



Mon Orxata

Con un microcrédito de 25.000 euros, Nerea Monforte compró los primeros cinco carritos para la venta de horchata. Tres años después, tiene ya 20 puntos de venta ambulantes en la Comunidad Valenciana, cinco en Barcelona y uno fijo en la capital levantina. Su empresa factura 500.000 euros al año y emplea a 50 trabajadoras procedentes del paro. Nerea cultiva sus propias chufas y ha construido una fábrica para elaborar toda la horchata que vende bajo su firma (www.monorxata.com).

Bebida de la tierra

Hace tres años, Nerea Monforte dejó la ingeniería agrónoma para fabricar horchata. Y con tanto éxito, que ya tiene más de 20 puntos de venta ambulante.

«En 2003 tuve que tomar una decisión crucial en mi vida: o me quedaba a vivir en Holanda trabajando en lo que me había formado o regresaba a España y hacía realidad un proyecto que me rondaba en la cabeza desde hacía tiempo: montar puestos ambulantes de horchata. A pesar del contrato que me ofrecían como ingeniera agrónoma en aquel país, sabía que, si me quedaba allí, era por mucho tiempo, y no me apetecía. Así que regresé a Valencia con la idea de crear mi propia empresa. Estaba segura de que había un importante número de clientes potenciales a quienes les podía apetecer tomarse una horchata en el caso de que se la ofrecieran por la calle. Al comentar el plan con mis padres y amigos, me dijeron que estaba loca, que no podían entender que rechazara un contrato fijo por una idea tan peregrina. Pero continué adelante. Me puse en manos de SECOT, una asociación que asesora gratuitamente a gente que quiere aventurarse en el mundo de los negocios. Como me animaron diciéndome que mi proyecto era viable, recurrí al ICO (Instituto de Crédito Oficial), donde me concedieron un microcrédito de 25.000 euros. Con esa suma compré los cinco primeros carritos, que coloqué en sendos centros comerciales valencianos. Tuve tanto éxito que, al año siguiente, ya tenía 20 puestos ambulantes instalados en la vía pública. Hoy continúo con esos puntos de venta más cinco en Barcelona. Los atienden mujeres de más de 45 años con dificultades para incorporarse al mercado laboral. Me he dado cuenta de

que, para que el negocio funcione, es importante emplear a gente que esté contenta con lo que hace, y *mis chicas* lo están. Otro aspecto que no quería dejar al azar era el estilo de los carritos. Por eso, yo misma, ayudada por una amiga, diseñé tanto el carro como el logotipo de la empresa. Quise mezclar modernidad y tradición, lo que conseguí perfilando una estructura aerodinámica, pero utilizando las tradicionales cubas de acero en las que se vendía la horchata a principios del siglo pasado. Además, las vendedoras van vestidas como las antiguas horchateras. El secreto para que Mon Orxata triunfe es no defraudar al cliente y, para eso, hay que controlar la calidad. Por esa razón, he montado una fábrica propia y he alquilado unas tierras donde cultivar mis chufas. Lo que quiero es producirlas de manera ecológica, para que el consumidor sepa que lo que está tomando no contiene productos químicos. ¡Al final me ha servido para algo ser ingeniera agrónoma! Lo que sí me gustaría cambiar de este negocio es la estacionalidad, porque no puedo vender en invierno. Aunque tenemos mucho trabajo. Tanto, que este verano he tenido que reforzar la plantilla para cubrir muchas fiestas populares en toda la Comunidad Valenciana. La cita siguiente la tenemos en las fiestas de Xàtiva. Si todo funciona como espero, el próximo 15 de agosto los setabenses probarán la primera horchata de chufa ecológica del mundo.» **POR PILAR ARRANZ**

El capital humano

«Una clave del éxito de mi empresa ha sido elegir trabajadoras que otros excluyen del mercado laboral: mujeres de más de 45 años, con situaciones familiares difíciles y formación escasa. Han resultado ser unas empleadas fantásticas, sobre todo, por su entusiasmo.»