



Nombre de alumno: Dana Belén Rivera Escobar

Nombre del profesor: Gerardo Garduño

Nombre del trabajo: Mapa conceptual. Ciclo de vida del producto

Materia: Mercadotecnia

Grado: 5to. Cuatrimestre. Administración y estrategias de negocios

Grupo: A

Comitán de Domínguez Chiapas a 2 de febrero del 2022

Ciclo de vida del producto

Ciclo de vida del producto

Se define como

Es el proceso por el que pasa un artículo comercial desde su concepción hasta su salida del mercado

Se caracteriza por

- Condicionar el diseño y afectar al desarrollo de la estrategia de mercadotecnia; si resultan tener resultados negativos
- Otorgar evolución de ventas y utilidades crecientes al inicio para después decrecer estas mismas
- Contar con fases no estables
- Acortarse cuando el comportamiento de las ventas se acorta

Por lo tanto contamos con

Estrategias de alargamiento

Tales como

Saber qué busca y qué espera en cada momento el usuario

Adaptar los productos a la evolución del mercado y a las exigencias del consumidor es una de las estrategias ligadas al producto que mejores resultados pueden reportar

Fases del ciclo de vida

Son

1. **Desarrollo del mercado.** Se comienza a distribuir el producto por primera vez y ya se encuentra a la venta.

- Debido a que la venta es baja al principio, las utilidades también lo serán
- La duración dependerá de la complejidad del producto

2. **Crecimiento.** Es la fase donde las utilidades crecen rápidamente.

- La competencia es atraída con oportunidades de negocio
- Se lleva a cabo un proceso de difusión que atrae más compradores
- El precio baja pero la inversión en promoción sigue siendo alta

Así como también

3. **Madurez.** Aquí se nivela la demanda.

- Las ventajas dejan de aumentar
- Las utilidades declinan debido a la disminución de demanda
- Es la etapa más larga y puede serlo aún más si se llevan a cabo estrategias de mejora
- La competencia de precios aumenta, pero la publicidad disminuye

3. **Declive.** Las ventas disminuyen y las utilidades desaparecen.

- La industria se reduce
- Se enfocan en pocas empresas
- El retiro del producto dependerá de las posibilidades de la situación
- Lamentablemente, el producto tiende a desaparecer