



**Nombre del alumno: LIMBERG  
ALBORES MONTOYA**

**Nombre del profesor: MABEL  
DOMINGUEZ**

**Nombre del trabajo: ENSAYO UNIDAD  
III**

**Materia: PLAN DE NEGOCIOS**

**Grado: 7tmo. CUATRIMESTRE**

**Grupo: LAEN**

Sin duda una de las empresas que, a tenido mayor impacto en México en mi entender, como también ya mencionado muchas veces por fuentes importantes, donde podemos ver la magnitud de desarrollo de esta empresa hasta en nuestro hogar; tomando en cuenta que empezó a operar el 2 de diciembre de 1945, con solo pocas personas que trabajaban en una pequeña planta en la Ciudad de México. Sus fundadores tenían la visión de hornear pan que fuera muy bueno, nutritivo, sabroso, fresco y sobre todo bien hecho ya que desde ahí el objetivo era en transformar la industria de la panificación y expandir su liderazgo global para servir mejor a los consumidores, como lo ahora es en su visión de la empresa Bimbo y con la intención de complacer y nutrir, así alcanzando todos los hogares de México, y valla que lo lograron, con algo importante que es la planeación y sobre todo la organización que en sus primeros tiempos fue solamente de años para poder desarrollar y empezar a darse a conocer en México.

Los fundadores de la compañía fueron Lorenzo Servitje, Jaime Jorba, Jaime Sendra, José T. Mata, Alfonso Velasco y Roberto Servitje. Después de unos años, la compañía panificadora recibía a sus nuevos empleados con un folleto de “Bienvenido a Bimbo” en el cual ahí podemos ver la importancia de dar el lugar y lo importante que un trabajador es en una empresa, junto con eso también daban una explicación de la historia de Bimbo y su reglamento, expresaba el deseo de que encontraran en Bimbo no solo una forma de ganarse la vida, sino un lugar de trabajo placentero, justo y seguro, y eso sin duda era una gran herramienta de como poder involucrar al personal y hacer que el compromiso sea plasmado y justamente remunerado.

El marketing de Bimbo ha permitido que sus productos hayan tenido un alto posicionamiento en el mercado de alimentos en Latinoamérica, ha permitido a los productos estar presente en más de 20 países latinoamericanos, europeos y asiáticos; cuenta con más de 8.000 productos y 150 marcas registradas. Actualmente cuenta con una masa de 137.000 trabajadores a nivel mundial entre empresas de transporte, contratistas privados y colaboradores en cada país. Se considerada una de las empresas más sólidas de alimentos en Latinoamérica, Bimbo se ha convertido en una organización que ha podido consolidar sus objetivos; gracias a una excelente estrategia de marketing. Hoy en día millones de personas confían en los productos Bimbo y diariamente llevan a su mesa este excelente producto.

En su desarrollo 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, entre los que se encuentran en famoso pan rebanado de Bimbo, Marinela, Sara Lee, Tía Rosa, Barcel, entre muchas otras; se considerada una de las más importantes del mundo uniendo calidad e innovación en cada producto presentado al público.

Algo muy interesante fue el poder desarrollar el producto ya que si nos ponemos en contexto del procedimiento que Bimbo desarrollo nos podemos fijar que es notorio con concepto específico y el desarrollo del producto dice que supone la realización efectiva de un prototipo del producto o de versiones preliminares del mismo. Implica pasar de un concepto, dibujo, gráfico, modelo o maqueta a un producto físico, real, igual o similar a cómo será el producto definitivo.

Muy interesante en el desarrollo de esta empresa y mas que nada entender y conocer la estrategia y los pasos que siguieron para lograr lo que ahora son.