

# ¿QUÉ ES EL CICLO DE VIDA DE UN PRODUCTO?



## Concepto

Ciclo de vida del producto es un proceso cronológico desde el lanzamiento hasta la desaparición, el cual está condicionado por ventas y beneficios, sigue una curva creciente al principio y decreciente con el tiempo.

Tiene 4 Fases: Introducción, Crecimiento, Madurez, Declive.

## Fase 1: Introducción

Etapa crítica y punto de partida del producto.

- Características: bajo volumen de ventas y beneficios, inversión significativa para lanzamiento, posible competencia escasa.

Ejemplo: Realidad aumentada.

- Estrategias: agitación rápida/lenta, penetración rápida/lenta.

## Fase 2: Crecimiento

Caracterizado por aumento rápido de ventas y beneficios, Competencia intensificada con nuevos competidores, Mejora del producto y expansión de canales de distribución.

- Ejemplo: Coches eléctricos.
- Estrategias: Ampliar canales de distribución, reducir precios, reforzar publicidad, agregar características.



## Fase 3: Madurez

Crecimiento moderado de ventas, estabilización y declive de beneficios, Competencia alta, técnicas de fabricación perfeccionadas, Necesidad de diferenciación y estrategias para mantener cuota de mercado.

- Ejemplo: Sector de la moda.
- Estrategias: entrar en otros segmentos, modificar características, captar clientes de competencia, estrategia de branding.

## Comparaciones y Contrastes

- Estrategias de introducción: agitación rápida/lenta, penetración rápida/lenta.
- Estrategias de crecimiento: expansión de canales, reducción de precios, refuerzo de publicidad, agregación de características.
- Estrategias de madurez: diversificación, modificación de características, captación de clientes, estrategia de branding.
- Estrategias de declive: reemplazo, modificación, estrategia de rebranding.

## Fase 4: Declive

Ventas y beneficios disminuyen, competencia escasa, precios estabilizados o incrementados y necesidad de reemplazo o modificación del producto.

- Ejemplo: DVD's.
- Estrategias: reemplazar, modificar, estrategia de rebranding.

## Recomendaciones

- Introducción: Educación del mercado, demostraciones y pruebas gratuitas.
- Crecimiento: Expansión internacional, innovación continua, programas de lealtad.
- Madurez: Diversificación de productos, colaboraciones estratégicas, estrategias de precios.
- Declive: Gestión de costos, transición a productos sustitutos, liquidación ordenada.

## Referencias:

Godás, L. U. I. S. (2006). El ciclo de vida del producto. *Offarm*, 25(8), 11-142.

De ThePowerMBA, E. (2023, July 13). Ciclo de Vida de un Producto | Fases y Ejemplos. Retrieved from <https://www.thepowermba.com/es/blog/etapas-del-ciclo-de-vida-de-un-producto>