



CADENAS GLOBALES DE VALOR

CADENAS GLOBALES DE VALOR

Cadenas de Valor en el Perú

Marco Carrasco Reynoso

1. **Introducción: Idea de Fuerza Global. Nuevo Enfoque de la Globalización.**
2. **Cadenas Globales de Valor. Retos para el Perú**
3. **Alicorp. Experiencia Exitosa.**
4. **Estrategias para Insertarse en las Cadenas Globales de valor**
5. **Conclusiones y Recomendaciones**

Idea de Fuerza Global. Nuevo Enfoque de la Globalización

Introducción

Cadenas Globales de Valor

Alicorp

Estrategias

Conclusiones y Recomendaciones

- La globalización es la integración internacional.
- Hoy, los principales grupos empresariales se han preparado con ambiciosos planes de expansión, que se traducen en la compra de compañías ubicadas en los países de América Latina.
- Las empresas que encabezan a los grupos empresariales más capitalizados del país, buscan ser jugadores de peso, sobre todo, en la región.



Idea de Fuerza Global. Nuevo Enfoque de la Globalización



Introducción

Cadenas Globales
de Valor

Alicorp

Estrategias

Conclusiones y
Recomendaciones

Charles Darwin:

“No son las especies (empresas, organizaciones, etc.) más fuertes ni las más inteligentes las que superviven, sino las que más y mejor responden al cambio”.

Cadenas Globales de Valor

Introducción

Cadenas Globales
De Valor

Alicorp

Estrategias

Conclusiones y
Recomendaciones

Actualmente podemos diseñar un producto en Perú fabricarlo en Italia y exportarlo nuevamente a Perú y otros países latinoamericanos.

Las Cadenas Globales de Valor implica que el proceso productivo no se realice exclusivamente en un país determinado, se realizará en diferente países siempre y cuando cumplan con nuestros estándares de calidad requeridos y presenten costos competitivos con lo cual podemos obtener una mayor rentabilidad.



Cadenas Globales de Valor



Introducción

Cadenas Globales
De Valor

Alicorp

Estrategias

Conclusiones y
Recomendaciones

“Cadenas globales de valor son los sistemas internacionales organizados para optimizar la producción, el marketing y la innovación, al localizar productos, procesos y funciones en diferentes países para lograr beneficios por diferencias de costo, tecnología, marketing y logística, entre otras variables”.

Retos para el Perú. Panorama Actual



Introducción	Cadenas Globales De Valor	Alicorp	Estrategias	Conclusiones y Recomendaciones
--------------	---------------------------	---------	-------------	--------------------------------

Sector	Millones US\$ FOB							Var. %	Part. %
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	16/15	2016
TOTAL	35,829	46,350	46,225	42,579	38,657	33,152	36,314	9.5%	100%
MINERIA	22,154	27,991	27,138	24,211	20,273	18,663	21,689	16.2%	59.7%
AGROPECUARIO	3,177	4,519	4,177	4,231	5,096	5,050	5,582	10.5%	15.4%
Sub Sector Frutas y hortalizas Frescas	861	1,124	1,262	1,525	1,901	2,131	2,438	14.4%	6.7%
Sub Sector Frutas y hortalizas Procesadas	689	881	854	816	898	919	930	1.2%	2.6%
Sub Sector Otros Productos de Origen Vegetal	1,161	1,915	1,408	1,215	1,449	1,163	1,318	13.4%	3.6%
Sub Sector Otros Productos de la Indus. Alimentaria	350	461	491	513	655	680	748	10.1%	2.1%
Subtotal Agrícola	3,062	4,381	4,014	4,069	4,903	4,892	5,434	11.1%	15.0%
Sub Sector Productos del Reino Animal	116	137	163	162	193	158	148	-6.0%	0.4%
Subtotal Pecuario	116	137	163	162	193	158	148	-6.0%	0.4%
PETROLEO Y GAS NATURAL	3,330	4,861	5,192	5,497	4,722	2,294	2,305	0.5%	6.3%
PESCA	2,534	3,160	3,328	2,742	2,889	2,349	2,179	-7.2%	6.0%
QUIMICO	1,224	1,653	1,630	1,515	1,521	1,380	1,341	-2.9%	3.7%
TEXTILES	1,561	1,990	2,177	1,929	1,808	1,310	1,196	-8.7%	3.3%
SIDERURGICO Y METALURGICO	877	1,051	1,217	1,219	1,060	979	991	1.2%	2.7%
METAL - MECANICO	400	487	555	551	599	536	458	-14.6%	1.3%
VARIOS	398	470	645	524	518	440	443	0.6%	1.2%
MADERAS	172	169	166	160	171	150	130	-13.5%	0.4%

Retos para el Perú. Panorama Actual



Introducción

Cadenas Globales
De Valor

Alicorp

Estrategias

Conclusiones y
Recomendaciones

El Perú se encuentra en una fase inicial, es limitada y poco sofisticada en las cadenas globales de Valor manteniendo un encadenamiento importante para la exportación.

Según el informe publicado por el MEF en el Perú solo el 7,7% de las empresas adoptan tecnología extranjera mientras que el promedio de América Latina es de 14, 2% y en la OCDE es de 18, 2%. En nuestro país, solo el 29% de las empresas invirtieron en investigación y desarrollo mientras que en Chile y Colombia la cifra fue mayor (40%)

Retos para el Perú. Panorama Actual

Introducción

Cadenas Globales
De Valor

Alicorp

Estrategias

Conclusiones y
Recomendaciones



Las cadenas globales de valor serán eficientes si se desarrollan en un entorno País favorable y un ámbito comercial y de negocios que se lo permita, siendo piezas fundamentales la logística y la facilitación comercial.

Retos para el Perú. Índice de Competitividad

Introducción	Cadenas Globales De Valor	Alicorp	Estrategias	Conclusiones y Recomendaciones
--------------	---------------------------	---------	-------------	--------------------------------



Retos para el Perú. Panorama Actual

Introducción

Cadenas Globales De Valor

Alicorp

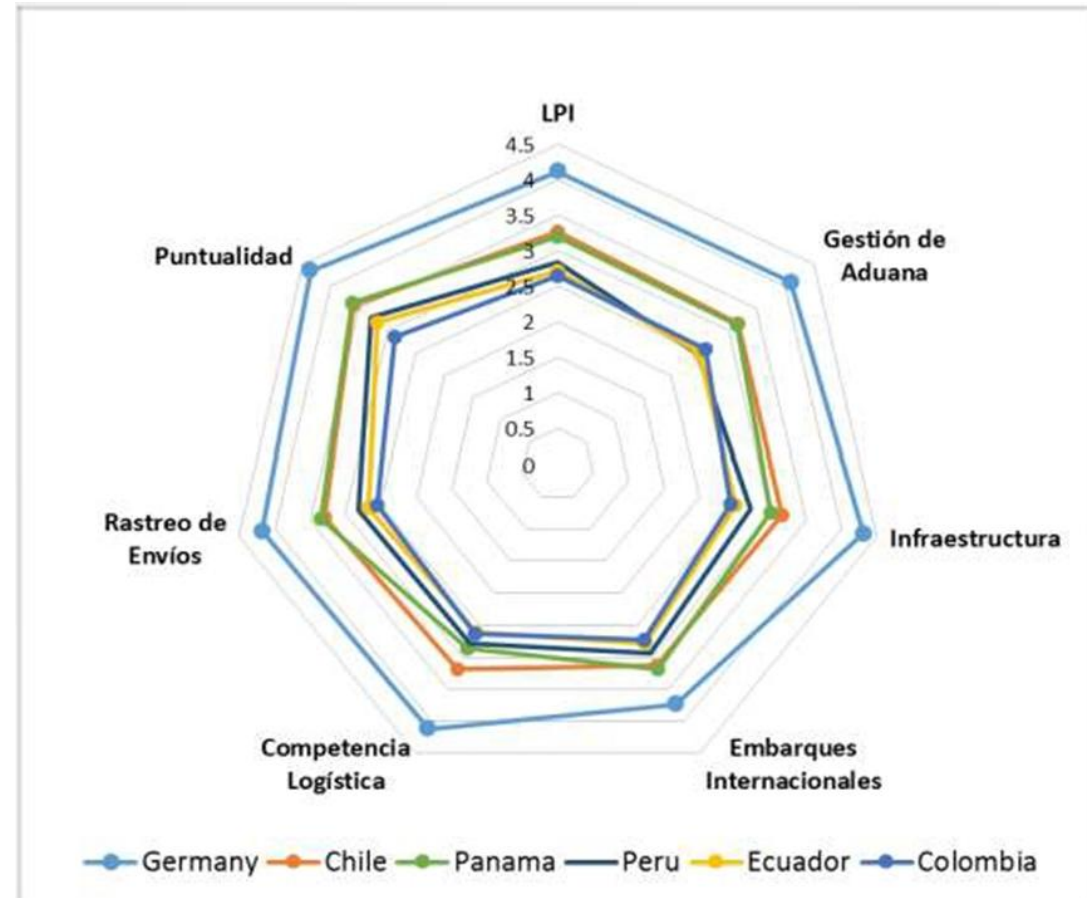
Estrategias

Conclusiones y Recomendaciones

Índice de Desempeño Logístico: 1 (bajo) / 5 (alto)

Existen diferencias entre los países desarrollados. Perú, Ecuador y Colombia están en una misma categoría. Panamá y Chile se encuentran en un nivel superior.

Índice LPI de Ecuador, Alemania, Chile, Panamá y Perú



Experiencia Exitosa

Introducción

Cadenas Globales
De Valor

Alicorp

Estrategias

Conclusiones y
Recomendaciones



- Empresa dedicada a la elaboración de productos de consumo masivo, industriales y de nutrición animal.
- Sus procesos de producción cumplen con altos estándares internacionales de calidad y competitividad.
- En los últimos años, la empresa ha elevado sus niveles de producción consolidando su liderazgo en diversas categorías.



Visión al 2021

“Sorprender a los mercados con crecimiento agresivo e innovación. Transformar categorías comunes en experiencias extraordinarias.

Estar entre las 250 empresas mas grandes de Latinoamérica.

Triplicar el valor de la empresa.

Enfocarse en los mercados donde puede ser líder”.

Pilares de la visión

Innova

- Sorprende al mercado
- Anticípate a la competencia
- Reinventa tu manera de trabajar



Crea

- Transforma marcas en experiencias extraordinarias
- Conviértete en un colaborador creativo

Crece

- Juntos conquistaremos nuevos mercados
- Creceremos mediante la adquisición de otras empresas
- Estaremos entre las 250 empresas de Latinoamérica

Con Principios de Sostenibilidad y Responsabilidad Social

Inserción en las Cadenas Globales de Valor

Introducción

Cadenas Globales De Valor

Alicorp

Estrategias

Conclusiones y Recomendaciones

Crecimiento



Innovación

Desarrollo del Recurso Humano

Responsabilidad Social

Operación a Bajo Costo

Inserción en las Cadenas Globales de Valor



Introducción

Cadenas Globales
De Valor

Alicorp

Estrategias

Conclusiones y
Recomendaciones

Consolidar la cadena de proveedores nacional e internacional incrementando el valor agregado nacional en los productos que vende localmente y en los mercados internacionales con presencia.

Desarrollar relaciones ganar-ganar con proveedores.

Relaciones sostenibles con transparencia y comunicación.

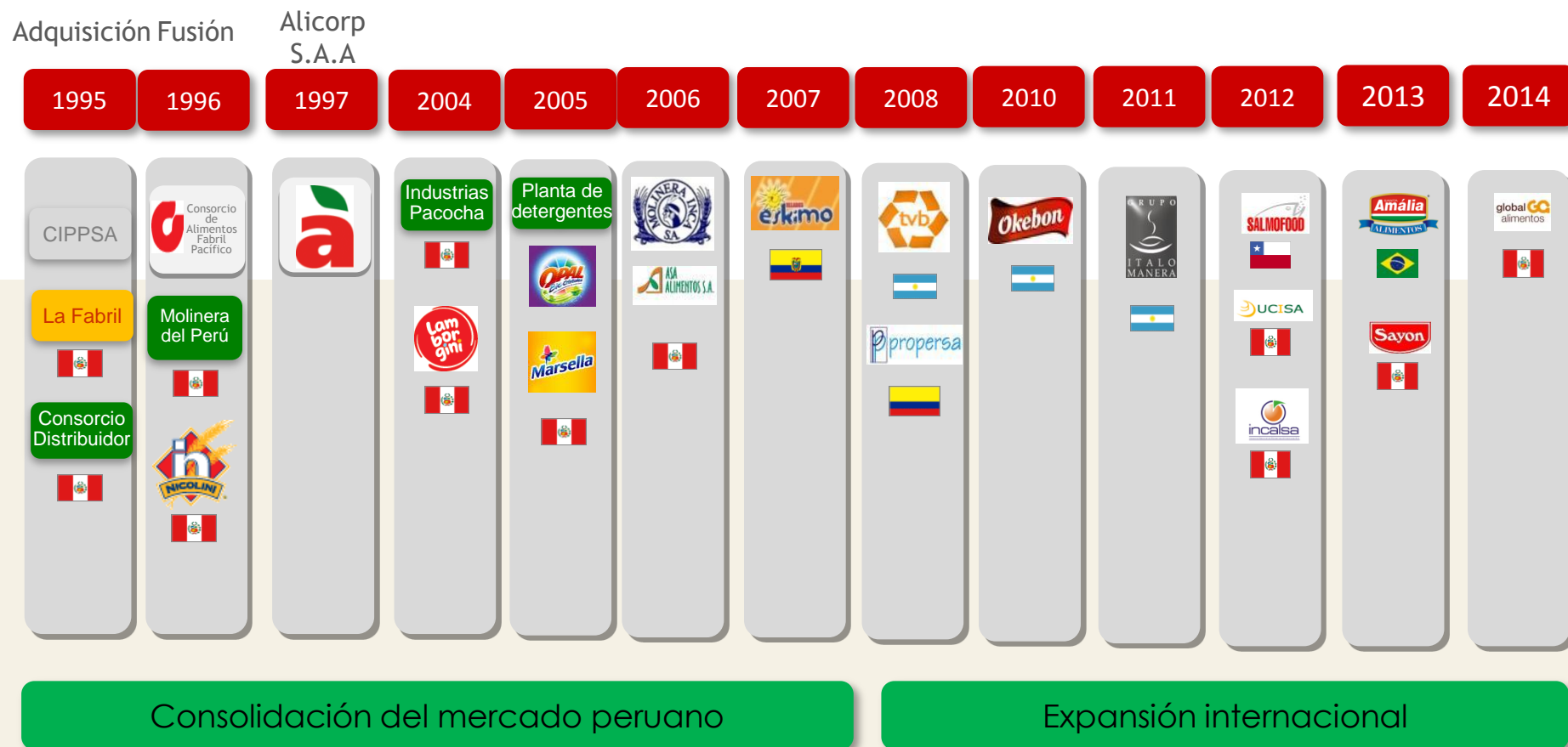


Inserción en las Cadenas Globales de Valor

Introducción	Cadenas Globales De Valor	Alicorp	Estrategias	Conclusiones y Recomendaciones
--------------	---------------------------	---------	-------------	--------------------------------

PEN 605 MM (USD 80 MM) de ingresos en 1995

PEN 5,822 MM (USD 2,075 MM) de ingresos en 2013



Inserción en las Cadenas Globales de Valor

Introducción

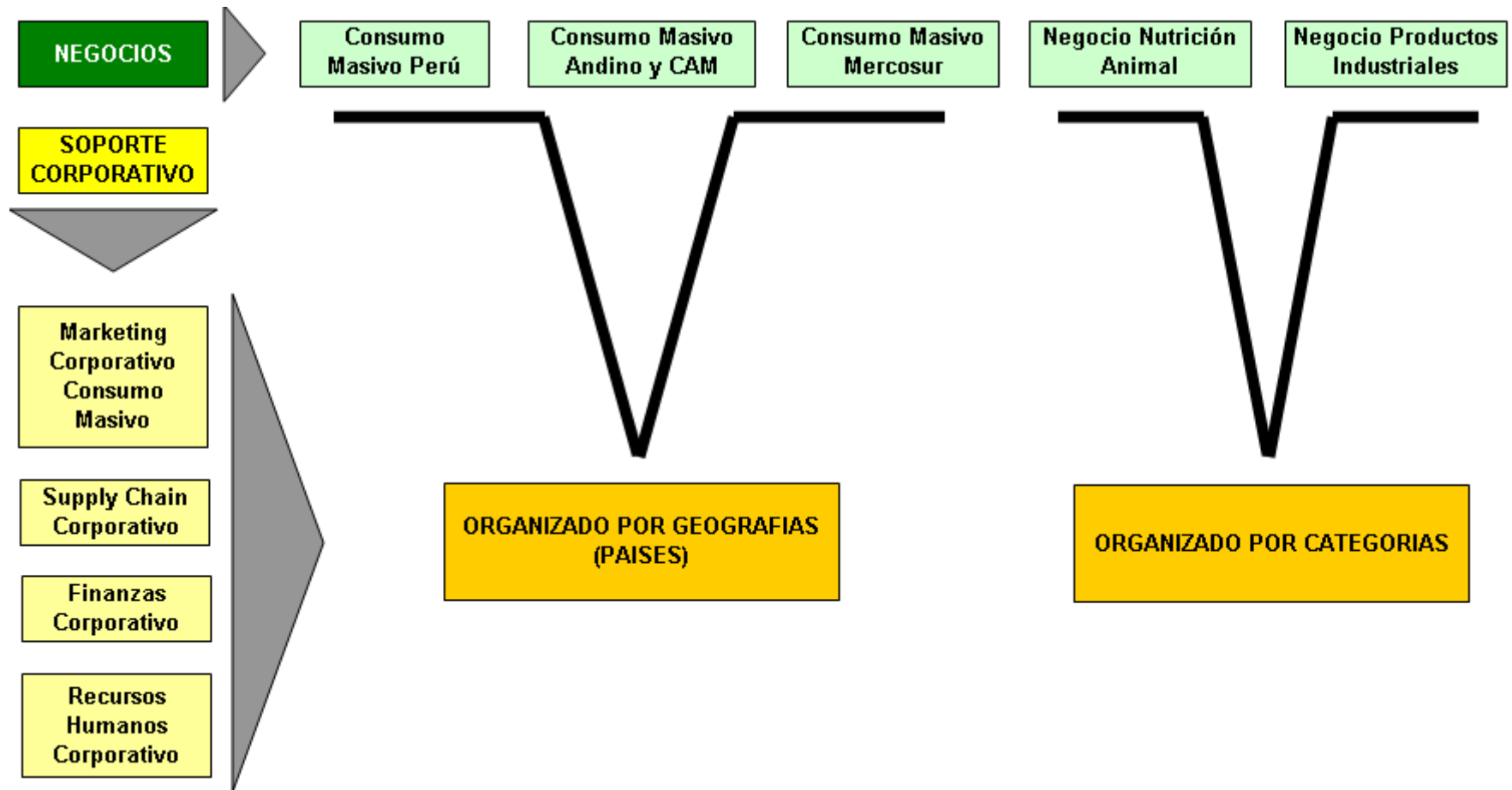
Cadenas Globales De Valor

Alicorp

Estrategias

Conclusiones y Recomendaciones

Matriz Inicial de Expansión y Crecimiento



Inserción en las Cadenas Globales de Valor

Introducción

Cadenas Globales De Valor

Alicorp

Estrategias

Conclusiones y Recomendaciones

Base en Perú y produce en 6 países de la región y sus Productos están en más de 25 países.

Más de 125 marcas y líderes en 23 categorías de productos.



1 Estrategia de Plataformas

Consolidar el liderazgo en nuestras plataformas core y nuestro portafolio a través del crecimiento orgánico y adquisiciones estratégicas

Plataformas core

Farináceos

Panificación

Oleaginosas

Food Service

Home Care

Prod. agrícolas

Personal Care

Acuicultura

Salsas

Impulso

Consumo masivo
Prod. Industriales
Nutrición animal

2 Maximizar ventajas competitivas

Apalancar el liderazgo y rentabilidad de nuestras marcas a través de nuestras ventajas competitivas

Compra de commodities

Experiencia en compra de materias prima que permita generar escala y eficiencias en cada país.

Go-to-market

Eficiencia de la distribución a través de diversas formas de llegar a nuestros clientes y consumidores bajo un modelo ajustado por país

Gestión de marcas

Desarrollo de un profundo conocimiento de nuestros consumidores en cada país

Fusiones y adquisiciones

Experiencia en fusiones y adquisiciones así como la integración de cada nueva operación y su cultura para obtener el mayor valor posible.

Seguridad, Trazabilidad y Medición de la C.L.

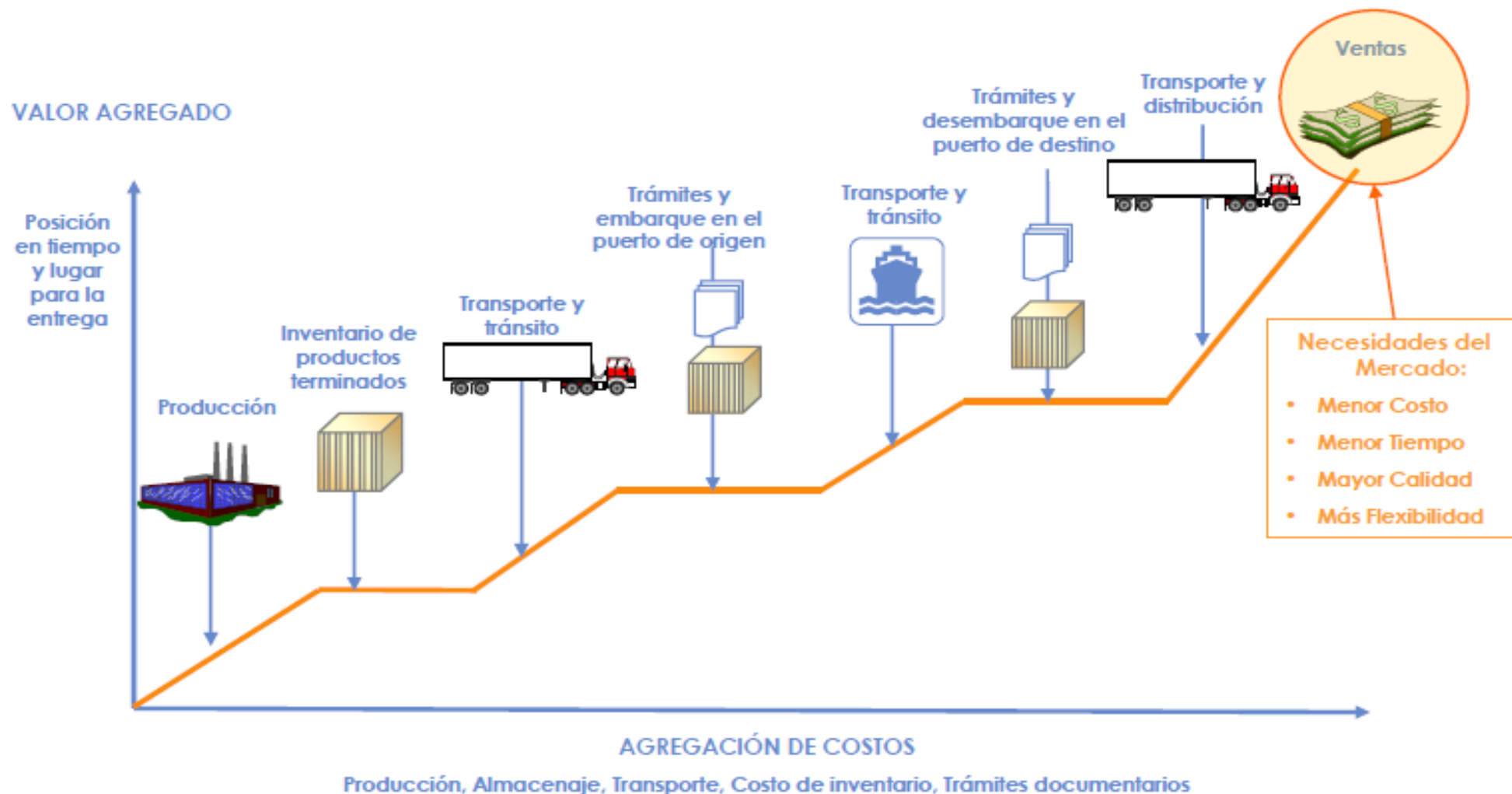
Introducción

Cadenas Globales De Valor

Alicorp

Estrategias

Conclusiones y Recomendaciones



Crecimiento extraordinario por:

- Alto conocimiento de los consumidores y del mercado.
- Liderazgo de marcas y amplia diversificación del portafolio
- Orientación a productos de mayor valor agregado
- Solido sistema de distribución
- Consolidación de compras de materias primas
- Eficiencia en costos por economías de escalas
- Constante reducción en costos de producción
- Permanente innovación de productos y procesos
- Estrategia agresiva de crecimiento internacional. Adquisiciones

Soportado por:

- Pasión por el trabajo
- Desarrollo del talento
- Generar valor
- Trabajar con responsabilidad
- Crear experiencias extraordinarias en los consumidores
- Ser amigables con el medio ambiente

Conclusiones y Recomendaciones



Introducción

Cadenas Globales
De Valor

Alicorp

Estrategias

Conclusiones y
Recomendaciones

1. Los altos costos logísticos cobra cada vez más importancia cuando se examina las cadenas globales de valor. La logística es un factor crítico para el gobierno mejorar la infraestructura y la facilitación es clave.
2. Una cadena productiva es tan fuerte como lo sea su eslabón más débil.
3. Para una estrategia de industrialización basada en Cadenas globales de Valor se deberán establecer políticas que tengan como objetivo generar valor, innovar y reducción de ineficiencias y del costo país.
4. Es importante diferenciar ingresar a una cadena de valor y obtener valor dentro de la cadena.

Conclusiones y Recomendaciones



Introducción

Cadenas Globales
De Valor

Alicorp

Estrategias

Conclusiones y
Recomendaciones

5. Para obtener beneficios en la Cadena Global de Valor se deben desarrollar capacidades productivas, tecnologías y habilidades de trabajo adecuado.
6. Existe un limitado grupo de empresas líderes en los sectores, se debe empezar a analizar qué parte de sus actividades se pueden hacer en Perú y qué en otros países que ofrezcan ventajas competitivas.
7. Un desafío es avanzar la cadena productiva vendiendo productos con bienes y servicios con mayor valor, con alta tecnología y conocimiento.
8. La competitividad y la innovación son pilares que demandan un trabajo conjunto del sector público y privado.
9. Es importante el aprovechamiento de acuerdos comerciales, promoción de productos industriales con valor agregado y modernización de la infraestructura logística y la legislación de comercio exterior.

CADENAS GLOBALES DE VALOR

CADENAS GLOBALES DE VALOR

La globalización debe generar oportunidades para todos.

Debemos poner nuestras energías para que la sociedad progrese y sea cada vez mas humana y que todos lleven una vida digna; debemos aprender a fomentar el progreso, el desarrollo integral y ayudar según nuestras circunstancias para que se eleve y redima al hombre de sus condiciones menos humanas.

GRACIAS

Marco Carrasco Reynoso