Redactado - hueco de contenido, sin fuente de examen real

FICHA B4-P01

Necesidades, deseos y demanda en el mercado del te

BLOQUE / UNIDAD	TIPO	DIFICULTAD	PUNTOS	TIEMPO MAX.
B.4.1 Introduccion al marketing	**Principal**	*oo (1 / 3)	**9 pts . a)4 + b)5**	**13 min**

VERBO(S) DE INSTRUCCION	HERRAMIENTA / TEORIA CLAVE
Distinga (a) . Explique (b)	Necesidad vs deseo vs demanda . Marketing de bienes/servicios

MATERIAL NECESARIO

Toolkit / cuadernillo: no es imprescindible.

PRERREQUISITOS

- Necesidad: algo esencial para vivir. Deseo: forma especifica en que una persona satisface una necesidad segun sus preferencias
- Demanda: deseo respaldado por la capacidad y voluntad de pagar
- El marketing busca identificar y satisfacer deseos rentables, no solo necesidades basicas

TIEMPO DE REFERENCIA

Media de la clase ~ 8 min. Es una referencia para situarte, no un cronometro.

ENUNCIADO

Una marca de te premium vende bolsitas de te artesanal a $8 la caja, mucho mas caro que el te generico de supermercado a $2. A pesar del precio, sus ventas crecen cada año entre consumidores urbanos con ingresos medios-altos.

a) Distinga entre necesidad, deseo y demanda, aplicando los tres conceptos al caso de esta marca de te premium. [4]

b) Explique por que el marketing se enfoca en identificar deseos especificos y no solo necesidades basicas. [5]

FICHA B4-P01

Necesidades, deseos y demanda en el mercado del te

PISTAS PROGRESIVAS (DE ESTRUCTURA, NO DE CALCULO)

1	General - la (a) es aplicar tres definiciones distintas al mismo caso; la (b) exige razonar el PORQUE del enfoque del marketing.
2	Apartado a) - la NECESIDAD basica es hidratarse. El DESEO especifico es tomar te artesanal premium. La DEMANDA es que, ademas de desearlo, estan dispuestos y pueden pagar $8 por ello.
3	Apartado a), aplicacion - el crecimiento de ventas confirma que existe demanda real, no solo un deseo sin respaldo economico.
4	Apartado b) - si el marketing solo se centrara en la necesidad basica, cualquier bebida generica serviria: no explicaria por que unos consumidores pagan 4 veces mas por un producto especifico.
5	Apartado b), aplicacion - identificar el DESEO especifico permite a la empresa diferenciarse y cobrar un precio mayor, en vez de competir solo por precio.
6	Antes de entregar - revisa que uses los tres terminos correctamente diferenciados, no como sinonimos.

TEORIA BASICA

- Necesidad: requisito basico para vivir. Deseo: forma especifica de satisfacer una necesidad segun preferencias personales/culturales. Demanda: deseo respaldado por capacidad y voluntad de pago.
- El marketing identifica y satisface DESEOS especificos y rentables, no solo necesidades genericas.
- Diferenciar el producto segun deseos especificos permite cobrar precios mas altos y fidelizar clientes.

REFUERZO

LIBRO Gestion Empresarial BI v1 - Bloque 4, introduccion al marketing.

APUNTES "esquema BLOQUE 4 Marketing unit 1.pdf" en 01 Apuntes y resumenes.

COMO SE PUNTUA (BANDAS OFICIALES NS, RESUMIDAS)

Bajo (1-3): terminos confundidos o mal aplicados.

Medio (4-6): terminos correctos, aplicacion parcial al caso.

Alto (7-9): los tres terminos bien distinguidos y aplicados; explicacion clara del enfoque del marketing en deseos especificos.

RESPUESTA MODELO

a) Necesidad: hidratarse. Deseo: la forma especifica en que estos consumidores eligen satisfacerla — tomar te artesanal premium, no cualquier bebida. Demanda: el hecho de que, ademas de desearlo, tienen la capacidad y voluntad de pagar $8 por caja, reflejado en el crecimiento constante de las ventas.

b) El marketing se centra en deseos especificos porque las necesidades basicas por si solas no explican las decisiones de compra reales: cualquier bebida satisface la necesidad de hidratarse, pero solo identificando el deseo especifico de calidad y artesania la empresa puede diferenciar su producto, justificar un precio mas alto, y evitar competir unicamente por precio con el te generico.

RESUMEN - CON TUS PROPIAS PALABRAS

¿Que diferencia hay entre necesidad, deseo y demanda?

¿Por que el marketing se centra en deseos especificos?

¿Que se me olvido incluir la primera vez?

REGISTRO DE INTENTOS

Fecha	H. inicio	H. fin	Verbo OK	Evidencia caso OK	Banda autoeval.	Repetir

ESPACIO DE TRABAJO ADICIONAL