inicio	H. fin	Verbo OK	Evidencia caso OK	Banda autoeval.	Repetir

ESPACIO DE TRABAJO ADICIONAL