



¿QUÉ ES EL CICLO DE VIDA DE UN PRODUDUCTO?



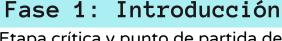




Concepto

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

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



View Help

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