

**Nombre de la alumna: Dora Susana Buere Santis**

**Jessica del Rosario Hernandez Meza**

**Carlos Daniel Rodríguez Galindo**

**Nombre de la profesora: Myreille Eréndira Rodríguez  
Alfonzo**

**Nombre del trabajo: Modelo de negocio**

**Materia: Innovación de modelos de negocios y gestión de  
empresas familiares**

**Grado: 6a cuatrimestre**

**Grupo: A**

**Lic. Administración y estrategias de negocios**

## Objetivo

Es presente proyecto tiene como finalidad entender más sobre el funcionamiento de un modelo de negocio de una empresa, donde podremos analizar sobre el cómo está constituida la empresa, y en este caso sería grupo Bimbo, en donde nos tomamos la tarea de investigar su historia, filosofía, misión, visión valores entre otros elementos primordiales que nos ayuden a comprender mejor su propósito en la industria comercial de productos comestibles.

Además, que también nos enfocamos en su modelo de negocio para comprender mejor su funcionamiento, como también las características que tiene cada una y su desarrollo en la implementación en el negocio.

Es por ello que nos enfocaremos en el modelo de negocio de la empresa ya que es uno de los factores importantes que suelen mantener un control en cuanto a los sistemas, estrategias, técnicas y herramientas que la institución lleva a la gestión de sus labores, pues suele establecer ciertos requisitos.

## Historia



Grupo Bimbo inició operaciones en México el 2 de diciembre de 1945, con el nombre oficial de Panificación Bimbo, S.A. La compañía comenzó con 34 colaboradores, vendiendo pan de caja blanco (grande y chico), pan tostado y pan negro, envueltos en celofán. Lorenzo Servitje Sendra junto con José T. Mata, Jaime Sendra Grimau, Jaime Jorba Sendra y Alfonso Velasco fueron los socios que comenzaron esta empresa de panificación.

El nombre de Bimbo surgió de la combinación del popular juego *Bingo* y *Bambi*, la famosa película de Disney. Tiempo después los fundadores se enteraron que Bimbo también es la manera coloquial en que los italianos le dicen a los niños (acortado de *bambino*) y que en China el fonema para designar al pan, es casi idéntico al nombre de la marca.

De igual manera, el embajador de la marca, el Osito Bimbo, nació en 1945, gracias a la participación de los socios fundadores. Todo comenzó con el dibujo de un oso en una tarjeta de Navidad que llegó a Jaime Jorba. Anita Mata, esposa de Jaime Sendra, fue quien añadió sus rasgos característicos que son el gorro, el delantal y el pan bajo el brazo. Por último, Alfonso Velasco arregló la forma de la nariz para completar este personaje que representa limpieza, blancura y suavidad.

## PROCESO DECLARATIVO

Se enfoca en los principales elementos que tiene como propósito proveer el marco regulador de la empresa, ya que a través de ella podemos definir los objetivos deseado de una manera clara y precisa como la misión, visión, valores y objetivos de la empresa.

### Misión

Elaborar y comercializar productos alimenticios, desarrollando el valor de nuestras marcas. Comprometido a ser una empresa: Altamente productiva y humana. Innovadora competitiva y fuertemente orientada a la satisfacción de nuestros clientes y consumidores. Líder internacional en la industria de planificación con visión a largo plazo.

### Visión

Somos una empresa altamente productiva y plenamente humana.

### Valores

- ✚ Pensamos como dueños, pensando en el hoy y el mañana.
- ✚ Valoramos a la persona
- ✚ Somos una comunidad
- ✚ La seguridad de nuestros colaboradores va por delante
- ✚ Respeto
- ✚ Humanidad

## CARTA DE NAVEGACION

Este es uno de los elementos que integra el proceso declarativo, ya que en él se puede establecer los objetivos planeados como las estrategias en un futuro.

### Estrategia enfocada en la industria

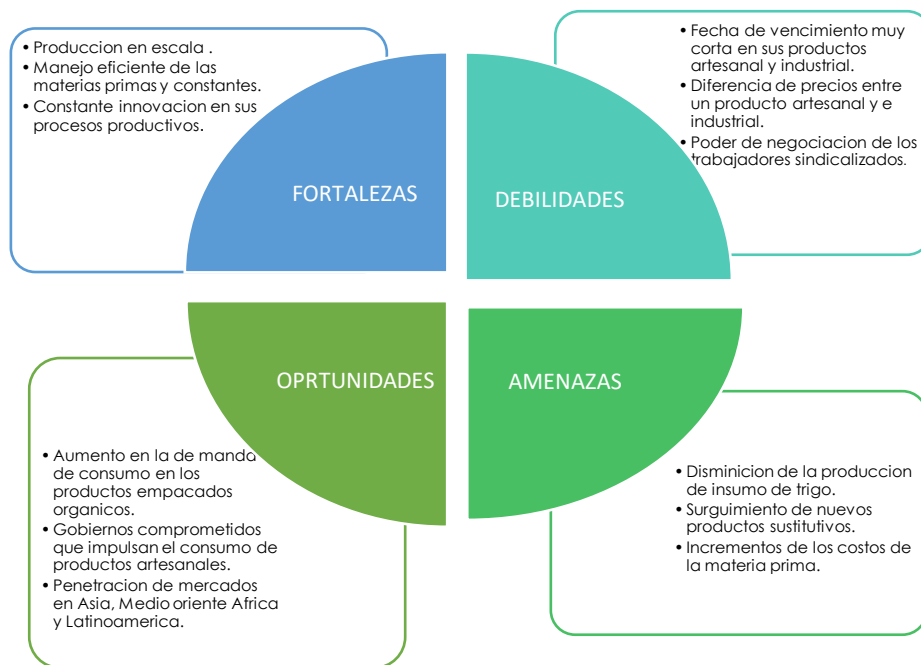
Tamaño y alcance de la industria: Enfocado en la planificación sobre el empaquetado del pan, y el acceso a todos los segmentos socioeconómicos como el incremento de las ventas.

El potencial de crecimiento: Dependerá en gran medida de la región y de la categoría.

El entorno competitivo: Enfocado en la adaptación de su entorno y anticipación a las nuevas tendencias de mercado.

## PROCESO ANALITICO

En este proceso podemos identificar a una serie de herramientas que ayuden a identificar los entornos de la empresa, ya que se tiene como finalidad de estudiarlos para así saber en qué nos enfocaremos para mejorar la productividad de nuestra empresa, es por esta razón que la empresa cuenta con el análisis FODA, el cual integra las fortalezas, las debilidades, las oportunidades a las amenazas con las que podemos contar como empresarios.



## PROCESO DE EJECUCIÓN

Consiste en poner en acción las estrategias para hacer que las cosas sucedan generando planes, programas y proyectos, los cuales pueden ser tanto de un horizonte de corto plazo como una formulación de largo plazo.

### Estrategias

#### - Estrategia de Distribución

El canal de distribución lo constituye un grupo de intermediarios relacionados entre sí que hacen llegar los productos y servicios de los fabricantes a los consumidores y usuarios finales.

Existen dos tipos de canales:

1. Canales para productos de consumo
2. Canales para productos industriales.

- Estrategia de Precio

Recientemente, la competencia de precios se ha intensificado en muchos mercados. No obstante, consideramos que la capacidad para apalancar las oportunidades de crecimiento depende de factores competitivos que van más allá del precio, como: la calidad de los productos, diferenciación, innovación, manejo de marca, control sobre la calidad de los ingredientes y la tecnología

- Estrategia de Ventas

- Mantener el crecimiento de los productos estrella.
- Incrementar el nivel de notoriedad de la marca.
- Mejorar el servicio de atención al cliente.
- Incrementar el número de nuevos clientes y conseguir la fidelidad de estos.
- Retener los actuales usuarios tanto del punto de vista de número de usuarios como de compras realizadas e incrementar las compras de los usuarios actuales consiguiendo más compras en un periodo de tiempo, vendiendo más cantidad de producto o vendiendo productos con más margen de beneficio.

Uno de los programas que GRUPO BIMBO ha lanzado como estrategia en el mercado que por la presente crisis causada por la contingencia sanitaria es el llamado “Bimbo Contigo”

Grupo Bimbo da un paso más en su camino de apoyo a sus socios comerciales y anuncia el lanzamiento de un robusto programa dirigido a propietarios de tiendas y misceláneas.

Mediante estas acciones, los pequeños comercios recibirán apoyos para mantener y fortalecer su negocio y al mismo tiempo continuar conectados con la empresa.

La empresa está reforzando diversos programas y herramientas para ayudar a sus aliados estratégicos a fortalecer su negocio, que incluyen facilidades del ya existente Crédito Pesito, brindando así la posibilidad de aumentar hasta el doble su límite de crédito, y de Qiubo, una plataforma que ofrece tecnología a los pequeños comercios para

que puedan recibir pagos con tarjetas de crédito, débito y vales de despensa, vender tiempo aire y cobrar servicios.

Estas herramientas de apoyo están acompañadas de otros beneficios relacionados a todo su portafolio, que incluye las marcas Bimbo.

## PROCESO DE CONTROL Y COMPROMISOS

Este proceso se basa en la instancia de retroalimentación, con la finalidad de detectar las no conformidades en aquellos ámbitos esenciales para el cumplimiento de la carta de navegación trazada. En donde se aplica un sistema de control de desempeño para medir y controlar el modelo de negocio enfocada en los ámbitos de la inversión y el desempeño.

Uno de los problemas que presentan las organizaciones de la actualidad, es la falta de instrumentos que le permite evaluar de manera permanente las posibles desviaciones que se presentan dentro de un núcleo de operaciones, por ello es indispensable fijar un conjunto de herramientas que le ayuden a mejorar su labor frente a la competencia, es por ello que la empresa se integra por:

### “SISTEMA DE CONTROL DE GESTIÓN”

Es el activo cuando colabora con el buen funcionamiento de la gestión empresarial, estructurándose en etapas esenciales, las cuales son:

#### Objetivos del Control:

- ✚ Interpretación Global De Todas Las Funciones Gerenciales
- ✚ Integrar Las Variables Estratégicas Y Operacionales
- ✚ Construir Toma De Decisiones De Presente Y Del Futuro
- ✚ Mejora Continua De Los Resultados
- ✚ Corregir Sobre La Marcha De Las Desviaciones
- ✚ Reaccionar Ante Los Cambios

### “TIPOS DE CONTROLES”

La empresa Bimbo cuenta con un sistema de aseguramiento de calidad que incluye el control de la misma en cada una de las etapas del proceso de fabricación. Los responsables de dicho control son todos los empleados que están involucrados en cada

etapa, desde el manejo de insumos de producción hasta el manejo de producto terminado.

### **Aspectos de Calidad del Control:**

- ✚ Insumo de Producción
- ✚ Productos Terminados
- ✚ Puntos De Producción Atravesó De Los Sistemas

## **PROCESO DE COMPENSACIÓN**

### **Negocio:**

En este proceso se traza el desarrollo en cuanto a la gestión que evaluará la calidad de los bienes y servicios a presentar a un determinado público, ya que se definen diversos aspectos y factores que definen el mejoramiento del proceso organizacional, debido a que tiene como objetivo establecer estrategias para que con ello se pueda obtener el éxito de la institución, es por ello que se ve integrado por los siguientes elementos:

Liderazgo global: La empresa es líder en cuanto a la diversidad geográfica, a los talentos de innovación en la industria, se aprovechan los recursos y el conocimiento necesarios, para construir, adquirir y reinvertir.

Distribución de clase mundial: Contamos con una distribución directa, inigualable y una de las más grandes en el continente americano.

Capacidades de producción: Producimos más de 49 millones de piezas por día, lo que garantiza calidad y que los productos se mantengan frescos con alcance global y ejecución local, debido a que el enfoque permanente es que debido a que los productos suelen ser de bajo costo mejora la eficiencia de nuestras operaciones.

Políticas financieras responsables: Adaptamos un enfoque conservador en materia de riesgos, así como políticas disciplinadas en términos de reinversión.

### **Equipo:**

Reconocemos en nuestros colaboradores, la mayor de nuestras fortalezas, por ello impulsamos políticas y prácticas que mejoran su calidad de vida, así como su bienestar y



**PASIÓN POR EDUCAR**  
desarrollo personal.

Grupo Bimbo y Queremos Mexicanos Activos, A.C. concretan proyecto para que los colaboradores de la empresa planificadora se activen físicamente durante las jornadas laborales.

Establecer zonas para activación física dentro de las oficinas corporativas del Grupo en la Ciudad de México, es un ejemplo del compromiso que la empresa tiene con la salud y el bienestar de todos sus colaboradores.

**Proceso:**

Grupo Bimbo, empresa líder en la industria de panificación a nivel global, ha decidido fortalecer sus acciones bajo el Pilar Bienestar de su programa de Responsabilidad Social “Sembrando Juntos”, para promover estilos de vida saludables entre los colaboradores de la compañía y sus familias.

En este esfuerzo, Grupo Bimbo colabora con la Fundación Queremos Mexicanos Activos, A.C., organización de la sociedad civil que trabaja para que todos los mexicanos incorporen la activación física a sus hábitos cotidianos. Las acciones emprendidas por la Fundación buscan prevenir problemas de salud.