



Nombre de la alumna:

**Maricela Pérez Cruz**

Nombre del profesor:

**Ing. Jorge Enrique Albores Aguilar**

Nombre del trabajo: **Mapa Conceptual**

Materia: **Desarrollo de pequeñas y medianas empresas**

Grado: **9° cuatrimestre**

Grupo: **“B”**

PASIÓN POR EDUCAR

Comitán de Domínguez Chiapas a 05 de julio de 2020

PRODUCTOS

Ciclo de vida

Causas de Éxito y fracaso

Introdutoria

Madurez

Representa el lanzamiento a toda escala de un nuevo producto en el mercado.

Durante el que las ventas se incrementan a una tasa decreciente, señala el principio de la etapa de madurez del ciclo de vida.

Crecimiento

Declinación

Típico que las ventas crezcan a un ritmo cada vez mayor, muchos competidores ingresan al mercado y las grandes compañías pueden empezar a adquirir a las pequeñas que fueron pioneras.

Larga caída de las ventas señala el principio de la etapa de declinación.

Factores

Subfactores

Recursos humanos competentes, ventajas competitivas de la empresa, capacidad de producción, capacidad de investigación y desarrollo, capacidad de financiamiento, presencia de estrategia marketing-mix, actitudes y percepciones de los dirigentes, características personales de los dirigentes, planificación de la estrategia de internacionalización, experiencia anterior a la internacionalización, participación a unas redes de apoyo o de contactos, posesión de informaciones estratégicas, apoyo a programas gubernamentales, y acceso a las materias primas

6A) estrategias del producto, 6B) estrategias del precio, 6C) estrategias de distribución, 6D) estrategias de promoción que son asociadas al factor 6, sea la presencia de estrategias marketing-mix así que el subfactor 8A) conocimiento de lenguas extranjeras que está asociado al factor 8 intitulado características personales de los dirigentes.