

Plan de negocios: centro de yoga Entrepreneur.[®]

Emprende, crece y triunfa



vende
más
my

Guía básica
para ganar clientes
con Internet

HERRAMIENTAS
Aprovecha hoy
la oficina del futuro

50 OPORTUNIDADES
El nuevo hombre:
lo que ellos quieren



Comida saludable hasta el escritorio

CON UNA OFERTA
DE SNACKS Y
ALIMENTOS NUTRITIVOS
COMERCIALIZADOS EN LOS
LUGARES DE TRABAJO, ZITRONE
NATURAL SUMA ENTRE SUS CLIENTES A
EMPRESAS COMO BANK OF AMERICA, ESTÉE LAUDER,
OCESA, TUPPERWEAR, SEPHORA Y RCI.

FOTOS: NANCY LÓPEZ

Hace cuatro años, Pablo Romero Cervera y Santiago Hinojosa detectaron que en la mayoría de las oficinas de México faltaba quien ofreciera alimentos nutritivos, de buena calidad, preparados higiénicamente, a un precio conveniente y que además fueran fáciles de adquirir. "Nos dimos cuenta de que en general las personas tenían que desplazarse desde su lugar de trabajo hasta encontrar algo que comer, y no siempre lo que hallaban era sano ni lo más limpio", recuerdan.

Ante esta situación, decidieron iniciar un negocio de venta de alimentos saludables como frutas, jugos, sándwiches y verduras. La diferencia era que los trabajadores no tendrían que desplazarse hasta el lugar de venta, sino que a través de un carrito los productos llegarían directamente hasta cada escritorio. La idea no era del todo nueva: en Estados Unidos se maneja con éxito desde hace algunos años bajo el nombre de *craft service*, pero en México no se había puesto en marcha más que en las locaciones de películas.

Así, en marzo de 2009, surgió Zitrone Natural (www.zitrone.com.mx). Hoy, la empresa cuenta con cuatro servicios: un carrito móvil que se desplaza entre los pasillos de los corporativos con snacks y alimentos; comedores empresariales, cuya característica es que no requieren la instalación de una cocina de gas; catering empresarial y para eventos; y *box lunch*.

No obstante, para lograr que su idea se convirtiera en un negocio exitoso, Pablo y Santiago necesitaron una buena planeación, una reinversión constante y enfocarse bien en sus metas desde el inicio.

Uno de los mayores aciertos, dicen, fue trazar un plan de negocios previo a comenzar operaciones. En él plantearon claramente cuáles serían cada una de sus responsabilidades dentro de la empresa, algo que además los ha ayudado a tener una mejor relación como socios y a evitar cualquier mal entendido entre ellos.

Otro punto medular fue la elaboración de proyecciones financieras, con las que se dieron cuenta de que aunque empezar



SANTIAGO HINOJOSA Y
PABLO ROMERO CERVERA
ZITRONE NATURAL

10%

anual crece el mercado
de alimentos saludables
en México.

Fuente: Euromonitor.

no era complicado, el negocio no sería rentable si operaban sólo un carrito de venta. Esto por los costos que implica la renta de la cocina y las instalaciones para preparar los alimentos, el pago del personal, la transportación y también las mermas por los alimentos que no se venden en el día.

Así las cosas, los emprendedores determinaron que, para obtener ganancias,

debían estar presentes en varias oficinas. La inversión para arrancar operaciones fue de \$300,000 (de ahorros personales). Mientras que para poder entrar a los corporativos recurrieron a contactos de amigos y familiares. Las primeras empresas que les abrieron las puertas fueron las agencias de publicidad Terán TBWA y JWT, en la Ciudad de México.



Si bien ambas compañías no eran su público meta, pues en general sus empleados no tienen horarios fijos, esto los ayudó a posicionarse y a detectar las diversas problemáticas que podía tener el negocio. Su tercer cliente, Dell México, fue quien los potenció para acceder a clientes más grandes y con estándares y normas americanas, como Johnson & Johnson, The Walt Disney Company y SAP.

En este tipo de empresas, la productividad es muy importante y sus directivos están conscientes de que el tener un servicio como el que ofrece Zitrone Natural se ve reflejado en menores distracciones para sus empleados. Adicionalmente, como los alimentos se preparan bajo estrictos controles de calidad, los colaboradores corren menos riesgo de contraer enfermedades. Y lo mejor, sostienen los emprendedores, es que "nuestros productos son un 40% más económicos que los deliverys convencionales y, además, tienes el producto en el momento".

SIN MIEDO A EQUIVOCARSE

Al cumplir 11 meses de haber iniciado y con cuatro carritos operando, Zitrone Natural alcanzó su punto de equilibrio. Pablo y Santiago consideran que una de las claves fue su juventud, ya que cuando comenzaron el negocio tenían 20 y 21 años respectivamente. "Y claro, menores responsabilidades económicas", aseguran. Ello les permitió vivir ese periodo sin asignarse un sueldo, a fin de reinvertir todos los recursos que ingresaban para corregir errores y emprender nuevas ideas.

Por otro lado, desde el principio contemplaron aceptar diferentes formas de pago: desde efectivo hasta tarjetas de débito y crédito, así como vales de despensa y gasolina en su forma física y/o electrónica. También crearon una dirección de correo electrónico para recibir sugerencias y ofrecer la opción de preparar dietas específicas a pedido del cliente.

Tras un año de operaciones, en 2010 la empresa incursionó en el ramo de los comedores empresariales. El primero de ellos se instaló en Johnson & Johnson

Medical. Esta línea de negocios tiene dos diferenciadores: un menú saludable que se elabora con ayuda de un nutriólogo; y el más importante: gracias a la incorporación de una tecnología similar a la que se emplea en los aviones, los alimentos llegan ya preparados y listos para consumirse.

"Utilizamos unas parrillas eléctricas para mantener los alimentos a la temperatura adecuada. Por eso no necesitamos ningún tipo de instalación de gas ni grandes espacios para dar nuestro servicio", explican. Además, la empresa cuenta con un centro de distribución desde el que se reparten los alimentos, tanto del carrito, como de los menús, lo que permite controlar los tiempos de entrega.

Pablo y Santiago reinvierten la mayoría de las utilidades en su negocio. "Ha sido el secreto para seguir creciendo", sostienen. Hoy tienen 35 empleados y dan servicio a 12 empresas de forma fija y a 20 de manera variable, a quienes les proporcionan el servicio de catering, working lunch y coffee break. A inicios de 2014, Zitrone Natural planea otorgar franquicias.

Marisol García Fuentes

"Uno de nuestros secretos es reinvertir la mayor parte de nuestras utilidades en el negocio. Esto nos permite seguir creciendo".