

Texto de **Sònia Casas**  
Fotos de **Lourdes Segade**

¿Qué pueden tener en común un carrito de venta ambulante de horchata y el pañal de un bebé? ¿Y una cesta de verduras con una guardería? Todos ellos forman parte de iniciativas que, en plena recesión y sin necesidad de grandes inversiones o infraestructuras, están liderando con éxito un proceso de cambio. Sus productos y servicios invitan a practicar un modelo de consumo con hábitos más respetuosos con el medio ambiente y con el ser humano.

# Proyectos con gancho

Rosa Ester Lloria, de 49 años, trabaja en uno de los carritos de venta ambulante de horchata ecológica de Mòn Orxata

Valencia, sábado tarde. Una multitud de turistas y paseantes deambula, bajo un sol de justicia, por la Ciudad de las Artes y las Ciencias. De repente, un pequeño carrito de venta ambulante de horchata se suma al paisaje y se convierte en el oasis perfecto donde refrescarse. “Es la única horchata ecológica de Valencia. Hecha de forma totalmente artesanal”, explica Rosa Ester Lloria a unas señoras de Dénia. “Es una bebida típica de aquí, se hace con chufas, como estas”, enseña ahora a un matrimonio de Portugal. Este es el cuarto año que Rosa trabaja para la empresa Món Orxata tras haberse quedado en paro a los 46. “Tenemos por norma contratar sólo a mujeres mayores de 45 años. No entiendo por qué nadie las quiere. Tratan bien al cliente, el producto, los carros..., cumplen con todo. Algunas es la primera vez que pueden mantenerse por sí mismas, otras se han convertido en la principal fuente de ingresos en casa”, explica Antxon Monforte. Él fue uno de los fundadores de este proyecto nacido en el 2003 y que hoy sustenta ya a 60 familias. “La idea está inspirada en los carritos de chicha blanca (bebida derivada del arroz) de Latinoamérica. Partimos de cero, construyendo los primeros carros nosotros mismos. Como van sin electricidad, para conservar fría la horchata recuperamos el sistema con hielo que usaban los horchateros de principios de siglo XX”, explica Monforte.

La horchata de la calle, como algunos la llaman, no sólo ha

conquistado el paladar de los valencianos sino también el de Demi Moore, los príncipes de Asturias o el papa Benedicto XVI. “Llenamos varias veces un termo para él y al final acabó llevándose no sé cuántos litros más al Vaticano”, recuerda Monforte. La clave del éxito es, lógicamente, la calidad de la horchata, algo en lo que tiene mucho que ver Enric Navarro, el primer productor de chufa ecológica de la huerta valenciana. En la tradicional barraca donde vive, una de las pocas que se mantienen en pie a escasos metros de los edificios de Calatrava, cada día Navarro expone a algún agricultor los valores escondidos tras la apuesta ecológica. “No es sólo una cuestión de dejar de usar pesticidas y fertilizantes químicos y lograr un producto de más sabor y calidad. Hemos llegado a un punto en el que hay que decidir qué queremos, si mantener el sistema agroindustrial que obliga a malvender las cosechas o reconvertir el modelo y volver a la empresa agraria tradicional, trabajando con cadenas de distribución más locales y con precios más justos”, reflexiona Navarro. Predicando con el ejemplo, este año, Món Orxata ha triplicado el precio de compra del kilo de chufa en el mercado y, de momento, ha logrado convencer a diez agricultores para que cultiven chufa ecológica.

Sus campos se contabilizarán a partir de ahora entre el millón seiscientos mil hectáreas dedicadas al cultivo ecológico en España. La cifra, que representa un incremento del 21,64% respecto al 2008 y del

33% respecto al 2007, ha convertido a España en uno de los líderes mundiales en cultivo ecológico, un sector que desde el 2002 no ha dejado de crecer. “Estamos a la cabeza de Europa en producción, pero el 80% se exporta a países como Alemania, Dinamarca, Reino Unido o Francia”, explica Ángeles Parra, directora de la feria BioCultura. El desconocimiento sobre sus virtudes, las dificultades en la distribución y la percepción de que se trata de un producto de élite son las principales razones que impiden que el consumo ecológico se haya popularizado más rápido entre los españoles. Sin embargo, incluso en tiempos de crisis, la demanda interna va poco a poco en aumento. Se trata de un dato significativo si se tiene en cuenta que, de momento, su precio acostumbra a ser algo más elevado que el del producto convencional. “Yo creo que esto es un hecho muy importante porque significa que cada vez hay más personas replanteándose cómo y en qué se gastan el dinero”, asegura Parra.

“Desde el punto de vista moral, la crisis económica que vivimos es una crisis de codicia”, señala el economista y profesor de Iese Antonio Argandoña. “Durante mucho tiempo, hemos crecido sólo por crecer, descuidando cualquier mecanismo de equilibrio. Ha sido una irresponsabilidad que ha derivado en un déficit de valores éticos en nuestras relaciones, en las empresas y en el consumo.”

“En realidad, la crisis es de valores”, explica la catedrática en Psicología Social M. Pilar González. “El momento que vivimos nos está exigiendo que reinventemos la escasez y descubramos qué es esencial para cada uno. Esto no implica renunciar a nuestros avances ni al consumo, pero sí hay que aprender a seleccionar con criterio, huyendo de la acumula- →

## Horchata ecológica

Miguel Roig Navarro, agricultor tradicional, remueve las chufas almacenadas en una *cambra* (cámara o habitación en valenciano) para facilitar su curado, que es todo un arte y el paso previo a la fabricación de la horchata. Miguel ha enseñado a los jóvenes trabajadores de Món Orxata a curar las chufas con las que fabrican su deliciosa horchata ecológica.

## Aislamiento con papel

Katy Alonso observa cómo Marc, socio y trabajador de Ecomarc, aísla su piso con una mezcla de papel reciclado y sales bórnicas. La diferencia cuando el material termina de asentarse puede llegar a ser de hasta cuatro grados, lo que ayuda a ahorrar energía de las calefacciones y los aires acondicionados.

La horchata de la calle, como algunos la llaman, ha conquistado a Demi Moore, los Príncipes y al Papa