



Los peregrinos del EMF se acercan a uno de los carritos de Món Orxata a comprar un vaso de horchata. / EL MUNDO

A. GARCIA
 VALENCIA.— Apenas sin esperarlo, el Papa se ha convertido en el mejor embajador de la horchata. Los carritos del zumo de chufa que desde hace cuatro años se expanden por Valencia y Barcelona, aliviaron la sed de muchos peregrinos, pero también de su Santidad. Después de oficiar dos horas de misa en el V Encuentro de las Familias, Benedicto XVI degustó un vaso del líquido natural que Món Orxata comercializa en los lugares más emblemáticos de las dos ciudades. Le encantó y solicitó otros 10 litros para llevarlos a Roma.

La visita del Papa a Valencia ha supuesto un evento idóneo para lanzar definitivamente su producto. Viajeros de todos los lugares del planeta han saboreado la chufa natural que, desde hace poco más de diez días, ya empieza a fabricar la joven empresa valenciana.

Los príncipes de Asturias, Pedro Almodóvar, el cantante Luis Miguel, el capitán del Valencia C.F. David Albelda, o el popular cocinero Karlos Arguiñano han probado el producto de Monorxata. A la

Ratzinger lanza al estrellato la horchata de Alboraya

La firma Món Orxata estudia entrar en los grandes supermercados en los próximos meses

lista de personalidades que cuenta su cartera de clientes se suma ahora el Papa Ratzinger. Una mujer acompañada de tres guardaespaldas se acercó el domingo por la mañana hasta uno de los carritos de la compañía para pedir una ración para el Santo Padre. Al terminar la misa, fueron a por 10 litros más para llevárselos a Roma.

27 carritos colocados estratégicamente por el centro de Valencia y a lo largo del antiguo cauce del Turia cubrieron la demanda de más de un millón de personas que se concentró en la ciudad. Alrededor de 4.000 litros de horchata ecológica se han

vendido en menos de cuatro días.

El director general de la firma, Andoni Monforte, asegura que el Encuentro ha supuesto un trampolín definitivo a las expectativas de negocio que su compañía empieza a diseñar. Comenzaron en 2002 como distribuidores de horchata fresca, con pequeños puntos de venta. Ahora acaban de abrir su primera horchatería en el Mercado de Colón de Valencia y una fábrica en Alboraya en la que ya pueden elaborar el producto que venden.

Su próximo sueño: Comercializar la horchata fresca en una gran cadena de su-

permercados. Y todo apunta que lo pueden conseguir. Hasta ahora la fecha de caducidad de la horchata impedía vender el producto por el que ellos apuesta. Se trata del líquido elaborado con chufa de Alboraya, con denominación de origen, y sin ningún tipo de conservantes ni aditivos químicos. El sistema de elaboración sólo les permitía mantener la horchata fresca durante tres días.

Pero ahora parece que han dado con la fórmula. Su departamento de I+D ha desarrollado una horchata que extiende su vida de 3 a 12 días. Así, sus posibilidades de distribuirse en grandes cadenas empieza a vislumbrar un horizonte de realidad. Ahora sólo necesitan el respaldo de una cadena de supermercados que apueste por la horchata fresca y natural.

Monforte está convencido de que el sector que empieza a explorar es tan sólo «la punta del iceberg» de un gran mercado todavía por descubrir. Las propiedades nutritivas de la horchata natural y su sabor le convierten en un mercado por conquistar.