



Mi Universidad

Súper Nota

Nombre del Alumno: *Jessica Isela Ramón Álvarez*

Nombre del tema: *Selección del proyecto y estudio de mercado de los proyectos*

Parcial: *1 er*

Nombre de la Materia: *Formulación y evaluación de proyectos*

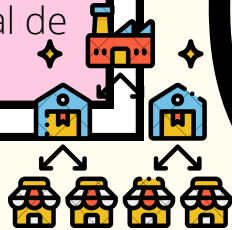
Nombre del profesor: *Mtro. Gerardo Garduño Ortega*

Nombre de la Licenciatura: *Maestría en Administración en Sistemas de Salud*

Cuatrimestre: *3 ro*

INTRODUCCIÓN

Inicia cuando empieza a distribuirse el producto por primera vez y ya está disponible para su compra. El momento en el que empiezan a producirse suele coincidir con el final de esta etapa.



MADUREZ

En esta fase se desnivela la demanda, Las ventas dejan de aumentar y llega un momento en el que empiezan a descender, esta fase es es la más larga del ciclo de vida



CICLO DE VIDA DE LOS PROYECTOS

Comportamiento del mercado, la situación del entorno y la competencia cambian a lo largo del tiempo en el que el producto se comercializa



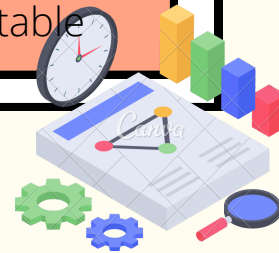
CRECIMIENTO,

Inicia cuando ventas aumentan rápidamente; es la etapa del «despegue» del producto y termina cuando llega a su punto mas alto.



DECLIVE

En esta fase las ventas disminuyen sensiblemente y las utilidades tienden a desaparecer. La desicion de retirar o mantener el producto, dependerá de las posibilidades de sustitución por otro más rentable



Referencias

- **Pacheco Coello, C. E. (201). El proyecto de inversión como estrategia gerencial. Me xico, D.F, Instituto Mexicano de Contadores Públicos. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uvm/116379?page=19>.**
- **Sangri Coral, A. (2015). Introducción a la mercadotecnia. México D.F, Mexico: Grupo Editorial Patria. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uvm/39388?page=33>.**
- **Santesmases Mestre, M. (2015). Fundamentos de mercadotecnia. México D.F, Mexico: Grupo Editorial Patria. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uvm/39413?page=346>.**