

# CICLO DE VIDA DE UN Producto



## IPHONE 15 PRO

**MAX** Nuevo diseño, tecnología innovadora, campañas de marketing intensivas.



### FASE DE INTRODUCCIÓN

Es el punto de partida en la vida comercial de un producto y se inicia con su puesta en el mercado



### FASE DE CRECIMIENTO

Este período se caracteriza por un aumento rápido tanto en ventas como en beneficios.



## TIK TOK

Aumento rápido de usuarios, mejoras continuas en la interfaz y funcionalidades, expansión a nuevos mercados.



## TESLA

Establecimiento en el mercado, competencia feroz, énfasis en la calidad y el servicio al cliente, ofertas promocionales para mantener la participación en el mercado.



### FASE DE MADUREZ

Esta etapa se caracteriza por un crecimiento moderado de las ventas, e incluso su estabilización, a la vez que se da un estancamiento primero y un descenso después de los beneficios.



### FASE DE DECLIVE

Los precios que habían empezado a descender tienden a estabilizarse y pueden llegar incluso a subir si la oferta de los competidores disminuye. Las ventas son cada vez menores y tienden a desaparecer



## REPRODUCTOR DE CD

Obsolescencia debido a nuevas tecnologías (por ejemplo, reproducción de música digital), disminución de la demanda, retirada gradual del mercado

# Estrategias para alargar el ciclo de vida del producto

Llegada la fase de madurez, en la que las ventas quedan estancadas, se debe tomar una decisión en cuanto a mantener el producto en el mercado o retirarlo definitivamente. En el caso de que se decida la permanencia del producto, hay diferentes opciones para alargar y potenciar su existencia, tanto desde el punto de vista del producto como del mercado.

## Estrategias de producto

Son modificaciones que se llevan a cabo en el producto y afectan al propio producto o a los usos que se puedan hacer de él. Es importante que todas las mejoras que se llevan a cabo en el producto sean percibidas por el consumidor. En caso de no ser así, será difícil conseguir revitalizar su demanda.

## Estrategias de mercado:

Son modificaciones que afectan a las pautas de comportamiento del mercado respecto al consumo del producto.

### Bibliografía

Administración del ciclo de vida del producto. Características y estrategias del ciclo de vida. [www.itlp.edu.mx/publica/tutoriales/mercadotecnologia2/tema2\\_1.htm](http://www.itlp.edu.mx/publica/tutoriales/mercadotecnologia2/tema2_1.htm)