

NOTICIAS A
UN CLIC

"Por cada 42 colombianos hay un colchón"

Kaleil Isaza renunció a la presidencia de KIT Capital

Congreso Mundial de Neurocirugía le dejará US\$40 millones a Bogotá

f Facebook

t Twitter

g+ Google +

Lunes, Septiembre 14, 2015

Agrícola Himalaya evalúa exportar a Europa y prepara cuatro lanzamientos



Cali_Aunque la marca Bitaco puede sonar como proveniente de otro país, podría tener una denominación de origen tricolor. Y es que pocos se imaginan que Bitaco es un corregimiento de La Cumbre (Valle del Cauca), donde la empresa vallecaucana Agrícola Himalaya tiene el cultivo con el que produce Té Hindú.

Con 25 años en el mercado, la gran apuesta de la compañía es producir un nuevo té, suelto o en hebra con su nueva marca Bitaco Unique Colombian Tea. Para ello, invirtió \$5.000 millones en una nueva planta que estará en funcionamiento a finales de este año. La empresa, que tuvo un crecimiento de 15% durante el primer semestre y ocupó el 45% del mercado, ha realizado siete lanzamientos de productos este año. Para el próximo, tal como lo cuenta el gerente general de la compañía, Andrés Velasco Sardi, tienen previsto lanzar cuatro productos al mercado.

El próximo año va a entrar en funcionamiento la planta, ¿cuál es la apuesta con el proyecto? Nuestro té es de excelente calidad, porque es de altura. Pensamos en ofrecerle al mundo un té de hoja suelta o en hebra, que no va a venir en bolsita filtrante, sino como a granel, enrollado. Esta nueva marca nos va a hacer mucho más competitivos a nivel mundial. Ya arrancamos con la construcción de la planta con una inversión de unos \$5.000 millones y que debe estar lista a finales de este año, principios del entrante. Ya empezamos a dar a conocer la marca Bitaco Unique Colombian Tea y la acogida ha sido sorprendente.

¿Cuál es la producción mensual de la empresa?

Producimos en total en la parte agrícola cerca de 150 toneladas de té. Nuestras ventas ascienden a unos \$32.000 millones anuales y de eso más o menos el 15% va para exportaciones. Nuestra meta de exportación es llegar al 25% en los próximos tres años.

¿Cuánto esperan crecer con la entrada de esta planta?

Es un proyecto que espera alcanzar en ventas anuales por lo menos US\$2 millones.

¿Cómo les fue durante el primer semestre de 2015?

Crecimos alrededor de 15% con respecto al mismo período del año anterior, tanto en el mercado nacional como en el internacional. En Colombia nosotros somos los líderes del negocio de té de infusiones con la marca Té Hindú, tenemos alrededor del 45% de participación del mercado. En exportaciones tuvimos un crecimiento de casi el 30%.

¿Tienen pensados nuevos proyectos?

Sí. El dinamismo nuestro en el lanzamiento de nuevos productos es una estrategia que no podemos dejar de hacer cada año. Este año hemos lanzado cerca de seis productos. El año entrante debemos estar lanzando unos cuatro más, esos con la marca Hindú, pero muy probablemente el otro año vamos a lanzar otra marca de infusiones para el mercado nacional con un concepto diferente.

¿Cuánto exportan mensualmente y cuáles son esos países a donde están llegando?

Estamos exportando con la marca Hindú a Estados Unidos, Panamá, Guatemala, El Salvador, Ecuador, Paraguay y Bolivia. Estamos mirando llegar a Perú y Puerto Rico. Por otro lado con el proyecto de Bitaco, que es mucho más global, estamos mirando Europa, Alemania, Reino Unido, el Cono Sur, mercados acordes al proyecto.

Quieren aumentar las exportaciones de 20% a 25%, ¿cómo lo piensan hacer?

Tenemos tres estrategias, la primera con la marca Bitaco, la segunda, la apertura de nuevos países y la tercera, el crecimiento en los países donde ya tenemos presencia.

¿Cómo se han visto favorecidos con un dólar más caro?

Tenemos una balanza positiva porque exportamos más de lo que importamos, con eso es que nos favorecemos. Hay que meterle gasolina a la exportación.

La opinión

Carlos Rodríguez

Especialista en empresas de la Universidad Nacional

"Junto con la ampliación del portafolio, están vendiendo nuevas formas de consumo, lo que va a resultar más atractivo porque son nuevas formas de preparar y de servir el té".