

# La cura en bolsitas

**Corporación Manza Té logró el éxito combinando el rescate de la medicina popular, la innovación y la ejecución de un modelo de negocios basado en la solidaridad con microempesarios rurales.**

PATRICIA BLANCO PICADO

EN 1970, JOSÉ ARAYA COMENZÓ UNA TRAVESÍA empresarial que difícilmente imaginó a donde lo llevaría. La manzanilla, una hierba medicinal muy conocida y utilizada en infusiones para distintos padecimientos desde “tiempos de las abuelas”, era comercializada de forma artesanal y en muy pocos puntos de venta.

Araya, quien entonces trabajaba como gerente en la fábrica de bolsas de la transnacional cementera Holcim, observó que un campesino empacaba manualmente esa hierba y la vendía primero en rollitos y luego en pequeños sacos. Fue así como a este empresario se le ocurrió que cultivar manzanilla y venderla podría ser un buen negocio, ya que en aquel tiempo sólo existía en Costa Rica el tradicional té negro importado.

“Fui a ver el mercado para conocer la realidad del producto”, recuerda. “Conversé con representantes de los supermercados y me di cuenta que se trataba de un producto con un gran potencial de crecimiento”. Para partir, adquirió una máquina en Argentina para automatizar el proceso de empaquetado y así inició un próspero negocio que actualmente produce y comercializa 34 tipos de tés de hierbas en bolsitas de papel filtro, bajo la marca Manza Té.

## Claves

- **Es vital afinar la observación para descubrir las oportunidades de negocios.**
- **Innovar y diversificar la oferta para ganar nuevos nichos de mercado.**
- **Rescatar la tradición, buscar información y asesoría para sustentarla y comercializarla.**
- **Apoyar a los proveedores a través de programas de capacitación y asesoría financiera.**

Con una cobertura del 95% del mercado costarricense, desde 1993 exporta al resto de Centroamérica y a República Dominicana. Su producción mensual alcanza las 300,000 cajas de té, lo que equivale a unos 7.5 millones de unidades.

### Investigar e innovar

En el proceso de crecimiento y diversificación de Manza Té, estos dos factores han sido una constante. “Hay mucho conocimiento popular acerca de las plantas medicinales. Lo que hemos hecho es rescatar esa tradición, buscar información y asesoría para sustentarla y comercializarla”, explicó Wendy Araya, hija de José y hoy gerente general de la empresa.

Para el cultivo de la manzanilla –el producto de mayor venta– fue necesaria la adquisición de un terreno y realizar las pruebas necesarias hasta encontrar la altura ideal en la que se debe sembrar para lograr mayor floración y un buen sabor. Con el tiempo, se fueron incorporando nuevas hierbas: zacate de limón, tilo, menta, diente de león, naranjo agrio, hojas de Senn, de jamaica, bolbo y canela, todas procesadas de forma natural, sin ningún aditivo artificial.

A fines de los ‘80, la firma introdujo una nueva línea de té, como resultado de la mezcla de hierbas, con ciertas propiedades para el tratamiento de trastornos del sistema nervioso y digestivo, o para la prevención de algunas enfermedades. En 1995 lanzó té de frutas: durazno, manzana y piña, y una combinación de las tres. Además, la empresa amplió su gama de productos naturales. En el 2000 compró la marca La Abejita, con la que comercializa miel de abeja, y La Selva, para productos integrales.



Fotografía: Archivo Digital

Hoy, uno de los productos estrella de la empresa es el integrante más joven de la familia: el jugo de sábila, “ideal para el sistema digestivo e inmunológico”, y que augura un futuro prometedor, especialmente en mercados de Europa y Asia.

### Red

Con 80 empleados directos y 40 indirectos, el éxito de Manza Té radica, en gran medida, en el modelo de negocio desarrollado por esta empresa familiar, que desde un inicio incorporó a su filosofía la Responsabilidad Social Empresarial. Y la razón es sencilla: sus proveedores de materias primas son grupos de microempesarios rurales, entre ellos muchas mujeres, quienes no tienen acceso al crédito ni a otros recursos como capacitación.

“Por eso implementamos un sistema solidario de negocios en el que todos ganamos”, precisa José Araya. “Los

ayudamos a organizarse y hemos brindado asesoría sobre buenas prácticas agrícolas, manufactura y secado. Así, mantenemos la unión con proveedores que ya llevan más de 15 años con nosotros”. Manza Té también les ofrece apoyo financiero a través de préstamos sin costo, el cual van pagando con su propia producción.

Esta buena relación con los microempesarios rurales no sólo le ha permitido asegurar la calidad de las materias primas. En 1998 perdieron la planta en un incendio, pero, con la ayuda de sus proveedores y compradores, en dos meses pudieron empezar de nuevo en locales alquilados.

Para seguir creciendo la empresa busca nuevos nichos de mercado, como cadenas de hoteles, restaurantes y compañías transnacionales con comedores propios. “Todavía hay mucho donde crecer”, concluye Araya. 📌