



Súper Nota.

Nombre del Alumno: María José Hernández Méndez.

Nombre del tema: Ciclo de Vida de los Proyectos.

Parcial: I

Nombre de la Materia: Formulación y Evaluación de Proyectos.

Nombre del profesor: Mtro. Gerardo Garduño Ortega.

Nombre de la Maestría: Administración en Sistemas de Salud.

Cuatrimestre III.

Ciclo de vida de los proyectos.

¿Qué es?

Es el conjunto de fases en que son divididos los proyectos para facilitar su gestión. Esta división es realizada por aquellos encargados de la dirección de proyectos.



Etapas del ciclo de vida de un proyecto:

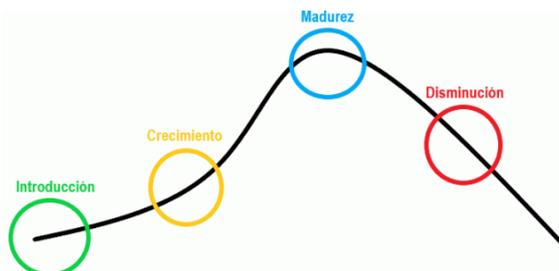
- Planificación.
- Ejecución.
- Seguimiento o control.
- Cierre.

Se sabe que los proyectos requieren de un plan básico para llevarse adelante ya que los mismos necesitan una estructura de cómo se tienen que desarrollar en cada paso.

Ciclo de vida de un producto:

Cada proyecto requiere de una detallada atención cada día, ya que ayuda a reducir el riesgo a la confusión y el desorden, aunque también depende de la dirección del gerente para segura ese de que empiece y termine de acuerdo al cronograma planteado.

Es el tiempo que transcurre desde la concepción del producto hasta su retiro del mercado.



Durante este proceso suceden diferentes etapas que se centran en; variables como "Ventas y beneficios"

Fases del ciclo de vida de los productos.



Introducción.

Empieza a distribuirse el producto por primera vez y ya está disponible para su compra. Las ventas inician y crecen muy lentamente.

Las ventas aumentan rápidamente, es la etapa del despegue del producto. Las utilidades también crecen rápidamente y llegan a su punto más alto al término de esta etapa.

Crecimiento.

Madurez.

Las ventas dejan de aumentar y llega un momento en el que empiezan a descender la demanda solo se produce por reposiciones del producto. La competencia de precios se vuelve más intensa y se produce una bajada continua de los mismos.

La industria se reduce, la producción se concentra en pocas empresas, los precios se estabilizan, la decisión de mantener el producto en el mercado dependerá de las posibilidades de sustitución por uno más rentable.

Declive.



Estrategias para el desarrollo de un producto.



Estrategias de crecimiento.

- Mejorar la calidad ofrecida.
- Agregar funciones de soporte.
- Entrar en diferentes segmentos del mercado.
- Diversificar los canales de distribución.

Estrategias de madurez.

- Cambio del mercado.
- Modificación del producto.

Estrategias de declive.

- Reducir gasto promocional.
- Reducir el valor de los productos.
- Encontrar otro uso para el producto.
- Cosechar el producto o servicio antes de retirarlo.