



Cadenas de Valor como Estrategia

Innovación en los modelos de negocio

Flavio Alzueta Bosarich, MBA



INNOVACIÓN: definición

- Todo cambio que genera valor
- Todo cambio, basado en el **conocimiento**, que genera valor

"La innovación es un complejo proceso que lleva conocimiento al **mercado** en forma de, productos, servicios y/o sus procesos de producción o provisión, nuevos o mejorados."

Flavio Alzueta Bosarich, MBA



INNOVACIÓN de Producto



Commodities

¿Se puede innovar?



- Mineralización débil
- Agua "ligera"
- Con L-Carnitina
- Sabor Manzana, Melocotón, etc.

- Envase de Vidrio
- Plástico
- 33 cl, 50cl, 1l, 1,25l
- Tapón a rosca, tapón sport, etc.



INNOVACIÓN

En el modelo de negocio



DELL

- Rompió el modelo de distribución tradicional.

La claves:

- Venta directa al cliente.
- Sin intermediarios.
- Producción bajo pedidos.



Algunos datos adicionales

- **1984** fundó la empresa con 1.000 dólares.
- Es uno de los **7** hombres más ricos del mundo.
- **Segundo** fabricante de ordenadores del mundo.



INNOVACIÓN



*"La competitividad de una **nación** depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar. Las empresas consiguen **ventajas competitivas** si consiguen innovar"*

Michael Porter, profesor de la *Harvard Business School*



Cadena de Valor

Es una red estratégica de organizaciones/empresas independientes

- **Objetivos estratégicos**
- **Compartir los riesgos y beneficios**
- **Invertir tiempo y energía**
- **Aportar recursos**



Cadena de Valor como ESTRATEGIA

La **cadena agroalimentaria** se refiere a toda **cadena vertical de actividades**



Cadena Agroalimentaria

- Producción
- Comercialización

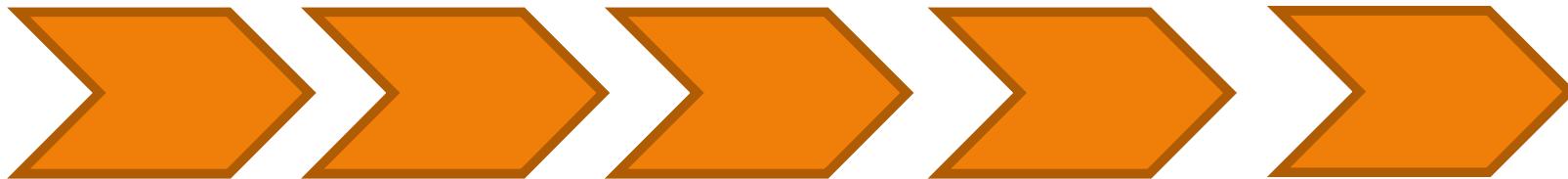
- Logística

- Venta mayorista
- Venta minorista

- Consumidor final

Qué **NO** es una cadena de valor

- **NO es integración vertical.**
- **NO es una serie de transacciones comerciales tradicionales**
- **NO es una cooperativa. Una cooperativa es una alianza horizontal.**



Inteligencia Cooperativa

- Establecer objetivos comunes e individuales.
- Manejar los flujos de información.
- Evaluación del desempeño.
- La existencia de beneficios tangibles para todos los implicados.
- Construir confianza y establecer relaciones de trabajo cooperativas.



Cadena de Valor Agroalimentaria



Caso práctico: Sainsbury's

Sainsbury's
Try something new today



Manzanas y Peras

- ❑ A los productores miembros se les suministraron las especificaciones para la selección del producto.
- ❑ La fruta se produjo de acuerdo a buenas prácticas basadas en el método de HACCP.
- ❑ Fluido intercambio de información.
- ❑ Reuniones rutinarias.



Beneficios

- ✓ **Marco de referencia**
- ✓ **Coordinación y cooperación**
- ✓ **Seguridad**
- ✓ **Construir la lealtad del consumidor**
- ✓ **Seguridad financiera**



¿Cómo formar una cadena de valor?

✓ **Necesidades mutuas**

✓ **Trabajo cooperativo**

✓ **Confianza**

✓ **Flexibilidad**



Palabras / Acciones claves



- **COORDINACIÓN**
- **COOPERACIÓN**
- **COMUNICACIÓN**



Las Cadenas de Valor son un fenómeno global, y se están desarrollando rápidamente



Muchas gracias por su atención



Club de
Marketing
ALMERIA

www.clubdemarketingalmeria.org

flavio.alzueta@clubdemarketingalmeria.org