

FRONTERAS ➤ Uruguay, primer país en regular distribución y comercialización de la marihuana

P. 46

MILENIO

DIARIO® ➤ PERIODISMO CON CARÁCTER

AÑO 14 ➤ NÚM. 5094

NACIONAL

MIÉRCOLES

11 de diciembre de 2013

www.milenio.com



NADA PERSONAL, SOLO NEGOCIOS

BÁRBARA ANDERSON



Siete de cada 10 tazas de té en hebras que se toman en México son de su marca. Olivia Medina de Jönsson es la reina del té desde hace 17 años, cuando fundó la empresa Euro Te. Hoy, esta compañía suma 50 empleados y no solo se dedica a la producción y fraccionamiento de tés (150 variedades), sino a la fabricación de muebles en maderas finas para Casa Palacio.

“Fui una pionera y me aventé sin saber mucho: me casé con un sueco y en Suecia conocí una tienda de té y me encantó el concepto. Yo trabajaba en comedores industriales y comencé ofreciendo té a los ejecutivos”, me cuenta Olivia.

En México el mayor consumo de té es en bolsitas (McCormick, La Pastora) y si bien hay una cultura de las infusiones de hierbas, no se acostumbraba tomar té en

hebras, como es el concepto que trajo al país Euro Te.

“Empecé importando 200 kilos de té y ahora son 50 toneladas al año, entre tisanas y tés”, afirma la empresaria. Y les comparto una fórmula curiosa que me enseñó: con esas 50 toneladas se pueden preparar 15 millones de tazas de té, lo que equivale a 41 mil personas tomando una taza de té diaria.

Euro te cuenta con distribuidores en todo el país y ofrece sus productos en tiendas departamentales, pero fundamentalmente en cafeterías o restaurantes (Punta del Cielo, Ruta Café, El Globo, Cielito Lindo) que suman tés a sus cartas. “En total tengo unos 5 mil clientes”, afirma Medina, quien cerrará este año con una facturación de 26 mdp. “El crecimiento del consumo del té en México es exponencial.

Cada año crecemos entre 15 y 20% nuestras ventas”, afirma.

Este fenómeno no es solamente local. A escala global la propia cadena de cafeterías Starbucks compró hace un año a las casas de té Teavana para aprovechar este boom. “Los mercados con alto consumo de café comienzan a migrar al té y al revés... por eso en Asia están haciendo furor las cafeterías”, me explicaba Olivia.

En los planes de Euro Te está aprovechar el boom local y el desembarco en Centroamérica. De hecho ya exporta algunas variedades a Guatemala.

Pero uno de los detonantes más poderosos podría llegar desde la reciente reforma hacendaria. Con el IEPS a bebidas azucaradas, se abre una oportunidad para que aumente el consumo de té y hasta la posibilidad de venderlo preparado y sin azúcar, como ya se hace en mercados internacionales. M

barbara.anderson@milenio.com ➤ Twitter: @ba_anderson

La reina del té mexicano