

Factores que facilitan el ataque:
el rendimiento transparente
y los ciclos de moda

Estos mismos factores
hacen más difícil la defensa

Una visión optimista de las ventajas del producto favorece el ataque, pero perjudica la defensa

La minimización del coste de vida útil
no siempre ofrece una predicción fiable
del comportamiento del consumidor