

LAS PROVINCIAS

Cuando lo tradicional se convierte en un negocio con futuro

INICIATIVA La empresa Suc de Lluna ha conseguido rescatar la forma tradicional de vender horchata de principios del siglo XX y adaptarla a nuestros tiempos. Su producto, Món Orxata, no ha pasado desapercibido para clientes tan ilustres como el rey don Juan Carlos o los Príncipes de Asturias

ROSA VALIÑO

VALENCIA 00 | 3 | 9 | 2006

Un grupo de jóvenes empresarios de entre 27 y 34 años ha demostrado que lo tradicional sigue teniendo cabida en nuestro tiempo.

En 2003 y con una inversión de 30.000 euros pusieron en marcha la empresa Suc de Lluna, especializada en la venta de horchata artesanal en los puntos con mayor afluencia de transeúntes de Valencia y Barcelona.

Antxón Monforte, uno de los creadores de la firma, asegura que “la idea surge de la forma en que se distribuía la horchata en 1910 a través de carritos de madera, nosotros retomamos este método pero modernizando el punto de venta”

La particularidad de esta compañía es el modo de acercar su producto, Món Orxata, a los consumidores. A través de carritos móviles con un diseño vanguardista, el equipo de Suc de Lluna

Los puntos de venta de Suc de Lluna se ubican en las zonas más turísticas de Valencia

distribuye una horchata artesanal enfriada mediante un sistema aislante que no necesita electricidad para su funcionamiento. “Esto nos permite una gran libertad de movimientos ya que al no necesitar un enchufe podemos ubicar los carritos en cualquier lugar”, afirma Monforte.

Actualmente, Suc de Lluna cuenta con una plantilla de 64 empleados y con un total de 30 puntos



Una empleada de Suc de Lluna vende horchata en la Feria de Muestras de Valencia. /LP

de venta de los cuales 22 se ubican en las zonas más turísticas de Valencia, como son la Ciudad de las Artes y las Ciencias o los espacios donde se celebran las preregatas de la Copa América. Los benefi-

cios no se han hecho esperar, así pues, la compañía registró el pasado año un nivel de facturación de 550.000 euros.

Para Monforte la clave del éxito “radica en la calidad del producto”,

ya que “actualmente es imposible tomar una horchata artesanal”. De este modo destaca que Món Orxata está elaborada de forma totalmente natural.

“La mayoría de los turistas que

prueban nuestra horchata se quedan sorprendidos ya que su sabor no se parece en nada al de las que se venden en las grandes superficies”.

Cientes ilustres

Pero no sólo los turistas se han rendido al encanto de este típico producto valenciano. Suc de Lluna cuenta con clientes tan ilustres como el Rey Don Juan Carlos o los Príncipes de Asturias.

El propio Benedicto VI no perdió la oportunidad de probar la marca Món Orxata durante su visita a Valencia el pasado mes de julio. Pero el inconveniente de este producto es, según Monforte, “que es una bebida marcada por la estacionalidad del consumo”.

La clave del éxito de Suc de Lluna “radica en la calidad del producto”, asegura Antxón Monforte

Por ello, la firma ha abierto recientemente una horchatería en el centro de Valencia donde, además de ofrecer sus diversas variantes de la bebida (ecológica, sin azúcar o batida con hortalizas) distribuirán todo tipo de cafés y chocolates.

“De este modo podremos mantener la clientela durante el invierno”, asegura Monforte. Entre los proyectos más inmediatos de la compañía figura la creación de una horchata natural sin pasteurizar y embotellada destinada a la venta en las grandes superficies comerciales.