

4.10 Conclusiones

En éste último capítulo se analizó a Grupo Bimbo en base a la Teoría Dinámica de Mercadotecnia. Quedó especificado que la compañía crece de acuerdo con la dinámica que describe el modelo. Los rendimientos de la empresa crecen de la mano del nivel de ventas. La ventas crecen al aumentar el número de puntos de venta y gracias a la impresionante red de distribución con la que cuenta la organización. Al aplicar la Teoría Dinámica de Mercadotecnia se consideran todas las variables, adecuando el modelo a las necesidades requeridas de la compañía en cuestión.

Para finalizar se puede decir que Grupo Bimbo es una de las empresas mexicanas con mayor éxito y proyección a nivel mundial. Bimbo se ha destacado por ser una empresa preocupada por la responsabilidad social, ya que ayuda a muchas organizaciones no gubernamentales. Bimbo, además de producir gran variedad de pan para su consumo, también cuenta con una red de distribución de primera clase, con alta tecnología y un excelente manejo a nivel logístico.

Los pilares estratégicos que sostienen a Grupo Bimbo son el desarrollo de un modelo de negocio muy competitivo, la revaloración constante de sus marcas, el liderazgo en los diferentes canales y la mejora continua de la red de distribución. Lo que nos enseña Grupo Bimbo es que todavía se puede creer en las empresas mexicanas, además esta gran empresa fue creada no solamente para enriquecer el bolsillo de sus accionistas sino también para satisfacer a sus clientes cumpliendo con el compromiso social y brindando productos nutritivos y frescos.