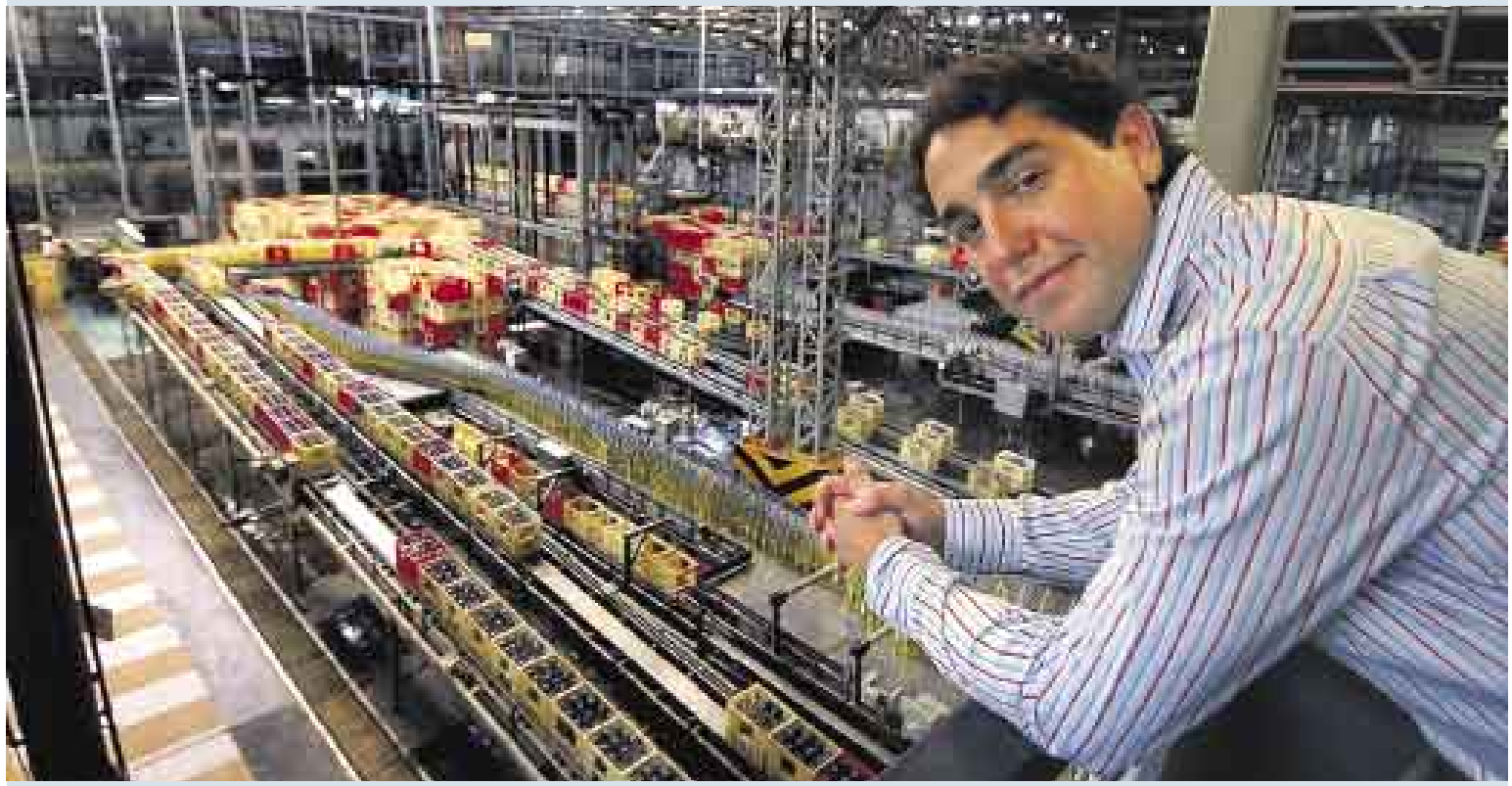
ENTREVISTA JOHNNY LINDLEY, gerente de la Corporación José R. Lindley S.A.

Escribe **LUIS FELIPE GAMARRA**
Fotos **MARCO GARRO**

"2007 fue el año de quiebre, en adelante será para arriba"



HA PASADO UNA DÉCADA DESDE QUE ENTRÓ A LA FÁBRICA QUE FUNDÓ SU BISABUELO. COMO CUARTA GENERACIÓN EN EL NEGOCIO, LLEVA EL PESO DE UNA EMPRESA QUE ESTÁ POR CUMPLIR SU PRIMER SIGLO DE VIDA. DE ÉL DEPENDERÁ QUE SIGAN APAGANDO MÁS VELITAS

Tradición. Término que deriva del latin *tradere*, que significa entregar. Si el pasado se legara al futuro en forma de una posta, se podría decir que Johnny Lindley Suárez nació en una pista de atletismo.

Bisnieto de José Robinson Lindley, fundador de la embotelladora más importante del Perú, nuestro entrevistado trabaja como gerente general de la Corporación José R. Lindley desde el 2007, al lado de su padre, Johnny Lindley Taboada (presidente de directorio), que a su vez trabajó codo a codo con su padre, don Isaac Lindley Stoppanie, quien hizo de la bebida carbonatada color amarillo N° 5 un componente fundamental para el paladar bicolor.

La meta del último de los Lindley parece escapar a las leyes de la física: cumplir 100 años al frente de la embotelladora de Inca Kola, cuya imagen debería formar parte del escudo nacional.

¿Exactamente qué parte le corresponde a The Coca Cola Company y qué parte le toca a la Corporación José R. Lindley?
Nosotros tenemos la elaboración, comercialización, distribución y venta en todo el país. Manejamos, además, el portafolio del sistema de marcas de Coca-Cola, entre las que están Coca-Cola e Inca Kola, así como las bebidas dietéticas Coca-Cola Zero, Coca-Cola light, Inca Kola Light, Fanta, Sprite, Crush y Kola Inglesa. El foco de Coca-Cola mundialmente es el manejo del márketing y publicidad de sus marcas. En 1999 entendimos a dónde iba el mercado y qué nivel de inversiones necesitaban los negocios. Decidimos vender la marca Inca Kola. Con ese capital invertimos en capacidad de producción, todo lo que son los fierros. Es un sistema de franquicia tradicional. Coca-Cola nos franquicia territorio como embotelladores. Nosotros pagamos en regalías un porcentaje de las ventas. El resto queda para reinvertir en proyectos de expansión.

¿Qué monto invirtieron el 2007 en infraestructura?
El verano pasado vimos un incremento en la demanda que nos llevó a adelantar inversiones proyectadas para más adelante. Fueron US$50 millones en envases, equipos de frío, flotas de vehículos. Este verano estamos trabajando con las nuevas capacidades instaladas. El 2008 invertiremos alrededor de US$40 millones.

¿En qué porcentaje están del total de su capacidad?
Todas las plantas, en total, están en promedio al 80% de su capacidad. El 2006 nos quedamos cortos. La inversión del 2007 nos garantizó un crecimiento de 25% en capacidad. El mercado ha crecido a tasas agresivas en los últimos años. Tenemos que estar preparados. La inversión del 2008 en principio estaba proyectada para el 2009.

¿Cómo les afecta el incremento de aguas y refrescos embotellados?
El sector gaseosas creció 10% el 2007, mientras que el segmento de aguas y jugos subió 30%, diferencia importante. Hubo una migración de consumo hacia jugos y aguas, pero en tamaño el mercado de gaseosas es bastante grande. Para que el primero alcance al de las gaseosas tendría que mantener esas tasas de crecimiento durante los siguientes años. Crecen rápido, pero el foco del consumo está en las gaseosas. Si bien Lima ha crecido 5%, tienes a las provincias que crecen 20%. Por allí va la tendencia.

¿Cómo harán para elevar el consumo en provincia?
Para crecer en provincia necesitas coberturas. La geografía, la informalidad del mercado te frenan. Necesitas presencia de producto en los rincones más alejados, a través de distribuidores, no mayoristas, porque pierdes el control de la cobertura y la expansión de mercado. Hemos empezado a crecer el 2007 y seguiremos así este año. Se necesita ampliar la producción y comprar terrenos. El 2007 fue el año de quiebre, en adelante será para arriba. El consumo per cápita en Lima es de 300 botellas de 8 onzas al año, el mismo nivel que Buenos Aires y Chile. El resto de provincias está por 50 y 100 botellas. Tenemos espacio para crecer.

EL ENTREVISTADO

[EDAD] 33 años.
[ESTADO CIVIL] Casado, dos hijas.
[PROFESIÓN] Administrador de empresas.
[ESTUDIOS] Bentley College, Boston, Massachusetts.
[EXPERIENCIA] Empezó como asistente de gerencia. El 2004 entra a la gerencia general adjunta donde se involucra con los proyectos de la empresa. A partir de enero del 2007 asume la gerencia general.