



## **Grupo AJE: La compañía peruana sinónimo de grandes logros y éxito. Marketing Estratégico**

❑ La filosofía de ofrecer un buen producto a precios más accesibles al consumidor, ha sido desde hace 27 años la clave del éxito del grupo AJE, la compañía peruana sinónimo de emprendimiento, ingenio, pasión, voluntad y mucho empuje. Fundada en un pueblo de Ayacucho con el sueño de llegar a cruzar fronteras, esta multinacional de gaseosas vende hoy sus productos en más de 20 países del mundo, incluyendo Asia y África.

La historia de negocio de la familia Añaños se inició en la década de los ochenta vendiendo gaseosas en botellas de cerveza. Lo arriesgaron todo en una época difícil para los peruanos, que era golpeada por el terrorismo, pero nunca bajaron la cabeza. Es así que, tras idas y venidas, decidieron conquistar la capital con su marca Kola Real, que tenía como principal competencia nada menos que a Inca Kola, la bebida bandera del Perú.

La estrategia de venta de AJE va de la mano con un fuerte compromiso para “democratizar el consumo”, aplicando el modelo de “bajo costo” con productos de buena calidad y al alcance de todos, por lo que han logrado tener una fuerte presencia a nivel nacional con marcas como Cifrut (jugo), Cielo (agua), Sporade (bebida hidratante), Pulp (néctar), Cool Tea (bebida de té) y Volt (bebida energética).

❑ Big Cola fue su carta de presentación en el mercado internacional. Su peculiar sabor llegó a gustar tanto en los jóvenes – su principal foco de consumo – que los ha llevado a posicionarse en países como Venezuela, Ecuador, Colombia, Brasil; Costa Rica, Guatemala, Nicaragua, Honduras, El Salvador, Panamá; México, España; incluso la India, Vietnam, Tailandia, Indonesia; Nigeria y Egipto.

**Comercial de Big Cola que formó parte de su campaña publicitaria internacional 2014**

## **BIG Cola Making of the NEW World Commercial 2014**

El sabor de Big Cola recorre el mundo bajo el lema “Thing Big” (piensa en grande), una extraordinaria filosofía basada en tres pilares fundamentales: asegurar que sus marcas se conviertan en ‘lovemarks’, estableciendo la confianza en sus consumidores; tener una estrategia eficaz de distribución ‘go to market’; y ejecutar un enfoque eficiente en el control de precios.

La familia Añaños nunca se puso límites en su expansión global, por eso AJE llegó hasta el mercado asiático donde hoy cuenta con importantes plantas de fabricación ubicadas en Vietnam, Camboya, Tailandia e Indonesia. Lo mismo ocurre en África, donde el 2013 ingresó con buen augurio en Nigeria y Egipto.



Cabe destacar que la multinacional peruana es el cuarto mayor productor de bebidas gaseosas a nivel internacional, y la décima mayor empresa de refrescos por volumen de venta en el mundo.

Pese a que, en la víspera, la agencia calificadora de riesgo Fitch Ratings redujo la valoración del grupo AJE de ‘BB+’ a ‘BB’, al considerar que tuvo un desbalance en mercados claves como Indonesia, se espera que esto cambie de manera positiva y que sus operaciones en Asia logren estabilidad.

Sin duda, esta compañía peruana es ejemplo de grandes logros a lo largo de sus 27 años de trayectoria. Es una de las mayores historias de éxito empresarial en Perú y una empresa modelo que siempre busca satisfacer las demandas de sus miles de consumidores. Quizá nos sorprendan este 2015 con alguna novedad.

