Adaptado - examen oficial IB (caso "Cloud Bakers", GESTION Paper 2 NS - 2BI 1EV 24-25 (con criterios).pdf, pregunta 5), enunciado y mark scheme reales. Corregido 2026-09-18 (antes redactado).

FICHA B4-P08

El marketing mix de una cafeteria de especialidad

BLOQUE / UNIDAD	TIPO	DIFICULTAD	PUNTOS	TIEMPO MAX.
B.4.5 Las 7 P	**Principal**	**o (2 / 3)	**11 pts . a)7 + b)4**	**16 min**

VERBO(S) DE INSTRUCCION	HERRAMIENTA / TEORIA CLAVE
Aplique (a) . Explique (b)	Las 7 P del marketing mix

MATERIAL NECESARIO

Toolkit / cuadernillo: no es imprescindible.

PRERREQUISITOS

- Las 7 P: Producto, Precio, Plaza (distribucion), Promocion, Personas, Procesos, Evidencia fisica (physical evidence)
- Las ultimas 3 P son especialmente relevantes para negocios de SERVICIOS, como una panaderia/cafeteria
- Un marketing mix coherente conecta todas las P entre si, apoyando el mismo posicionamiento de marca

TIEMPO DE REFERENCIA

Media de la clase ~ 11 min. Es una referencia para situarte, no un cronometro.

ENUNCIADO

Cloud Bakers (CB) es una panaderia artesanal reconocida por su pan, pasteles, tartas y productos salados hechos a mano con ingredientes frescos (desglose de ventas: pan 50%, pasteles 30%, tartas 15%, salados 5%). Las tendencias recientes muestran una creciente preferencia por los pedidos y entregas de comida en linea, pero la presencia digital de CB se limita a una web basica sin funcionalidad de pedidos. El equipo de gestion valora dos opciones estrategicas: Opcion 1, desarrollar su propia plataforma de comercio electronico para pedidos y entregas en linea; Opcion 2, asociarse con un servicio de entrega de comida en linea de terceros.

a) Aplique cada una de las 7 P del marketing mix a la Opcion 1 (desarrollar una plataforma de comercio electronico propia), con un ejemplo concreto para cada una. [7]

b) Explique una ventaja y una desventaja de que Cloud Bakers subcontrate su servicio de entrega a un socio externo (Opcion 2). [4]

FICHA B4-P08

El marketing mix de una cafeteria de especialidad

PISTAS PROGRESIVAS (DE ESTRUCTURA, NO DE CALCULO)

1	General - la (a) pide 7 ejemplos concretos ligados a la OPCION 1 especificamente (no genericos); la (b) exige un lado a favor Y un lado en contra de la Opcion 2, cada uno aplicado al caso.
2	Apartado a), Producto y Precio - Producto: mostrar toda la gama (panes, pasteles, tartas, salados) con fotos de calidad y descripciones detalladas, con opciones de personalizacion. Precio: una estructura de tarifa de envio competitiva, quiza con precios escalonados segun el tamano del pedido o un programa de fidelizacion.
3	Apartado a), Plaza y Promocion - Plaza: modelo hibrido, pedido online + recogida en tienda. Promocion: marketing digital (redes sociales, anuncios dirigidos a profesionales ocupados), promociones especiales para impulsar el trafico inicial.
4	Apartado a), Personas, Procesos, Evidencia fisica - Personas: formar al personal para gestionar pedidos online y consultas por chat. Procesos: interfaz de usuario sencilla, pago fiable, sistema de entrega bien organizado. Evidencia fisica: la propia web bien diseñada transmite confianza de marca.
5	Apartado b), ventaja - subcontratar el reparto ahorra los costes de montar un sistema propio (vehiculos, conductores, seguros) y da acceso inmediato a una red de reparto ya establecida y escalable segun la demanda.
6	Apartado b), desventaja - CB pierde control sobre la experiencia de entrega: la calidad y puntualidad del servicio del socio externo se refleja directamente en la marca CB, con riesgo de diluir la experiencia de marca cuidada en tienda.

TEORIA BASICA

- Las 7 P: Producto, Precio, Plaza, Promocion, Personas, Procesos, Evidencia fisica.
- Las 4 P clasicas se ampliaron a 7 para los negocios de SERVICIOS, donde la experiencia depende tambien de quien atiende, como se presta el servicio, y el entorno fisico.
- Un marketing mix coherente conecta todas las P para reforzar un unico posicionamiento de marca.

REFUERZO

LIBRO Gestion Empresarial BI v1 - Bloque 4, las 7 P del marketing.

EXAMEN Caso completo "Cloud Bakers" en 03 Examenes oficiales + MS (GESTION Paper 2 NS - 2BI 1EV 24-25 (con criterios).pdf, pregunta 5).

COMO SE PUNTUA (BANDAS OFICIALES NS, RESUMIDAS)

Bajo (1-3): P aplicadas de forma generica, sin conectar con la Opcion 1; b) con un solo lado.

Medio (4-7): la mayoria de las P aplicadas con algun ejemplo razonable; b) con ambos lados pero poco desarrollados.

Alto (8-11): las 7 P aplicadas con ejemplos concretos y coherentes con la Opcion 1; b) con ventaja y desventaja bien desarrolladas y aplicadas a CB.

RESPUESTA MODELO

a) Producto: mostrar la gama completa (panes, pasteles, tartas, salados) con fotos de calidad y descripciones detalladas, con opciones de personalizacion. Precio: estructura de tarifa de envio competitiva, con posibles precios escalonados segun el tamano del pedido o un programa de fidelizacion. Plaza: modelo hibrido de pedido online + recogida en tienda, cubriendo distintas preferencias de cliente. Promocion: marketing digital dirigido a profesionales ocupados (redes sociales, anuncios online), con promociones especiales para impulsar el trafico inicial. Personas: formacion del personal en gestion de pedidos online y atencion por chat. Procesos: interfaz de usuario sencilla, pago fiable y sistema de entrega bien organizado. Evidencia fisica: una web profesional y bien diseñada que transmite confianza de marca.

b) Ventaja: subcontratar el reparto ahorra a CB los costes de montar un sistema propio (vehiculos, conductores, seguros), y da acceso inmediato a una red de reparto ya establecida que puede escalar segun la demanda (por ejemplo, en picos como festivos). Desventaja: CB pierde control sobre la experiencia de entrega — la puntualidad y profesionalidad del socio externo se convierte en un reflejo directo de la marca CB ante el cliente, con riesgo real de diluir la experiencia premium que CB cultiva en su tienda fisica.

RESUMEN - CON TUS PROPIAS PALABRAS

¿Que P adicionales se añaden para los negocios de servicios y por que?

¿Que ventaja y que desventaja tiene subcontratar el reparto?

¿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