



En cuatro años crecieron mil 500 por ciento.

HISTORIA DE EXITO

# Sawbona le saca jugo

PURI LUCENA

Una mesa de aluminio, una ejemplar de la Sección Amarilla, una lap top y una exprimidora manual. Era todo el equipo que poseía la empresa de jugos naturales y orgánicos Sawbona cuando empezaron a contactar posibles clientes en 2004. Todo comenzó cuando el creador de la empresa, Fernando Sepúlveda, regresó a México tras vivir dos años en Sudáfrica, un país donde se consumía todo tipo de jugos naturales embotellados, un producto no muy común en el país.

“Empezamos con una exprimidora manual haciendo el jugo a mano, como el puestito de la esquina. Hoy ya tenemos cerca de 100 empleados y tenemos una exprimidora industrial que extrae dos mil 500 litros por hora”, explicó a **Comercio T21** Luis Felipe Bechalany, director comercial de Sawbona, cuyos jugos pueden consumirse en las principales cadenas hoteleras del país y establecimientos como Starckbuck, Subway o Vips, o adquirirse en grandes tiendas como Wal-Mart, Sam's o Comercial Mexicana.

Bechalany señala que en estos cua-

tro años de camino la empresa ha crecido en 1,500% y ya cuentan con nuevos proyectos, como dar el salto internacional. Para ello, además de estar en proceso de certificación como producto orgánico, y debido a la corta vida de anaquel de los jugos naturales, están instalando una máquina de pasteurización en su planta, con lo que el producto pasaría de tener seis semanas de vida a doce, sin perder sus propiedades.

Con ello, a partir de mediados del próximo año podrán enviar sus productos a Estados Unidos, donde ya hay clientes interesados y es un mercado acostumbrado a este tipo de artículos, Japón y Europa, aunque aún no tienen estimaciones de cuánto volumen podría venderse al exterior.

Además de jugos, la empresa comercializa mango deshidratado, que llegará a Japón a principios de 2009, país donde el producto tuvo mucho éxito en anteriores ferias comerciales en el país oriental, además de tener un proyecto para elaborar ensaladas César para Sam's. Sawbona forma parte del Grupo Bioterra, que integra varias marcas de productos orgánicos.

Producen 20 millones de plantas

# Habrá noche buena para productores

DIDIER RAMÍREZ

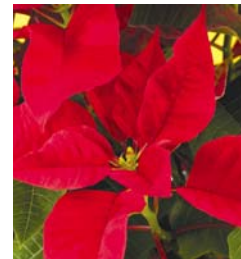
Este año se estima que la producción de nochebuenas alcance 20 millones de plantas, lo cual representaría un crecimiento superior al 30% a lo alcanzado en 2007, cuando según cifras preliminares se obtuvieron 15 millones de ejemplares, comentó Luis Granada Carreto, presidente del Consejo Estatal de Productores de Ornamentales de Morelos.

El representante indicó que la entidad seguirá consolidándose como el principal estado para la generación de esta planta, ya que se calcula que de los 20 millones que se esperan producir, tan sólo en esta región se obtendrán seis millones, el resto se gene-

rarán en zonas como Michoacán, Jalisco, Estado de México, Puebla y Distrito Federal.

El incremento en la producción de la planta se debe a que la población mexicana asocia la celebración de las fiestas decembrinas con la flor de nochebuena, la cual, si bien tiene presencia a nivel mundial, cuenta con raíces mexicanas desde época de los aztecas, por ello también se le conoce como cuetlaxóchitl.

Granada Carreto explicó que para buscar difundir el conocimiento sobre la flor de nochebuena y sus orígenes, es que este 8 de diciembre celebran el primer Día Nacional de la Nochebuena, y además de la festividad se buscará impulsar la generación de nuevas variedades de esta planta, ya que hasta



El 8 de diciembre, primer Día Nacional.

ahora entre los 35 y 40 tipos existentes la mayor parte son desarrolladas en países como Estados Unidos, Francia, Holanda, Italia y Dinamarca, principalmente.

La totalidad de las plantas de nochebuena que se consumen en México son de producción local, debido a que existe un impedimento fitosanitario que limita importar o exportar plantas que van en sustrato (tierra) por el riesgo de transportar patógenos o microorganismos; no así la semilla vegetativa que es por medio de la cual se pueden generar todas las variedades existentes.

De lo virtual a lo real

# Ingenia Muebles se las ingenia

CÉSAR PINEDA

Apostarle a un mercado decreciente en México no parece ser una jugada muy inteligente. Sin embargo, tras iniciarse en el comercio electrónico, en el *site* de Mercado Libre en mayo de 2006, los de “Ingenia Muebles” en la actualidad presumen ser los líderes de este segmento y con 33 tiendas físicas abiertas en los 11 meses más recientes lo ratifican.

“Desde que publicamos la primera subasta (una recámara) no hemos parado. Nuestra perspectiva de crecimiento no era tan grande, pero ya tenemos más

de 100 empleados (diseñadores gráficos, programadores, obreros, chóferes, etcétera) y en los últimos meses hemos cambiado de bodega”, señaló Ernesto Vidal Flores, director general de esta firma que se gestó como un negocio familiar.

A decir de Vidal Flores, “Ingenia Muebles” originalmente sólo tenía el propósito de ser una empresa enclavada en el concepto del e-Commerce, “pero fueron los propios clientes quienes nos impulsaron a abrir tiendas físicas. Esperamos que para el 2009 al menos dupliquen los establecimientos en el país”.

Diariamente “Ingenia Muebles” hace

140 entregas (40% son salas, 30% recamaras y el resto son comedores, accesorios y diversos artículos). Para la repartición en el Distrito Federal y el Estado de México cuentan con una flota de 12 camionetas, pero cuando se trata de hacer entregas al interior de la República, cuentan con el soporte de la transportista “Juliana de Obregón”.



**Intermodal Express**  
Servicios Logísticos

## Apoyamos su negocio globalmente

- Importación y exportación LCL/FCL
- Servicio intermodal puerta a puerta
- Almacenaje, consolidación y desconsolidación
- Despacho aduanal en origen y destino

Soluciones logísticas confiables al tamaño de sus necesidades

Tel: 5683 1500, Fax: 5695 7434  
Oficinas en Veracruz  
y Altamira / Tampico

