

# Horchata como hace 50 años

La firma valenciana «**Suc de Lluna**» recupera el espíritu artesano en la elaboración de la popular bebida, que comercializa en diez puntos de venta

Colón, calle Juan de Austria y centros comerciales El Saler y Bonaire.

### Compromiso social

Uno de los aspectos más llamativos de esta joven e innovadora iniciativa es su política de contratación, dirigida a mujeres de más de 45 años, que en opinión de Antón, están fuertemente motivadas y con muchas ganas de trabajar. La empresa mantiene contactos con el Institut de la Dona—dependiente de la consejería de Servicios Sociales—, y tiene por principio favorecer la inserción social de este colectivo que en la mayoría de los casos ha sufrido algún tipo de experiencia difícil. Una oportunidad, un compromiso al que sus trabajadoras responden con implicación laboral, cariño y entrega hacia sus jefes y clientes.

### Chufa ecológica

Uno de sus propósitos para el 2007, además de extender el negocio a Madrid, es comercializar una horchata obtenida a base de chufa ecológica, que ya venden en saquitos en todos los puestos, pero que aún, por la escasa producción—este año han recogido la primera cosecha—, no pueden servir elaborada. No obstante «ya ha sido dada a conocer en la Feria Alternativa», señala el empresario. Todo un reto con el que pretenden «contentar tanto a agricultores—ya que la chufa ecológica se paga más cara y no está expuesto a residuos tóxicos—, como a los clientes»—ya que de esta forma se añaden una serie de propiedades beneficiosas a las ya presentes en la chufa, además de ser más saludable debido a la ausencia de colorantes y conservantes—. El medio ambiente también resulta beneficiado, puesto que por este método se suprimen los pesticidas, insecticidas y fertilizantes químicos evitando residuos en el suelo y contaminantes en el agua—. Antón recalca que «hemos obtenido la primera chufa ecológica del mundo, primera y todavía única».

La joven empresa facturó en el ejercicio del año anterior, 360.000 euros y prevé obtener para 2005 un total de 420.000 euros, gracias al esfuerzo de estos jóvenes que comenzaron conduciendo los camiones, lavando y haciendo de «curritos» para poner el negocio en marcha.



LEVANTE-EMV

**NEGOCIO IMPARABLE.** El empresario Antón García junto a una de sus empleadas en uno de los diez puntos de venta, situado en el mercado de Colón

Luisa Marco, Valencia «Llet? ¡Aizó és or... xata! (¿Leche? ¡Esto es oro, chata!). Así fue bautizada la especial y tradicional bebida valenciana: la horchata. Cuenta la leyenda que esta fue la contestación del Rey Jaime I «El Conqueridor» cuando una joven aldeana se acercó a él y le invitó a probar un vaso de leche de chufas.

La chufa—que ya se cultivaba en el antiguo Egipto y en Sudán, en la región de Chuf— comenzó a cultivarse en España tras la conquista de los musulmanes, que la trajeron a la península en la Edad Media. Siglos después, ya entrada el siglo XX y confirmado el éxito de la bebida, comenzaron a surgir las primeras horchaterías, pero seguía siendo habitual que las mujeres de la época prepararan la horchata en casa para venderla después por la calle en sus carritos.

Hoy, varios años después e inmersos en un nuevo siglo, los carritos de horchata vuelven a invadir las calles de Valencia. Carrros relucientes y más modernos—aunque hechos a mano—, pero el procedimiento, es el mismo que antaño.

### Recuperar la tradición

Los artífices de esta iniciativa son cinco aventureros—entre amigos y familiares— que dejaron sus trabajos en el extranjero para unirse en Valencia con el ánimo de producir algo típicamente valenciano. Dos ingenieros agrónomos, dos abogados y un economista se pusieron manos a la obra en agosto del año 2002 y, tras un amplio estudio de mercado crearon la empresa «**Suc de Lluna S.L.**» que abrió a finales de mayo del mismo año con el objetivo de «traer la mejor horchata de la huerta a Valencia», según

comentó Antón García Buitrón, uno de los cinco emprendedores, encargado de la I+D+i (Investigación, Desarrollo e Innovación) en la empresa. Pero esa no es la única meta que persiguen. Sus aspiraciones van más allá; desde la recuperación de una tradición a su juicio perdida, pasando por la mejora de la calidad de la horchata—a través de técnicas de cata—, que desde hace diez años «ha ido disminuyendo», la potenciación de la huerta valenciana, hasta la consecución de una alternativa a los refrescos industriales que «han copado el merca-

■ **La empresa realiza una política de contratación dirigida a la inserción social de mujeres de más de 45 años**

do».

Para tal fin cuentan con 80 empleados en temporada de verano, tres pequeñas parcelas para el cultivo de chufa en Alboraya, diez carritos en Valencia, siete en Barcelona, dos camiones frigoríficos, dos de rampa elevadora, tres furgonetas frigoríficas, una familia de artesanos horchateros de Alboraya que trabajan en exclusiva para ellos con la receta única de *Suc de Lluna*. Asimismo disponen de unas bicicletas plegables con las que llevan a cabo el seguimiento del negocio en la ciudad de la forma más rápida y eficaz.

Entre carrros móviles y fijos hay en Valencia un total de diez puntos de venta situados en varios enclaves de la ciudad: mercado de Colón, plaza del Ayuntamiento, plaza de toros, Oceanográfico, estación Norte, Ciudad de las Artes y las Ciencias, calle