

Negocios de AJINOMOTO en ECUADOR

Mayo 14, 2014

AJINOMOTO DEL PERÚ S.A.

Yoshinari Kawabata

Contenido

- I . Información General del Grupo AJINOMOTO
y AJINOMOTO DEL PERÚ S.A.**

- II . Introducción del negocio de AJINOMOTO
en ECUADOR**

I - (1). Información General del Grupo AJINOMOTO

Resumen del Grupo AJINOMOTO (Marzo 2013)

Fundación	1909
Número de empleados	27,518
No. Compañías afiliadas	112
(Incluye No. de Compañías afiliadas en el exterior)	67
Ventas netas	1,172 ¥B
No. de Plantas de Producción	105
(Incluye No. de Plantas de Producción en el exterior)	57
Red Global	26 países y regiones
Incluye Sucursales y Oficinas	35 países y regiones
Países con operaciones comerciales	130

Linea de Productos



**Pursuing Deliciousness and Health
in a Wide Range of Fields**

AJI-NO-MOTO,
Introduced in 1909

Historia del Negocio en el Exterior

1908	Descubrimiento del umami por Dr. Ikeda	1974	Se establece Ajinomoto Eurolysine S.A.S.
1909	Lanzamiento del sazonador umami AJI-NO-MOTO®	1980	Se establece Nissin-Ajinomoto Alimentos Ltda.
1917	Se establece oficina en Nueva York	1991	Se establece Ajinomoto Vietnam Co., Ltd.
1918	Se establece oficina en Shanghai		Se establece WASCO
1927	Se establece oficina en Singapur	1996	Se establece Ajinomoto China Co., Ltd.
	Se establece oficina en Hong Kong	2002	Se establece Ajinomoto del Peru S.A - Sucursal Bolivia
1929	Se establece oficina en Taiwan	2003	Se establece Ajinomoto Europe S.A.S.
1956	Se establece Ajinomoto U.S.A., Inc.		Se establece Ajinomoto India Pvt. Ltd.
	Se establece Ajinomoto do Brasil Industria e Comercio de Alimentos Ltda.	2006	Byeout Amoy food Ltd.
1958	Se establece Ajinomoto Philippines Corporation		Se establece Ajinomoto del Peru S.A - Sucursal Iquique (Chile)
1960	Se establece Ajinomoto Co., (Thailand) Ltd.	2008	Se establece Ajinomoto del Peru S.A - Sucursal Colombia
1961	Se establece Ajinomoto (Malaysia) Berhad Se establece Ajinomoto Germany	2009	Se establece Ajinomoto (Cambodia) Co., Ltd.
1968	Se establece Ajinomoto del Peru S.A		Se establece Ajinomoto del Peru S.A - Sucursal Santiago (Chile)
1969	Se establece PT Ajinomoto Indonesia.	2011	Se establecen 4 compañías en el mismo año
1973	Se establece Ajinomoto (Singapore) Pte. Ltd.	(Aug)	Ajinomoto Istanbul Food Sales Ltd.
	Se establece Ajinomoto del Peru S.A Filial Ecuador	(Aug)	Ajinomoto Bangladesh Ltd.
		(Oct)	Ajinomoto Foods Egypt S.A.E.
		(Dec)	AJINOMOTO AFRIQUE DE L' OUEST S.A.

Presencia Local en mercados alrededor del mundo



Posición del Negocio del Grupo AJINOMOTO en el Exterior

Negocios en el exterior 35% de las Ventas Totales.
52% del total de la Utilidad Operativa.

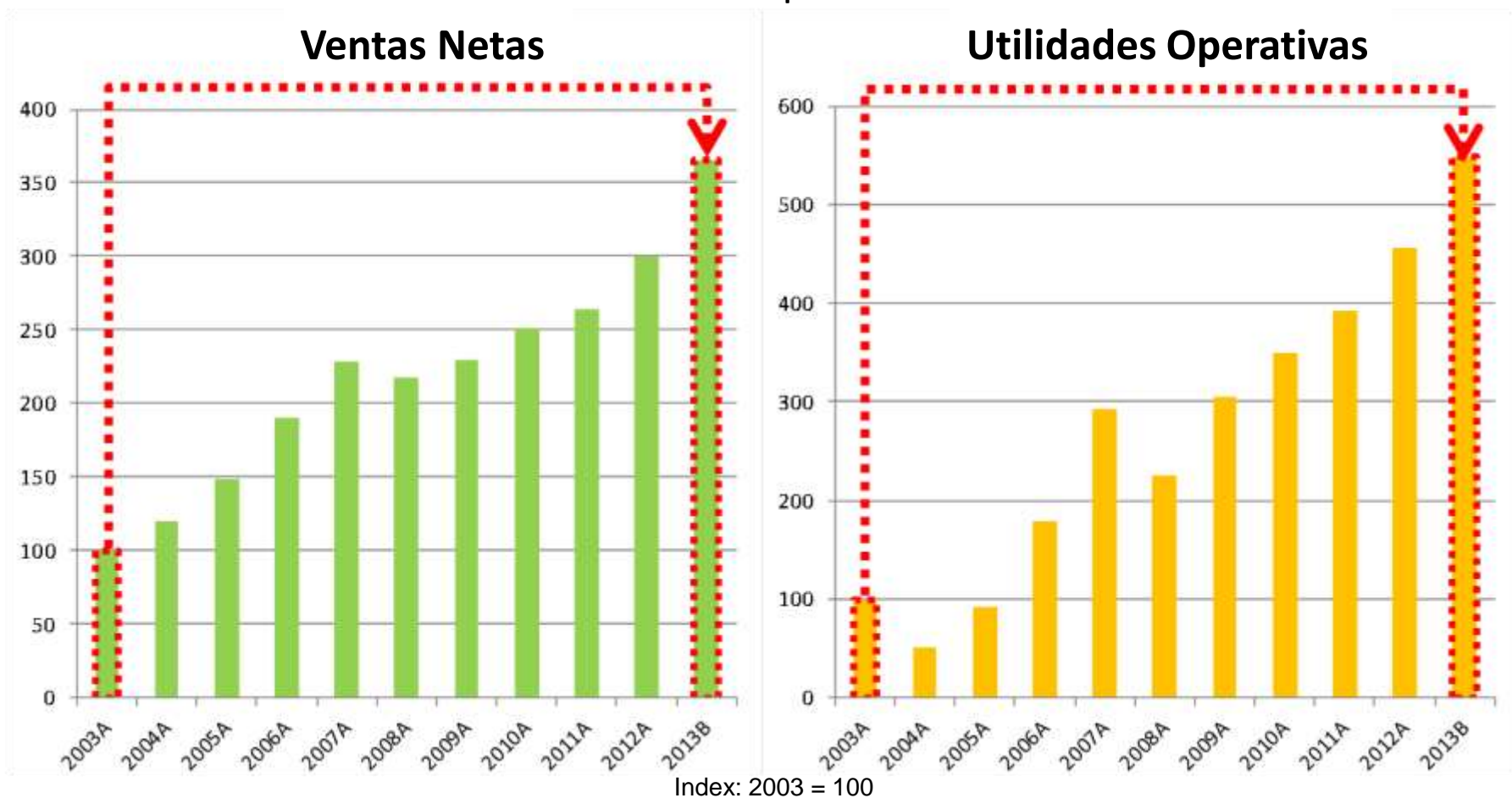
<FY 2012>

(¥B)

	Japón	Exterior (incluye Sector Alimentos y Otros)	Consolidado
Ventas	764.9	407.5	1,172.4
Porcentaje de participación	65%	35%	100%
Utilidades operativas	34.3	36.9	71.2
Porcentaje de participación	48%	52%	100%

Resultados en el negocio de Productos Alimenticios para el Consumidor en el Exterior

Las ventas netas se han incrementado 4 veces, las utilidades operativas más de 6 veces. Hay grandes expectativas para que este negocio sea en el futuro uno de los motores de crecimiento de la compañía.



Ventas por áreas geográficas en el Negocio de Productos Alimenticios para el Consumidor en el Exterior .

Ventas por Regiones :

Países asiáticos 77%

Sudamérica 15%

Sudamérica

Región clave en generación de ingresos después de Asia

Norteamérica 1%

**Sudamérica
15%**

Europa 7%

Europa & Africa

Gran Potencial en África

**FY2012
¥199.3
Billones**

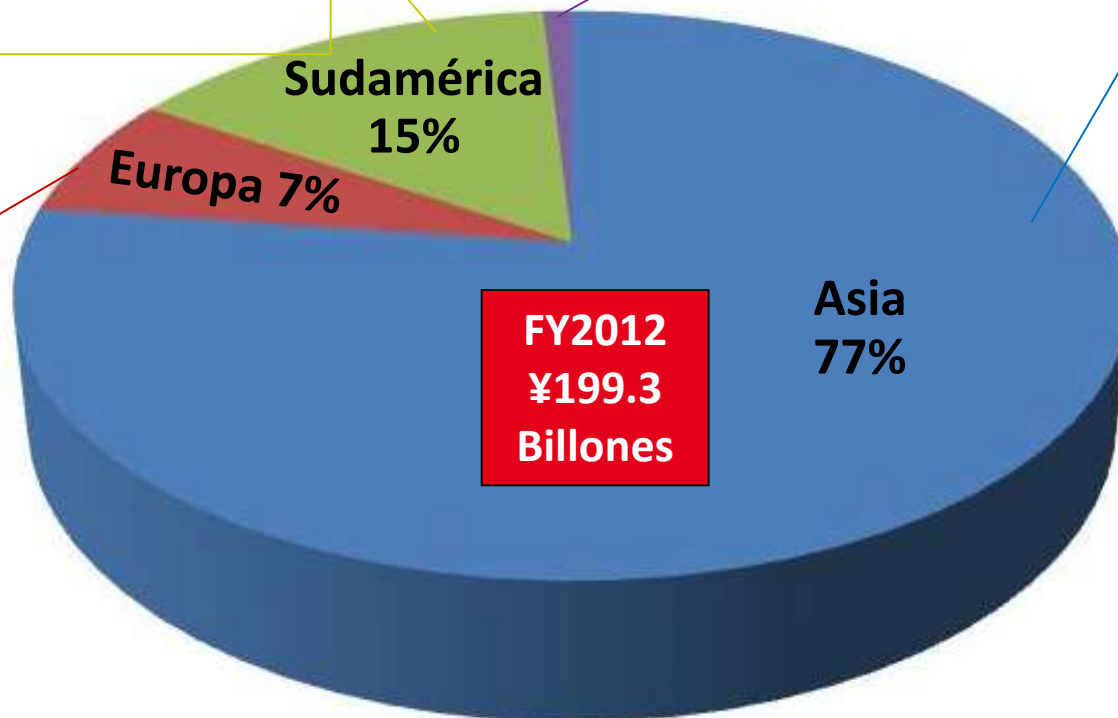
**Asia
77%**

Asia

Principal región generadora de ingresos

Altos índices de utilidades operativas en principales países del Sudeste Asiático

Inversiones en Indochina y SudAsia



Sede Lima



I -(2). Información General de AJINOMOTO DEL PERÚ S.A.

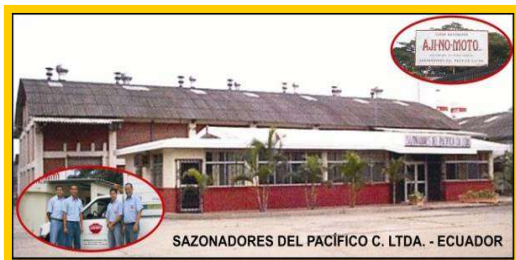
Planta Callao



Historia de AJINOMOTO DEL PERÚ

1908	Descubrimiento del umami por Dr. Ikeda	1974	Se establece AJINOMOTO EUROLYSINE S.A.S.
1909	Lanzamiento del sazoador umami AJI-NO-MOTO®	1980	Se establece Nissin-Ajinomoto Alimentos Ltda.
1917	Se establece oficina en Nueva York	1991	Se establece Ajinomoto Vietnam Co., Ltd.
1918	Se establece oficina en Shanghai		Se establece WASCO
1927	Se establece oficina en Singapur	1996	Se establece Ajinomoto China Co., Ltd.
	Se establece oficina en Hong Kong	2002	Se establece Ajinomoto del Peru S.A / Sucursal Bolivia
1929	Se establece oficina en Taiwan	2003	Se establece AJINOMOTO EUROPE S.A.S.
1956	Se establece Ajinomoto U.S.A., Inc.		Se establece Ajinomoto India Pvt. Ltd.
	Se establece Ajinomoto do Brasil industria e Comercio de Alimentos Ltda.	2006	Byeout Amoy food Ltd. Se establece Ajinomoto del Peru S.A / Sucursal Chile - Iquique
1958	Se establece Ajinomoto Philippines Corporation	2008	Se establece Ajinomoto del Peru S.A / Sucursal Colombia
1960	Se establece Ajinomoto Co., (Thailand) Ltd.	2009	Se establece Ajinomoto (Cambodia) Co., Ltd. Se establece Ajinomoto del Peru S.A / Sucursal Chile - Santiago
1961	Se establece Ajinomoto (Malaysia) Berhad Se establece Ajinomoto Germany		Se establecen 4 compañías en el mismo año
1968	Se establece Ajinomoto del Peru S.A	2011	Ajinomoto Istanbul Food Sales Ltd.
1969	Se establece PT Ajinomoto Indonesia.	(Aug)	Ajinomoto Bangladesh Ltd.
1973	Se establece Ajinomoto (Singapore) Pte. Ltd. Se establece Sazonadores del Pacífico Cia., Ltda (Ecuador)	(Aug)	Ajinomoto Foods Egypt S.A.E.
		(Oct)	AJINOMOTO AFRIQUE DE L' OUEST S.A.
		(Dec)	

Presencia local en Sudamérica



ECUADOR (1973)
Sazonadores del Pacífico Cía. Ltda.



BOLIVIA (2002)
Sucursal Bolivia



CHILE (2006)
Agencia Chile
Oficina Iquique (2006)
Oficina Santiago (2009)

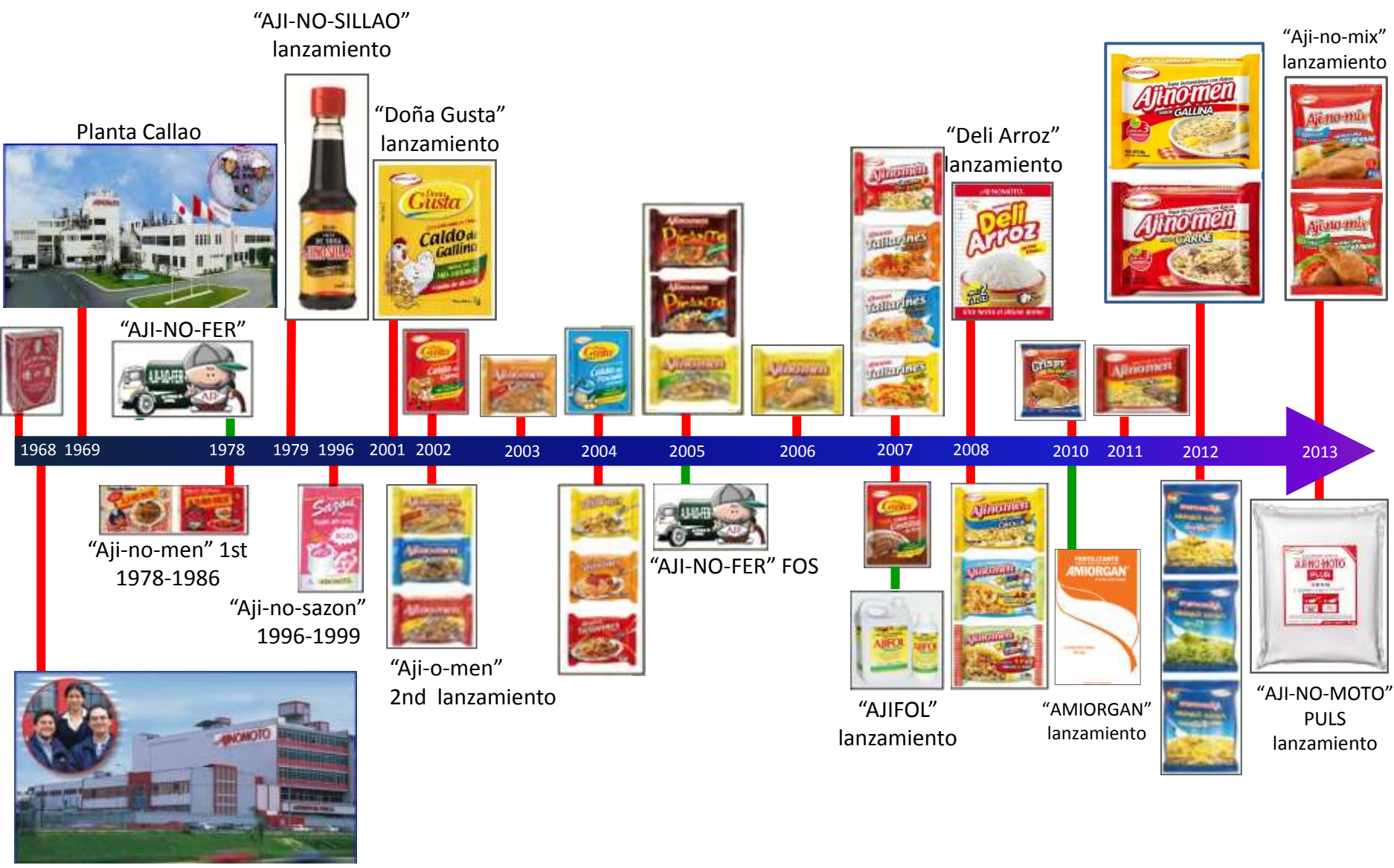


COLOMBIA (2008)
Sucursal Colombia

PERÚ (1968)
AJINOMOTO DEL PERÚ
S.A.



Historia de nuestros Productos



AJINOMOTO DEL PERU S.A.

Principales Productos (Sazonadores y alimentos)



Sazonador Umami
AJI-NO-MOTO®



Caldo concentrado
Doña Gusta®



Sopas instantáneas
Aji-no-men®



Sazonadores líquidos
AJI-NO-SILLAO®



Sazonadores para arroz
Deli Arroz



Mezcla para apanar
Aji-no-mix®

Inversiones recientes

Nueva Planta Modelo de Alimentos
Abr. 2012



3ra Línea Sopas Instantáneas
Nov. 2012



II . Introducción del negocio de AJINOMOTO en ECUADOR



Sazonadores del Pacífico Cía. Ltda.



Fundación : 23 de Julio, 1973

Oficina Principal : Guayaquil

Accionista : AJINOMOTO DEL PERÚ S.A. 51%,
Socio local 49%

Número de Empleados : 32

Negocios : Envasado y ventas del Sazonador Umami,
Importación y ventas de otros sazonadores

Principales Productos (Sazonadores)



**Sazonador Umami
AJI-NO-MOTO®**



**Caldo concentrado
Doña Gusta®**



**Sazonadores líquidos
AJI-NO-SILLAO®**

Elementos clave para el éxito del negocio

Profunda valoración por
la cocina local

×

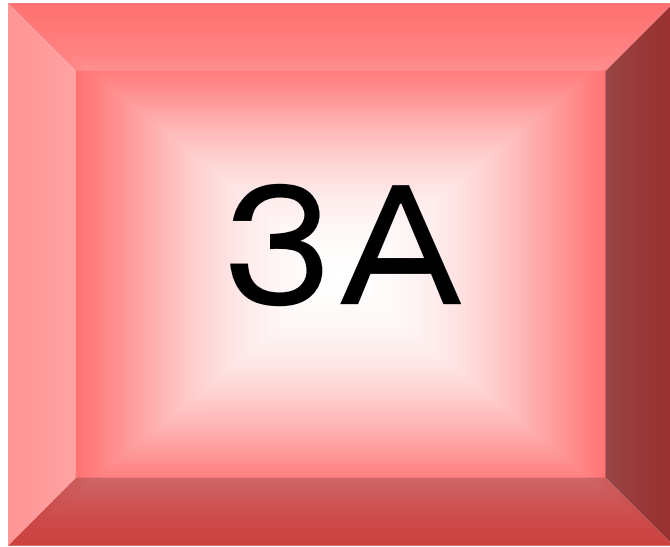
Capacidad de Desarrollo Tecnológico
para adaptarse a las necesidades locales

×

Fuerza de Ventas
a nuestro propio modo

Basada en el respeto por la cultura,
características del país e idioma local

Estrategía básica del negocio



**① Affordable
(Asequible)**

**② Available
(Disponibile)**

**③ Applicable
(Aplicable)**

Estrategía básica del negocio

3A

① Affordable (Asequibilidad)

El precio debe ser asequible al valor de una sola moneda.

② Available (Disponibilidad)

El producto debe estar listo en cualquier momento para ser distribuído ampliamente.

③ Applicable (Aplicabilidad)

El producto debe adaptarse a las necesidades locales y puede ser utilizado en la mayoría de comidas del país.

Estrategia básica del negocio

① Affordable (Asequibilidad)

Nosotros decidimos utilizar el tamaño mínimo de sachet de “AJI-NO-MOTO” para adaptarlo a una sola moneda y así el consumidor pueda adquirirlo fácilmente.



Estrategía básica del negocio

3A

① Affordable (Asequibilidad)

El precio debe ser asequible al valor de una sola moneda.

② **Available (Disponibilidad)**

El producto debe estar listo en cualquier momento para ser distribuído ampliamente.

③ Applicable (Aplicabilidad)

El producto debe adaptarse a las necesidades locales y puede ser utilizado en la mayoría de comidas del país.

Estrategía básica del negocio

② Available (Disponibilidad)

Nosotros mismos distribuimos nuestros productos al más pequeño minorista. (Parcialmente usamos distribuidores)



Estrategía básica del negocio

3A

① Affordable (Asequibilidad)

El precio debe ser asequible al valor de una sola moneda.

② Available (Disponibilidad)

El producto debe estar listo en cualquier momento para ser distribuído ampliamente.

③ **Applicable (Aplicabilidad)**

El producto debe adaptarse a las necesidades locales y puede ser utilizado en la mayoría de comidas del país.

Estrategía básica del negocio

③Applicable (Aplicabilidad)

Nosotros mismos realizamos las encuestas para entender profundamente la comida local y desarrollar productos que se adapten a las necesidades locales.



II . Introducción del negocio de AJINOMOTO en ECUADOR

Actividades de RSC (Responsabilidad Social Corporativa) & CSV (Creación de Valor Compartido)

Donaciones



Programas de Educación Nutricional



Premio Fundación Ajinomoto



Publicación de libros

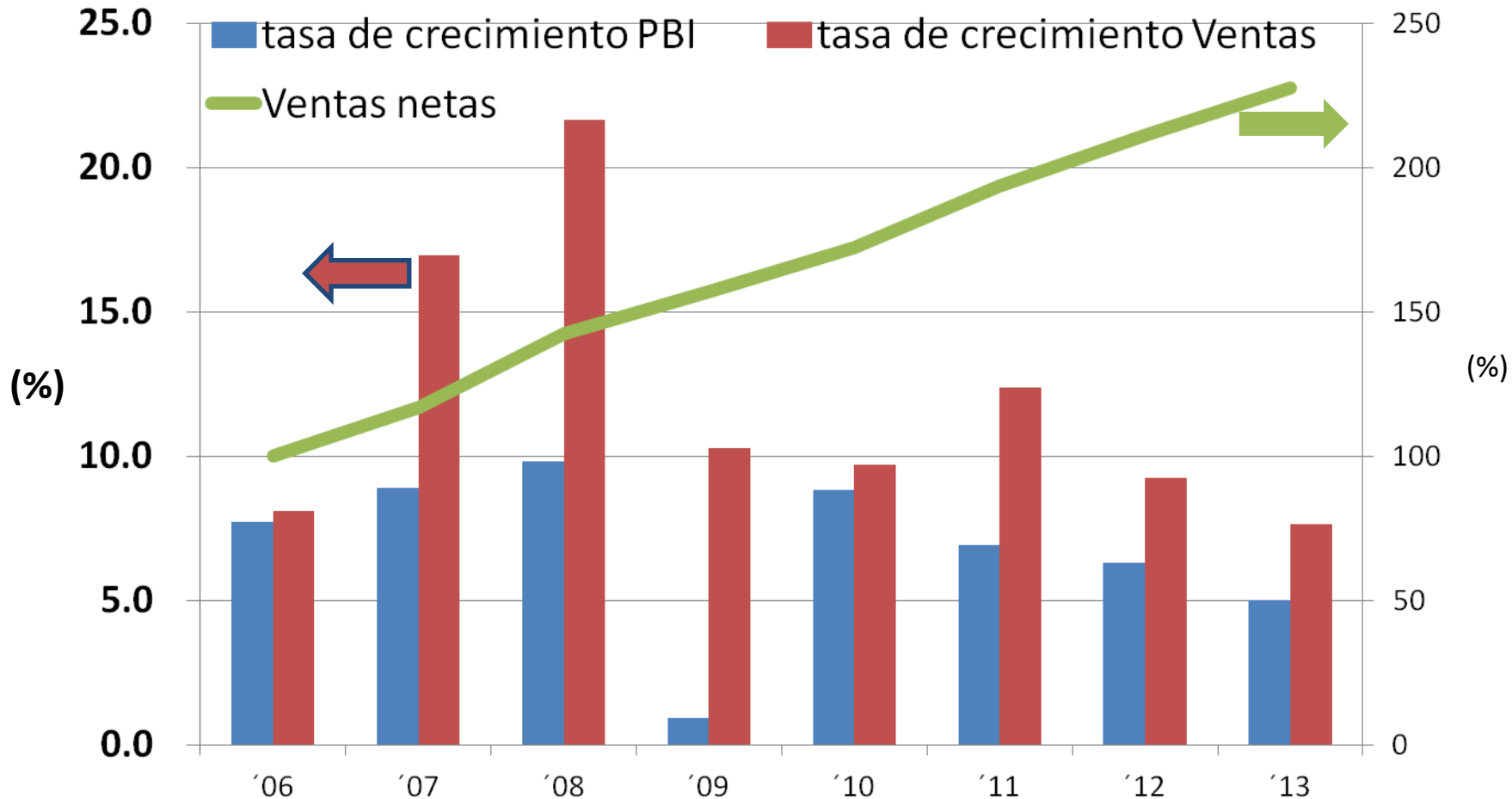


Temas del negocio

Oportunidades

- ① **Sociedad Estable**
- ② **Creciente Economía y Consumo**
- ③ **Desarrollo de Infraestructura Social**
- ④ **Alta aceptación de Umami**

Temas del negocio



Estabilidad Social, Infraestructura Social y Libre Mercado

Temas del negocio

Temas a mejorar

- ① **Derechos de Propiedad Intelectual**
- ② **Normas Regulatorias**
- ③ **Permisos y Licencias**
- ④ **Seguridad Pública**

Temas del negocio

① Derechos de Propiedad Intelectual

Existe mucha falsificación de productos en el mercado.



Temas del negocio

② Normas Regulatorias

Normas Regulatorias peculiares que difieren de las Normas Estándar Globales y que cambian frecuentemente.



Temas del negocio

③ Permisos y Licencias

- a. Limitación de Importaciones restringe desarrollo de mercado para pensar en inversiones.
- b. Demora en obtención de Registro sanitario:
Criterio diferenciado - más de 2 revisiones.
- c. Sistema de Etiquetado diferenciado por países:
Elevación de costos para producciones pequeñas.

Temas del negocio

④ Seguridad Pública

Las actividades de ventas son difíciles de realizar en algunas áreas de poca seguridad.



Resumen

- **Contribución a la sociedad a través de la Producción y Ventas de productos con valor agregado.**
- **Expansión del negocio en Ecuador a través de la estrategia de las 3A.**
- **Contribución a la sociedad a través de actividades de CSR & CSV.**
- **Solución de temas del negocio a mejorar con los organismos y personas relacionadas.**



Comer Bien, Vivir Bien.

Muchas gracias por su atencion!