

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Para que la organización mantenga una vigencia longeva en la presencia del consumidor, entendiendo la dinámica del ciclo de vida del producto, en el que todos los productos se dirigen al declive, tarde o temprano; están optando por la creación de una gama de productos en el mercado, con enfoques diferentes, a lo que se llama Portafolio de productos.

Para Añez J. (2022). Portafolio de productos lo define como *“la cartera de bienes y servicios que una empresa ofrece para la venta en el mercado, este conjunto de alternativas puede tratarse de una o varias líneas de producto, con el fin de diversificar su actividad comercial”*.

Dicha estrategia posee diferentes connotaciones y enfoques, para diversificar la forma de impactar al consumidor, y establecer un portafolio de producto de acuerdo con la satisfacción de necesidades a diferentes hábitos, segmentos y mercado objetivo.

Un portafolio de negocio se caracteriza por su:

- Amplitud: líneas que integran el portafolio de productos que ofrece la empresa, por ejemplo, alimentos, productos de

limpieza e higiene, productos de aseo personal, bebidas energizantes, entre otros.

- Longitud: productos que fabrica y comercializa la empresa, por ejemplo, cepillos de dientes, cremas dentales, enjuagues bucales y cera dental.
- Profundidad: variedad de modelos de cada producto que ofrece la empresa, sus diferentes tamaños, colores, sabores y toda característica que pueda diferenciar los productos semejantes.
- Consistencia: similitud entre líneas de bienes y servicios, según métodos de producción, canales de distribución, precios, frecuencia de uso del consumidor, etc.

Referencia:

Añez, J. (2020). Portafolio de Negocios. Economía360. Recuperado a partir de:
<https://www.economia360.org/portafolio-de-negocios/>