Emprendedores peruanos famosos : Eduardo y Jorge Añaños -AJEGROUP

Escribe : Lic. Ricardo C andela Casas
rhsupe@yahoo.es

Esta historia es parte de una serie dedicada a los emprendedores peruanos famosos. El motivo es difundir el espíritu emprendedor que "lleva dentro" cada ser humano.

La familia Añanos : kola Real

Los inicios

En la provincia de San Miguel (Ayacucho), Nivardo Añaños, era propietario de la hacienda Patibamba.

Con la llegada de la reforma agraria del general Juan Velasco, Patibamba fue dividida. El primogénito Eduardo Añaños, casado con la profesora Mirtha Jeri, se dedicaba a la agricultura en una de las parcelas mientras criaba a sus seis hijos.

Su cuñada, Olga Jeri, era esposa de Amaniel Castro, quien puso a funcionar la primera embotelladora en este pueblo de clima templado.

En la década de los ochenta , cuando el terrorismo se encontraba en su apogeo, la hacienda de don Eduardo Añaños , ubicada en un pueblo de ayacucho (San Miguel) , sufrió un atentado subversivo , por lo que la familia tuvo que emigrar hacia Huamanga(capital de Ayacucho).

Hacia 1987 , don Eduardo (el patriarca) y Jorge (el hijo mayor) se interesaron en embotellar y distribuir bebidas gaseosas.

Como Jorge se dedicaba a la distribución de cerveza , en Huamanga , conocía el manejo de ese tipo de empresa . Pero los dos Añaños decidieron ingresar no solo a la distribución , sino también a la producción de una bebida gaseosa.

Comenzó la fabricación, almacén y oficinas administrativas de Kola Real (KR) en su propia casa. Contaba con una “Atahualpa”, máquina con capacidad de llenado y embotellado de 50 cajas de gaseosas por día.

Se busco apuntar hacia un tipo de cliente que esta siempre preocupado por generar algún ahorro. Por eso el eslogan fue : **La del precio justo .**

En realidad se apunto hacia los segmentos pobres del mercado , aquellos que venían siendo atendidos por el sector informal. Las grandes empresas se habían dirigido al 30 % superior , conformado por los niveles socioeconómicos A y B . Pensaban que el resto de la población no tenia ninguna opción de ser una alternativa comercial rentable. Pero ese 70 % de la población estaba siendo mas o menos atendida por el sector informal.

En el caso de gaseosas , no solo en Lima , sino también en el interior , siempre han existido pequeñas fabricas . Habían muchas marcas locales que Vivian haciendo lo que ahora hace Kola Real , pero en pequeña escala.
Y podían hacerlo porque la distancia que había entre los precios de las marcas A y sus costos de producción eran tan grandes que aun siendo ineficientes podían tener mercado a un precio bastante mas bajo que los otros.
Lo que hizo Kola Real es simplemente tomar ese gap informal , pero industrializarlo. Se volvieron mucho mas eficientes que los pequeños y asi ha podido entrar a ese 70 % del mercado.

Kola Real no le ha restado niveles de ventas a las marcas tradicionales , sino que todo el mercado ha crecido de una manera impresionante .

Las operaciones en Ayacucho , se iniciaron el 23 de Junio de 1988 , en un entorno muy violento por el terrorismo. Fue financiada con un préstamo del Banco Industrial y con capital propio .

Se incorporan los hermanos
A inicios de los años noventa los otros hermanos se unieron a la empresa (Angel , Arturo,Alvaro , Vicky y Carlos) y abrieron una planta en Huancayo.
Esa planta producía las 24 horas del día , mientras los propios hermanos eran los vendedores de a pie en tiendas y bodegas.

En esa época se vivió la epidemia del cólera y la mala fama que algunos competidores pretendieron crearle a Kola Real (su producto) , aduciendo que la gente podía ser contagiada si consumía la bebida.

La expansión por el Peru
En 1993 la empresa llega a Bagua y de allí avanza hacia el norte del país (Chiclayo, Piura , Trujillo y Tumbes). En Motupe nacio un gran almacén , mientras que en Sullana se creo la primera planta en la costa del Perú.

La empresa Coca-Cola decide vender sus plantas mas pequeñas , esto permitio a los Añaños comprar la planta de Sullana y asi neutralizar el ataque que estaban recibiendo por parte de Concordia en la selva.

En Agosto de 1996, se toma la decisión de ingresar a Lima , lo que se concreta en Abril de 1997 . Esa acción se vio favorecida por la llegada del fenómeno del Niño, en el verano de 1998, pues la temporada de calor se prolongo notablemente y con esta los niveles de ventas de las bebidas gaseosas.

Adicionalmente , la disputa entre los “grandes” Coca-cola e Inka Kola , permitio que Kola Real comience a crecer sin generar mayores preocupaciones a las marcas tradicionales.

La cultura de los todistas
La estrategia internacional de Kola Real , es lo que se conoce como la “ concentración”. Una empresa (Kola Real) se dirige hacia un grupo de compradores que están mal atendidos por los todistas (empresas que ejecutan las estrategias para todo el mercado ,como Coca-Cola). La empresa concentrada (Kola Real) no busca una ventaja estrategica sobre los todistas en el mercado , la busca en un grupo de compradores (nicho) de ese mercado (los de bajos recursos económicos) , que tengan el mínimo interés por ellos.

Esta estrategia se fundamentaría en : la negligencia y la indiferencia de las empresas grande instaladas, y en el hecho que las estructuras(tanto operativas como estratégicas) impiden que los todistas atiendan bien ciertos segmentos de mercado o ciertos territorios.

Así mismo algunos segmentos de consumidores están dispuestos a sacrificar ciertos atributos y beneficios que ofrecen los productos de los todistas , a cambio de obtener un mejor precio.

Producción internacional

En 1999 el grupo ingreso a **Venezuela** , atraído por el tamaño de ese mercado (tres veces mas grande que el peruano), la existencia de hábitos de consumo similares a los del Perú y del hecho que solo el 3 % del mercado se comercializaba en envases de plástico.

En 2001 ingresan al **Ecuador** , inicialmente se trato de una proyección de la Planta en Sullana.

México: El siguiente objetivo internacional que se propuso la empresa para 2002, fue el segundo mercado más importante del mundo.

En México , en las afueras de la ciudad de Puebla se encuentra la megaplanta de Ajemez. Dicha planta tiene 4 líneas de embotellado (totalmente automatizadas) .
Sorprende la casi inexistencia de personal al interior de la misma y la presencia de gigantescos robots, que realizan casi todo el trabajo. Donde se concentra gran cantidad de personas es en la zona de despachos del producto terminado : el inicio de la distribución .

El modelo, la estrategia y las tácticas no se modificaron, ofrecerle al consumidor una bebida con el mayor valor agregado por su dinero y ganar su lealtad con una alternativa novedosa. Sin embargo, además de estos factores, Ajemex -nombre que adoptaría el grupo al abrir su planta en la población de Huejotzingo, Puebla- optó por un cambio de imagen y el diseño más agresivo y competitivo de Kola Real, su marca original. Así nació Big Cola, la marca que se convirtió pronto en la insigne de la empresa y la de mayores ventas en el grupo.

Centroamérica: Costa Rica como la sede inicial de las operaciones de Ajegroup en el marco de un proyecto regional. En ese país, concretamente en la ciudad de Cartago, bajo la denominación empresarial de Ajecen del Sur, comenzó a operar una factoría que funcionó primero como exportadora para los mercados de Honduras y Nicaragua, pero nuevamente el eficiente posicionamiento comercial de BIG COLA impulsó la instalación de otra planta en Guatemala (Ajemaya) desde la que, posteriormente, se abasteció El Salvador.

Tailandia: Enfocados en las oportunidades que ofrece que el 75% de la población tailandesa tenga bajos niveles de ingreso, el clima muy caluroso del país y el consumo familiar y de grupo que representan altos volúmenes de ventas, Ajegroup vio nacer en febrero de 2006 a Ajethai Big Cola. Desde Tailandia abastecen a otros mercados asiáticos en Vietnam, Camboya y Laos.

Colombia: Para 2007, ingresa al país cafetero con la instalación de una planta.

El reto cervecero: En 2007 se inaugura la primera planta cervecera del grupo en Lima.

A Setiembre del 2009 comercializan en Perú las marcas: Franca y Caral.

Se ha iniciado la exportación de Franca hacia Estados Unidos.

Fuente :
1.- Business febrero 2004
2.- Web : http://www.ajegroup.com/web/ajegroup/home.jsp
3.- Revista : http://www.americaeconomia.com/ : Los-21-años-de-los-Ananos
4. Andina .com.pe : diciembre 2005.