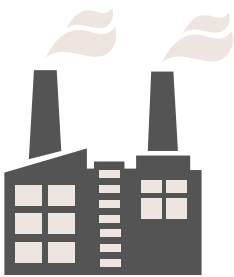


Manual de Estilo



**Bimbo es una empresa líder en su sector a nivel mundial.
Conócela:**



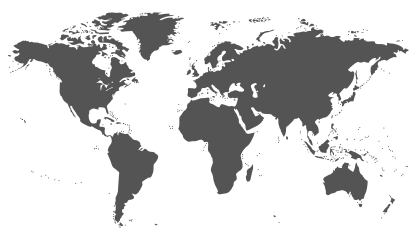
196
Plantas



+134,000
Colaboradores



+3 millones de
puntos de venta



**Tenemos presencia
en 33 países:
América, Europa,
África y Asia**



**Contamos con una de las
redes de distribución
más grandes del mundo.**

Nombre

El nombre de Bimbo apareció en una lista de propuestas elaborada por los fundadores del Grupo en 1943.

La principal hipótesis es que el nombre elegido fue de la combinación de Bingo, el popular juego de azar y Bambi, la famosa película de Disney. Tiempo después, los fundadores se enteraron que en italiano coloquial a los niños “bambinos” se les dice “bimbo”; que en húngaro la palabra significa capullo, y que en China, el fonema para designar al pan suena muy parecido a Bimbo.



Logo

El logotipo de Bimbo ha tenido cambios significativos, estos son algunos de los más importantes.

1943:



Primer logotipo con el que se registró la marca Súper-Pan Bimbo.

1945:



Primer logotipo que se usó en los empaques, la pleca inferior remitía a El Molino, primera pastelería creada en 1928.

1970:



Se integró una imagen esquemática del osito y se actualizó con un tipo de letra más moderno.

1986:



Como parte de su extensión, Grupo Bimbo generó su propio logotipo corporativo.

2000:



El Osito Bimbo vuelve y esta vez con más modificaciones, pues ya no se encuentra de perfil, ahora está de frente y el logo se muestra con los colores característicos de Bimbo.



2015:



Actualmente el logo tiene un diseño más innovador, con el que el Grupo se identifica a nivel global, incluyendo el slogan corporativo "Alimentamos un mundo mejor", una inspiración más profunda, el propósito y esencia de Grupo Bimbo.

Tipografía

A lo largo de los años el logo de Bimbo ha tenido varios cambios y a pesar de esto la esencia en su tipografía se ha mantenido.

Se muestra una tipografía gruesa con curvas y de letras rojas, es un tipo de letra sumamente importante para Grupo Bimbo porque es bastante identificable para el público y también para los niños pues según pedagogos es un tipo de letra que es empleada para que los pequeños se enseñen a leer ya que se queda grabada muy fácilmente en la memoria.



Colores

Los colores de Bimbo son: rojo, azul y blanco.



Se asocia a la estimulación y al acercamiento.



Se asocia con la confianza, con la pureza, tranquilidad y frescura.



Representa lo puro y lo inocente, así mismo da limpieza al logotipo

La combinación de estos colores representan la imagen perfecta de la marca pues muestran el lado tierno, puro e inocente que caracteriza a Bimbo.

Lenguaje

El lenguaje de Bimbo tanto interno como externo tiene que ser claro, preciso, formal y directo, así mismo, siempre tiene que ir en primera persona, es decir: en Bimbo somos, en Bimbo alimentamos, en Bimbo hacemos...

De esta forma se agrega un toque personal, el cual también va en un sentido amigable, familiar, alegre pero sin nunca perder la formalidad ni el respeto.



Ritmo

En noticias y comunicados se respeta el modelo de pirámide invertida.

Es formal y directo, pero se mantiene amigable con el lector, por lo que no se torna aburrido ni serio.

Para las redes sociales y publicidad se habla en primera persona de manera informal, es común tutear al lector.

Cabe resaltar que la organización es como una familia donde siempre se reconoce el esfuerzo, apoyo, dedicación y logros en conjunto.



Estilo

Bimbo hace uso del estilo directo e indirecto. El primero es únicamente para noticias y comunicados de la empresa que se publican constantemente en su sitio web oficial y en ocasiones en las redes sociales de la marca.



Para las noticias sigue el siguiente orden:

- Título de la nota en negritas y color azul grisáceo. ■
- Fecha: Día, mes (abreviado), año.

Ejemplo: 21 Oct 2019 ■

- Apartado especial con frase o declaración importante de una persona que se mencione en el texto. También puede ser un resumen de la nota con lo más importante o destacable de la misma.
- Se usa letra Arial a 11.5 puntos, texto justificado e interlineado de 1.15.



- **Lugar y fecha del evento:** No es necesario colocar municipio o delegación, pero si es el caso, estos van antes de la ciudad o estado. Si la situación ocurre en el extranjero se coloca la ciudad y después el país.

Ejemplos:

- Ciudad de México, octubre de 2019.
- Azcapotzalco, Ciudad de México, octubre de 2019.
- Buenos Aires, Argentina. Julio 2020.
- **Tomar en cuenta el modelo de pirámide invertida para la redacción de la nota después de colocar lugar y fecha del evento.**
El texto nunca debe pasar de las 4 a 5 líneas por párrafo.
- **Uso de subtítulos. En negritas, con el color especificado. Pueden ser preguntas o palabras clave que enganchen al lector.**

Ejemplo:

- ¿Cómo poner alimentos nutritivos en las manos de todos?



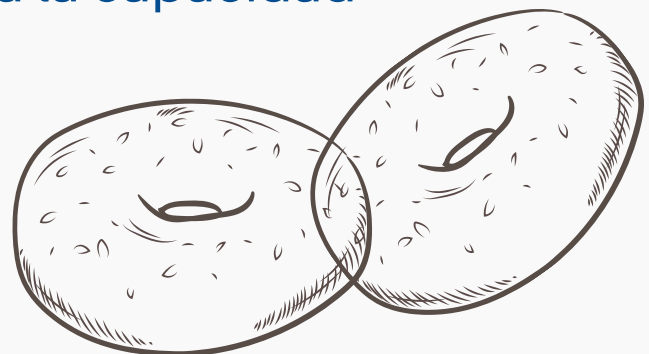
- Liderazgo, la clave de la expansión global de Grupo Bimbo.

- **Se usan cursivas para productos comunicativos.**
- **El uso de comillas es para citar a personas, productos comunicativos y contenido de los mismos.**

Ejemplos:

“Mi tienda fue afectada por la competencia, pero las ventas se han recuperado desde que me uní a la RedQiubo[®] hace 18 meses”, fueron las palabras de Miguel González, dueño de una tienda, que ya incorporó la digitalización de pagos.

Para la explicación, se cita a expertos como Mauro Guillén, autor de *“El imperio de los mercados emergentes: estrategias de crecimiento de los nuevos gigantes globales”*, quién destaca la capacidad de Grupo Bimbo de adaptarse a los mercados; ya que por ejemplo, mientras en México innovó con tecnologías...



“La globalización a la mexicana de Bimbo se refleja en una presencia en mercados de cuatro continentes en los que la compañía aporta soluciones industriales, logísticas y comerciales con decisiones centralizadas en México, pero, a la vez, con la capacidad de absorber innovaciones de otras latitudes” se indica en el reportaje.

- **Citas entre citas: Si se requiere se puede poner una comilla dentro de las otras dos para citar a una persona que citó a otra.**

Ejemplo: “Décadas atrás, el Grupo dijo, ‘Qué vamos a hacer? ¿Conglomerados de industrias como los hay en el país o acotar las características de las industrias en que queremos participar y buscamos más profundidad en un alcance internacional’. Así nos decidimos por esta aventura, de muchas décadas, de alcanzar el liderazgo en la industria de la panificación.” declaró Servitje para Forbes.



Con respecto a los comunicados se siguen los mismos puntos, sin embargo, antes del texto se pueden colocar hasta *3 bullets* o puntos más destacables del escrito, estos son breves (no más de dos líneas) y van en cursivas.

- Las citas que se quieran destacar van en cursivas. Usualmente estas citas aparecen en el apartado inicial debido a su importancia.
- Si se quiere destacar algo dentro del texto es necesario ponerlo en negritas con el color azul característico, esto ayuda a que sea más llamativo para el lector.

Como se mencionó antes, Bimbo usa el estilo indirecto cuando se dirige a sus empleados dentro de la organización y también cuando habla con sus consumidores en publicidad y redes sociales. Siempre los tutea y muestra interés por ellos.



Manera de comunicar

- Es divertido y fresco.
- Siempre se mantiene cariñoso y amable.
- Tutea a empleados y consumidores.
- Se refiere a sí mismo como una familia.
- Los hashtags cambian, pero los que se repiten comúnmente son:

#AbrazoDeOsito

#ConElCariñoDeSiempre

#BimboContigo

Hace uso de videos, principalmente animaciones con los productos como personajes.

Las imágenes son coloridas, se respeta una paleta de color y juega con las formas para capturar el interés de las personas.

Los mensajes son breves, no más de dos líneas.



Cómo le habla a los consumidores

Es informal, los tutea o los llama por su nombre.

Es amable, cariñoso y divertido.

Se preocupa por su salud y la de sus seres queridos.

Presentan características más relevantes de los productos (frescura, calidad, ingredientes, sabor).

Interactúan con los seguidores en redes sociales al usar comentarios personalizados.

Siempre están interesados en escuchar sus opiniones.

Recomiendan recetas o platillos preparados con los productos.

En redes sociales maneja textos breves y directos. De cuatro a cinco líneas máximo.





Comunicado de prensa



Comunicado de prensa. “Chulitos” la nueva apuesta de Bimbo.

Ciudad de México, a 03 de enero de 2021.- La compañía sigue evolucionando con la constante promesa de retratar la gastronomía mexicana siendo fiel a sus orígenes.

En términos más concretos, Grupo Bimbo, se complace en presentar su nuevo producto denominado “Chulitos” tratándose de dos churros con la clásica receta de masa cocinada en aceite espolvoreada con azúcar.

“Continuamos expandiendo nuestros horizontes creando nuevas recetas que gracias a una ardua búsqueda, logran captar los mejores sabores de la región y sean llevados a cada hogar”

Daniel Servitje: CEO de Grupo Bimbo

Los churros son de gran relevancia a nivel gastronómico en diversas regiones y es por eso que se crea este producto con la promesa de ser una alternativa de gran sabor bajo los estándares de calidad más estrictos, a los cuales están sometidos todos nuestros productos. La empresa sabe que la familia es uno de los pilares más importantes de la sociedad y en apoyo a su economía el precio de entrada para este nuevo producto será competitivo, \$7.00 MXN.

En esta época de pandemia Bimbo les recuerda tomar todas las medidas de seguridad necesarias para seguir cuidando la salud de todos.

Press release



Press release. "Chulitos" Bimbo's new bet

Mexico City, January 3, 2021.- The company continues evolving with the constant promise of portraying Mexican gastronomy while remaining faithful to its origins.

In specific terms, Grupo Bimbo is pleased to present a new product called "Chulitos" these are two churros with the classic recipe of dough cooked in oil sprinkled with sugar.

"We continue to expand our horizons creating new recipes, thanks to the arduous search, which get to capture the best flavors of the region to be brought to every home."

Daniel Servitje: Grupo Bimbo CEO

Churros are of great gastronomic relevance in several regions and that is why this product is created with the promise of being a great-tasting alternative under the strictest quality standards, to which all our products are subjected. The company knows that the family is one of the most important pillars of society and in support of its economy the entry price for this new product will be competitive, \$ 7.00 MXN.

In this time of pandemic, Bimbo reminds you to take all the necessary hygiene measures in order to continue taking care of everyone's health.

Newsletter interno





¡Nuestra familia sigue creciendo!

A lo largo de más de 75 años, en Bimbo hemos trabajado por ofrecer la mejor calidad en nuestros productos a todos los hogares mexicanos. El compromiso, entrega, y sobre todo el amor que tú, como cada uno de nuestros colaboradores demuestran todos los días, nos lleva a superarnos y explorar nuevos horizontes dentro del país al que orgullosamente pertenecemos y mucho más allá de él.

Es por eso que estamos muy felices de comunicarte, antes que nadie, el lanzamiento de un nuevo producto que formará parte de nuestra amplia gama disponible en el país que nos vio nacer y al que hacemos honor.

Hoy damos la bienvenida a Chulitos, el nuevo miembro de nuestra gran familia que con el "Auténtico sabor mexicano" de los churros, viene a sorprendernos.

Queremos que seas el primero en conocerlos y disfrutarlos, por ello, recibirás en tu área de trabajo tus Chulitos. Sigamos cosechando muchos logros más juntos.

Dirección General



Redes sociales





MÁS MEXICANOS QUE NUNCA

¿YA LOS PROBASTE?



¡Sí, me encantan!



No, pero
¡ahorita voy por unos!





*Auténtica
sabor
mexicana*



#BimboContigo

Publicidad para Facebook

GRUPO BIMBO

MÁS MEXICANOS QUE NUNCA

¿YA LOS PRUBASTE?

¡Sí, me encantaron!

No, pero ¡ahorita voy por unos!

BIMBO Chulitos

30 g

Grupo Bimbo
19 de enero a las 14:00

¿Ya probaste nuestros nuevos Chulitos?
Reacciona y haznos saber tu opinión 🤔

👍👎🗨️ : 61 comentarios · 21 veces compartido

Me gusta · Comentar · Compartir

Más relevantes

Gloria Jaramillo
Estan deliciosos!!

Me gusta · Responder · 1 com

Jaime Enrique Vazquez Hernandez
muy padre el empaque, muy mexicano

Me gusta · Responder · 1 com

Luis Miguel G
hay que probarlos! @Elena Ruiz

Me gusta · Responder · 1 com

Publicidad para Instagram

GRUPO BIMBO

Auténtico sabor mexicana

BIMBO Chulitos

30 g

#BimboContigo

grupo_bimbo · Seguir

grupo_bimbo #BimboContigo

Este 2021 te traemos un nuevo y delicioso sabor mexicano, prueba nuestros nuevos chulitos y vibra alto

2 d

124 Me gusta

HACE 2 DÍAS

Se limitaron los comentarios en esta publicación.