

PROYECTO INTEGRADOR

SILVA TAPIA YULIANA SHANTAL

613

ADMINISTRACIÓN

ELIZABETH DE LOS ANGELES ARANDA
SERRANO

ADMINISTRACIÓN DE LA
MERCADOTECNIA

¿Cómo nació?



A mediados de 1943 Jaime Sendra, que laboraba como jefe de producción en la empresa panificadora “El Molino” en México, decide crear por su cuenta una empresa para distribuir pan a nivel nacional, con ella buscaba elaborar panes industriales y en grandes cantidades.

Crecimiento

Para el año de 1945 Bimbo contaba con más de 700 trabajadores y 14 vehículos para repartir la producción

Finalizando la década del 70, Bimbo estaba constituida por 3 firmas individuales encargadas de comercializar y vender diferentes tipos de productos. Así mismo contaba con 12 fábricas y más de 10 colaboradores, los cuales promovieron un incremento de su capital hacia 1986, donde se estableció como consorcio empresarial Bimbo.



El nombre

GRUPO

BIMBO

La raíz de nombre Bimbo proviene de la figura infantil de Disney el venado “Bambi”, combinada con la palabra “Bingo” siendo una mezcla de suerte y éxito

Su logotipo



La historia de este personaje comenzó en 1945, creado a partir de la imagen de un oso en una tarjeta navideña, sólo que Anita Mata, creadora del personaje, cambió la forma de la nariz, le agregó un gorro, un delantal y un pan de caja en el brazo.

Dos años después, en 1947, el Osito Bimbo sufrió su primera modificación, ya que el estilo de la ilustración se hace más limpio y se integran algunos detalles en rojo; aparece la característica sonrisa del Osito.

En 2007, el personaje dejó de ser una caricatura en dos dimensiones para integrarse al mundo 3D con rasgos más definidos como el iris más definido y un pelaje más blanco.



Desarrollo

El marketing de Bimbo, es el resultado de más de 200 plantas productoras de pan nivel mundial. Cuenta con más de 137.000 empleados, distribuidos a través de tres comercializadoras que distribuyen sólo en México los productos por medio de 1800 centros de ventas y más de 3 millones en todo el mundo.

Cuenta con un registro de 100 marcas las cuales producen aproximadamente 13.000 productos diversos

Algunas de sus marcas



EL GLOBO
Fundada en 1924



Estrategias

- ☐ Atención al cliente
- ☐ La marca
- ☐ Estrategias de precios
- ☐ Instrumentos de publicidad



Atención al cliente

BIMBO cuenta con un eficiente sistema de tecnología de la información que garantiza la disponibilidad de la empresa y sus clientes y consumidores, generando así una buena imagen de la marca.

Los productos de BIMBO proporcionan además algunos servicios pre y post venta como un excelente sistema de atención al cliente y la información necesaria acerca de sus productos



La marca



El personaje del "OSITO BIMBO" busca una identificación propia como sus productos, pues refleja a los clientes la suavidad, frescura y limpieza en toda la línea de productos

Estrategias de precio



BIMBO trabaja con la estrategia de liderazgo de calidad, que consta en dejar los precios un poco más altos de los de la competencia, para que el cliente se haga a la imagen de que es el producto con mejor calidad del mercado

Instrumentos de publicidad

GRUPO

El punto fuerte de BIMBO en cuanto a la publicidad está en la presión ejercida en los puntos de venta con vayas publicitarias, afiche y cualquier otro tipo de publicidad que promocióne a la empresa y la mantenga visible al consumidor además de eso suele lanzar comerciales haciendo uso del OSITO BIMBO



Pensando en el ambiente

La estrategia de marketing Bimbo no solo ha sido posicionarse en los primeros lugares de venta y promoción de sus productos; también lleva a cabo planes relacionados con la responsabilidad social. Es decir, mantiene una estrategia destinada a colaborar con la mejora del planeta.

El programa se lleva a cabo a través de la siembra de árboles, vinculando las comunidades y poblaciones donde se considere se esté vulnerando las áreas ambientales más importantes del planeta. Esto permite crear acciones para incentivar el cuidado y mantenimiento del planeta, por medio de una acción positiva



Propuesta

GRUPO

BIMBO

Conclusión

GRUPO

BIMBO

Fuentes

GRUPO

BIMBO