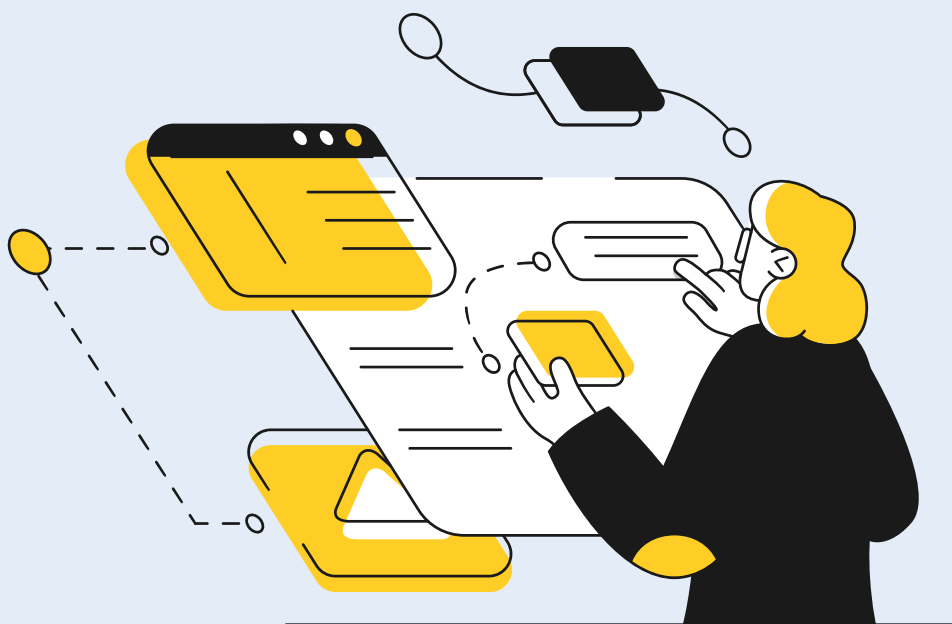


#### Marketing Bimbo y Uber



#### Plan de *marketing* de Bimbo

El plan de *marketing* de Bimbo se caracteriza por un enfoque estratégico que va más allá de la promoción de sus productos, centrándose en el fomento de dietas saludables y estilos de vida equilibrados. Fundamentado en la filosofía de cuidado de la salud y bienestar, el plan se apoya en lineamientos que incluyen la mejora nutricional de productos, la transparencia en la información nutricional y la promoción de hábitos saludables.

#### Filosofía

La empresa busca ir más allá de ser simplemente un fabricante de productos alimenticios, incorporando la promoción activa de hábitos saludables en su identidad corporativa.

#### Lineamientos

Los lineamientos de Bimbo se centran en el cuidado de la salud y el bienestar, integrando principios que abogan por la calidad nutricional de sus productos y promoviendo la información transparente sobre los mismos.

#### Acciones

Para llevar a cabo su compromiso, Bimbo emprende acciones concretas, como la reformulación de productos para mejorar su perfil nutricional, la divulgación de información nutricional clara en sus empaques y la ejecución de campañas publicitarias que resalten los beneficios de una alimentación equilibrada.

#### Iniciativas

A través de colaboraciones con organizaciones dedicadas a la salud y el bienestar, la empresa busca impactar positivamente en las comunidades donde opera, extendiendo su compromiso más allá de sus productos.

#### Plan de *marketing* de Uber

El plan de *marketing* de Uber se distingue por su enfoque estratégico e innovador que ha transformado la industria del transporte a nivel mundial. Con un objetivo claro de ser líder en el mercado de transporte compartido, la estrategia se centra en competir mediante la optimización de precios y distribución. La empresa ha logrado un sólido posicionamiento de marca asociado con la modernidad, la conveniencia y la eficiencia en la movilidad.

#### Objetivo

El objetivo de Uber se centra en el enfoque, buscando ser líder en el mercado global de transporte compartido. La empresa aspira a ofrecer soluciones de movilidad eficientes y accesibles, concentrándose en la satisfacción del cliente y la expansión constante de su base de usuarios.

#### Estrategia

La estrategia de Uber se basa en la competencia de precios y distribución, aprovechando la tecnología para optimizar rutas y costos. La empresa ha transformado la forma en que las personas perciben el transporte, ofreciendo alternativas innovadoras y eficientes en comparación con los modelos tradicionales.

#### Posicionamiento

Uber ha logrado un sólido posicionamiento de marca como pionera en la revolución del transporte compartido. Su imagen está asociada con la conveniencia, la accesibilidad y la modernidad, lo que le ha permitido diferenciarse significativamente de los servicios de transporte convencionales.

#### Redes sociales

La estrategia de comunicación de Uber se apoya en campañas efectivas en redes sociales. La empresa utiliza plataformas digitales para comunicar promociones, mejoras en el servicio y para mantener una conexión directa con sus usuarios, generando lealtad y conciencia de marca.