

DOSSIER DE PRENSA

AQUÍ TE LO CONTAMOS TODO:
CON TRANSPARENCIA

MAL FER ida



COLA



CON INGREDIENTES
NATURALES

0% AZÚCAR
AÑADIDO



El refresco de cola sin secretos

Malferida cierra su primera ronda de inversión en 24 horas y debuta en gran consumo con un nuevo posicionamiento.

- Malferida, el refresco de cola natural y sin azúcar, cierra su primera ronda de financiación en menos de 24 horas creando listas de espera.
- La start up, en fase pre-seed, conquista a más de 48 inversores en Startupxplore, suscribiendo hasta el 125%.
- Una inyección de capital que ha sido fundamental para acelerar el crecimiento en gran consumo, ampliar el equipo, invertir en tecnología y apostar por alternativas más saludables con un producto responsable.

Malferida es el refresco de cola conocido por haber nacido para homenajear la historia de una población valenciana, Aiello de Malferit, de donde se cree originaria la conocida marca de cola estadounidense, pero que después de 3 años desde su nacimiento, se ha consolidado en el mercado tras lograr cerrar su primera ronda de inversión en menos de 24 horas, hecho que ha posicionado a la firma en un lugar destacado en el sector de los refrescos de cola, con una clara apuesta por el concepto natural, bajo una filosofía propia y unos valores muy claros, con el objetivo de crear una marca que transforme el sector en pro del cuidado de la salud.

Y es que, como cuenta la leyenda, en dicha población 3 amigos se juntaron en una destilería para sacar la primera bebida de cola utilizando como base la nuez de cola. Tras bautizarla con el nombre de Kola-Coca, en el año 1882 la presentaron a unos productores en Filadelfia (EE.UU.) quienes, interesados en el producto, compraron la patente, y este refresco valenciano se perdió en el olvido, al poco que aparecía la conocida firma en el mercado.

La ronda de inversión se ha llevado a término en fase pre-seed, conquistando a más de 48 inversores en Startupxplore y suscribiendo hasta el 125%, el máximo que permite la regulación, y generando listas de espera. Esta plataforma de financiación participativa ofrece oportunidades de inversión en startups de alto potencial, con el objetivo de maximizar la rentabilidad y minimizar el riesgo de sus usuarios inversores, a través de una cartera bien balanceada y diversificada de inversión en startups de calidad.

Según destaca Lucía Mompó, CEO y fundadora de Malferida: “Esta entrada de capital nos va a ayudar a seguir creciendo y consolidar nuestra presencia en el canal horeca y en el comercio local y de proximidad, pero, sobre todo, va a suponer un punto de inflexión para acelerar nuestro crecimiento en el mercado de gran consumo. Además, ha sido fundamental para poner en marcha una estrategia que ha hecho crecer un proyecto que nació para homenajear una historia y a los antepasados que la crearon, hasta con-

vertirlo en un modelo de negocio propio apostando por sectores clave como la salud, la responsabilidad y la transparencia. Por eso nos gusta señalar que nuestra fórmula no es secreta es simplemente natural”.

Las actuales tendencias en el sector señalan la necesidad que tiene el consumidor de optar por alternativas naturales y saludables, en una categoría que representa un importante volumen de ventas, y con una clara tendencia de consumo hacia los refrescos libres de azúcar.

En este sentido, la inversión llega en un momento idóneo propiciando que Malferida debute en gran consumo con un nuevo posicionamiento basado en la necesidad de optar por opciones más saludables, sin renunciar al placer, promoviendo un modelo de actuación que apuesta, firmemente, por la transparencia con el producto, el origen y el entorno social y siendo responsable con el cuidado del planeta, con exigencia ética.

Así pues, Malferida reivindica su fórmula natural para convertirse en el refresco de cola sin secretos, con un producto elaborado con ingredientes naturales como la nuez de cola, recuperada de la antigua receta, que le da el sabor original y que, además, funciona como estimulante natural al contener cafeína, sin tener que añadir ningún ingrediente estimulante; un producto apto para veganos, vegetarianos, celíacos y diabéticos, ya que está libre de azúcar al estar endulzada con Stevia natural.

Además, Malferida cuenta, desde el inicio, con el aval que aportan certificados como Kilómetro Cero España®, una certificación de calidad, proximidad y sostenibilidad, que reconoce que la firma actúa con un compromiso real y evidente día a día para cambiar el mundo.

En esta nueva etapa, la marca ha iniciado su andadura en el mercado nacional de la mano de la empresa Jessel Trader, compañía con más de 20 años de experiencia en el sector alimentario, que se ha convertido en partner estratégico y colaborador en la gestión integral del proyecto aportando soluciones a medida en distintas áreas del negocio, como la implantación y comercialización del producto en los lineales, así como en las áreas de marketing y comunicación.

Actualmente, la firma está presente en el canal horeca en ciudades como Valencia, Castellón, Alicante, Murcia, Barcelona y Madrid, en más de 500 puntos de venta. Además de poder comprar el producto en su propio site: www.malferida.com

Aunque ha sido el paso a la gran distribución lo que ha supuesto un punto de inflexión para la firma, ya que actualmente, el producto se comercializa en Carrefour Hipermercados Comunidad Valenciana, ALDI Supermercados Zona Levante y nacional, así como en las tiendas Ametller Origen de Cataluña, donde se obtienen productos que garantizan sabor y calidad desde el origen.

Tras esta primera fase de expansión en el mercado nacional, la firma abordará la expansión internacional con una estrategia orientada a destacar y priorizar el origen español del producto, asociando a la marca los valores positivos que tiene nuestro país.

Para ampliar información:

Responsable de medios / Rosana Alcayde / rosana@rosanaalcayde.com / 670 27 72 08.

Índice

- Historia de la empresa.

Cómo nace

- Las raíces de MALFERIDA: quién hay detrás de la empresa.

- MALFERIDA presente y futuro.

Qué es.

Filosofía.

Qué encontrarás en cada refresco de Malferida.

Dónde puedo comprar Malferida.

Contexto actual y datos del sector.

Datos sobre consumo.

Futuro.

- Beneficios del producto.

- Compromiso social.

- Conceptos clave.

- Datos de contacto



Historia de la empresa

En Malferida nos mueve el cuidado de la salud, por eso utilizamos ingredientes naturales y sin azúcar para su elaboración, estamos comprometidos con el entorno local y de proximidad, por lo que nos avala la certificación "Kilómetro Cero España®", y ayudamos a cambiar el mundo con un producto responsable.

Malferida es el refresco de cola para un consumidor más inquieto, rebelde y auténtico, hartos de lo establecido

Malferida es el refresco de cola sin secretos porque nuestra fórmula es natural

Si deseas conocer más sobre Malferida, aquí te lo contamos todo:

CON TRANSPARENCIA.

CÓMO NACE

Malferida nace en 2018 y pocos meses después de su lanzamiento se incorpora al programa de Lanzadera, la aceleradora e incubadora de startups impulsada y apoyada por Juan Roig, presidente de Mercadona. 3 meses después, Malferida está disponible en más de 100 puntos de venta de la Comunidad Valenciana.

Desde entonces, Malferida ha ido sumando hitos que le han hecho estar presente en numerosas localidades de la Comunidad Valenciana, ampliando su distribución durante el año 2019 hasta Barcelona y Madrid.

Durante el año 2020 da el salto al canal online. La apertura de este nuevo canal obliga a diseñar una estrategia de venta diferente y apropiada, con el fin de potenciar la venta en el e-commerce. Y, paralelamente, la firma inicia su andadura en la gran distribución con presencia del producto en los supermercados Carrefour de la Comunidad Valenciana.

Pero es en 2021 cuando Malferida da el salto a la distribución en el mercado nacional de la mano de ALDI.

A partir de este momento Malferida pasa a competir en un mercado potencial, con los principales competidores de refrescos de cola.

Para ello, actualmente Malferida se encuentra inmersa en un proceso de transformación estratégica, pero sin perder la esencia y su historia de cómo nació.

Actualmente Malferida se posiciona en el mercado como el refresco de cola natural y sin secretos, teniendo la transparencia como su principal eje y filosofía de empresa.



Las raíces de Malferida:

Quién hay detrás de la empresa

Cuenta la leyenda que en Aiello de Malferit (población de la Vall D'Albaida, en la Comunidad Valenciana) es el pueblo donde nació la Coca-Cola, donde 3 amigos se juntaron en una destilería para sacar la primera bebida de cola valenciana utilizando como base la nuez de Kola.

Tras bautizarla con el nombre de Kola-coca, en el año 1882, la presentaron a unos productores en Filadelfia (EE.UU.) quienes, interesados en el producto, compraron la patente, y este refresco valenciano se perdió en el olvido.

Esta historia ha estado siempre presente en las reuniones familiares de Lucía Mompó, una joven de 24 años, alma mater, creadora y CEO de Malferida.

Lucía estudió Administración y Dirección de Empresas, ADE, en la Escuela de Empresarios EDEM de Valencia. A la hora de poner en práctica la teoría de las clases, decidió entrar en 'Lanzadera', la aceleradora e incubadora de empresas de Juan Roig, donde pudo convertir en realidad su primer negocio: Malferida, que, en un primer momento, nació para homenajear esta historia y a los antepasados que la crearon.

Así pues, Malferida nace de una historia, pero después de 3 años se consolida como empresa a la que le mueve la ilusión por ser un motor de cambio, con el objetivo de lograr un mundo mejor.

Por ello, en Malferida reivindicamos la necesidad de optar por opciones naturales y saludables, apostando por ser responsables allá donde estemos, apoyando un comercio de proximidad y formando parte de las empresas que quieren dejar un impacto positivo en el mundo.

Por eso nos presentamos como empresa TRANSPARENTE que apuesta por ingredientes naturales, que promueve el comercio de proximidad y apoyo de lo local, y que se implica en políticas sociales con el entorno. Para poder decir abiertamente que:

"Nuestra fórmula no es secreta es simplemente natural"



En el camino le acompaña la empresa Jessel Trader, partner estratégico de Malferida y colaborador en la gestión integral del proyecto aportando soluciones a medida e innovadoras en distintas áreas del negocio como comercial, marketing y comunicación. Jessel Trader ofrece internacionalización de empresas con un modelo trader implantando la comercialización del producto en los lineales de los principales distribuidores a nivel mundial. www.jesseltrader.com



Malferida: presente y futuro

Malferida: "El refresco de cola sin secretos"

-presente y futuro-

Desde su nacimiento Malferida irrumpe en el mercado de los refrescos de cola con el objetivo de romper con lo establecido y de hacer las cosas a su manera, bajo una filosofía y unos valores muy claros: crear un refresco de cola que fuera más allá, con el objetivo de hacer crecer y consolidar una marca capaz de transformar el sector en pro del cuidado de la salud.

Desde su creación, Malferida apuesta por el concepto natural, ayudando a impulsar un movimiento positivo del que ya eran partícipes otras empresas de diversos sectores, y que se estaba imponiendo entre los consumidores actuales.

Teniendo en cuenta el contexto actual, la innovación en el sector de los refrescos gira en torno a la salud, incrementándose la demanda de referencias sin o con bajo valor calórico. Y, en concreto, en el sector de los refrescos de cola se impone, con claridad, el vector funcional y saludable.

El consumidor actual demanda salud, por ello, se incrementa la demanda de productos naturales y con mínimo impacto en el planeta, pero sin dejar a un lado el placer.

Atendiendo a las principales tendencias del sector las podemos agrupar en:

ALIMENTACIÓN SALUDABLE

- LA SALUD UNA PREOCUPACIÓN AL ALZA: 6 de cada 10 consumidores están dispuestos a gastar más dinero en alimentos saludables (Fuente: Confianza del consumidor segundo trimestre 2020 Nielsen Real Food).
- LA ALIMENTACIÓN BIO GANA ADEPTOS.
- EL CONSUMIDOR DEMANDA AUTENTICIDAD Y TRANSPARENCIA. Al consumidor le influye la transparencia en el etiquetado (51%) y compra en función de otros valores, más allá de la calidad o el precio (80%). (Fuente: estudio de Nielsen marcas con valores).

SOSTENIBILIDAD

- Los consumidores desean reconstruir para mejor y buscan que las marcas los ayuden a hacer de este un mundo más limpio, sano, resiliente y equitativo.

NUEVOS HÁBITOS DE COMPRA

- El consumidor demanda alternativas a la alimentación clásica.
- Un consumidor cada vez más sensible: compra en proximidad, tiene preferencia por el producto local y apoya a la economía local (fuente: Nielsen shopper trends).
- Un consumidor más inquieto y rebelde, harto de lo establecido.
- Un consumidor más reflexivo que prioriza productos con un valor añadido para la salud y el bienestar.

Teniendo en cuenta dichas tendencias, sin duda, Malferida responde a las demandas actuales de los consumidores, ocupando un lugar donde la NATURALIDAD, LA SOSTENIBILIDAD Y LA TRANSPARENCIA son los ejes que motivan a la marca a servir como motor de cambio en el mundo.

QUÉ ES

MALFERIDA ES EL REFRESCO DE COLA SIN SECRETOS, ELABORADA CON INGREDIENTES NATURALES, QUE APUESTA POR LA TRANSPARENCIA PARA HACER DEL MUNDO UN LUGAR MÁS SALUDABLE DONDE VIVIR.

En Malferida hemos revolucionado el mundo de los refrescos de cola, para poder decir alto y claro que existe un REFRESCO DE COLA NATURAL para compartir y celebrar la alegría de vivir.

FILOSOFÍA

"TE VAMOS A DECIR LO QUE HACEMOS, TE VAMOS A CERTIFICAR LO QUE DECIMOS" para abordar, con transparencia, cada paso que damos.

TRANSPARENTES EN LA NATURALIDAD:

"Nuestra fórmula no es secreta es simplemente natural". Porque queremos que conozcas y seas consciente de lo que estás consumiendo mientras disfrutas del sabor y el placer de una Malferida. En nuestro etiquetado y cada canal de comunicación de la firma, se detallan los ingredientes de Malferida.

TRANSPARENTES EN EL ORIGEN:

Ayudamos al comercio local y a los proveedores, para obtener un producto responsable hecho 100% en Valencia.

En este sentido, Malferida cuenta con el sello KMO®, por ser un producto artesano y de carácter local 100%, que impulsa la economía y la alimentación responsable, como garantía de un mundo comprometido con el medio natural.

TRANSPARENTES EN EL IMPACTO SOCIAL EN EL MUNDO:

Cuidamos de nuestro planeta y de las personas, informando a nuestro entorno de cada paso que damos.

¿QUÉ ENCONTRARÁS EN CADA BOTELLA DE MALFERIDA?

En Malferida reivindicamos la necesidad de optar por alternativas naturales y saludables, apostando por ser responsables allá donde estemos, apoyando un comercio de proximidad y formando parte de las empresas que quieren dejar un impacto positivo en el mundo.

0% AZÚCAR AÑADIDO: ENDULZADA CON EDULCORANTE NATURAL STEVIA

ELABORADA CON DE NUEZ DE COLA.

CONTIENE CAFEÍNA NATURALMENTE PRESENTE EN LA NUEZ, SIN AÑADIDOS. CAFEÍNA NATURAL 100%.

SIN CONSERVANTES.

APTA PARA CELIACOS, VEGANOS Y DIABÉTICOS

KILÓMETRO CERO ESPAÑA® ES UNA CERTIFICACIÓN DE CALIDAD, PROXIMIDAD Y SOSTENIBILIDAD



Por eso podemos decir que:

**NUESTRA FÓRMULA NO ES SECRETA
ES SIMPLEMENTE NATURAL**

DÓNDE SE PUEDEN COMPRAR MALFERIDA

Malferida se puede encontrar en del propio site de la marca: www.malferida.com

Además, actualmente, la marca está presente en el canal HORECA en ciudades como Valencia, Castellón, Alicante, Murcia, Barcelona y Madrid, en más de 500 puntos de venta. (Consultar listado: <https://malferida.com/puntos-de-venta/>)

El paso a la gran distribución ha supuesto un punto de inflexión para la firma. Hoy Malferida se comercializa en: Carrefour Hipermercados Comunidad Valenciana y ALDI Supermercados Zona Levante y nacional.

Y, desde octubre de 2021 Malferida estará disponible en las tiendas Ametller Origen de Cataluña, donde se comercializan productos que garantizan sabor y calidad desde el origen.

CONTEXTO ACTUAL y DATOS DEL SECTOR

¿UNA SEGUNDA OPORTUNIDAD PARA CREAR UN MEJOR FUTURO?

En este sentido las principales tendencias globales de consumo y según el informe realizado por Euromonitor Internacional, empresa de investigación de mercado global que proporciona inteligencia estratégica sobre industrias, economías y consumidores en todo el mundo, se pueden resumir en que los consumidores demandan que las empresas se preocupen de algo más que sus ingresos y que los negocios no se perciban como una entidad orientada al logro de utilidades.

Luego de la COVID-19, proteger la salud y los intereses de la sociedad y del planeta es la nueva expectativa para reconstruir un mejor futuro. Las empresas deben ayudar a dar una nueva forma al mundo de manera más sostenible, liderando el desplazamiento de una economía centrada en el volumen a una centrada en el valor, y un cambio de rumbo hacia la lucha contra las desigualdades sociales y el daño ambiental.

- El 69% de los profesionales espera que los consumidores se preocupen más por la sostenibilidad que antes de la COVID-19.
- El 50% de los profesionales creen que a sus empresas son impulsadas por un propósito.
- El 29% de los consumidores está involucrado activamente en temas políticos y sociales.

CONTEXTO ACTUAL RELACIONADO CON EL SECTOR DE LOS REFRESCOS

- El consumidor actual busca: calidad, salud, conveniencia y sostenibilidad.
- Las principales tendencias del sector se centran en:

- Salud sin dejar de lado el placer.
- Productos naturales con mínimo impacto en el planeta.
- Nuevas texturas y formatos innovadores.
- Desarrollo de nuevos productos, sabores inusuales y fusión de bebidas.

El mercado de refrescos sufrió en el canal hostelería a lo largo de 2020, registrando incluso una peor evolución que el ya de por sí dañado sector de bebidas en conjunto. Las ventas de bebidas refrescantes se situaron en 3.411,3 M€ (-18,4%) para un volumen comercializado de 2.982,4 MI (-11,2%) en el año móvil finalizado en marzo de 2021, según datos de la consultora Nielsen (Informe de Alimarket):

- En el ángulo del producto, la innovación gira en torno al vector saludable y apunta a referencias de mayor valor añadido con rasgos diferenciadores que estimulen el consumo.
- Se acentúa la demanda de referencias sin o con bajo valor calórico, que en refrescos con sabor cola tiene su máximo exponente.
- Como eje transversal a todas las propuestas del mercado de refrescos, subyace el vector sostenible, la preocupación de las marcas por reforzar la sostenibilidad de toda su cadena de valor.

DATOS ACTUALIZADOS DEL SECTOR EN RELACIÓN AL CONSUMO DE REFRESCOS DE COLA

- Volumen de mercado: nos encontramos ante una categoría de gran dimensión.

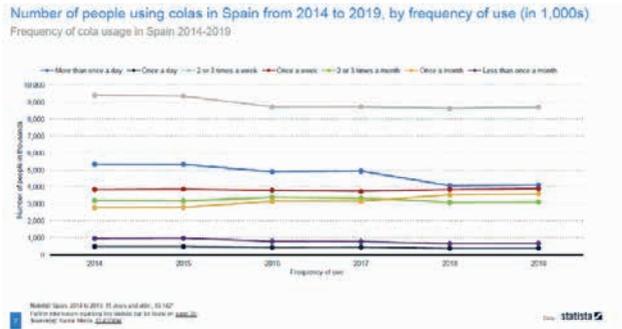
Reparto de las ventas de las principales categorías de refrescos en retail en 2020 (1)

	Valor (M€)	% Variación	Vol. (MI)	% Variación
Colas	1.172,4	9,0%	1.182,0	5,8%
Refrescos con Gas	296,6	-5,7%	392,7	-2,9%
Bebidas Isotónicas/Energéticas	308,1	-1,3%	211,3	-5,4%
Bebidas Funcionales	160,3	-9,8%	160,1	-7,9%
Gaseosas	44,3	6,0%	132,7	4,6%
Bebidas de Té	93,8	5,0%	112,7	3,3%
Refrescos sin Gas	72,6	-1,1%	101,5	5,2%
Tónicas	105,2	10,0%	63,7	5,6%
Bitters	19,0	7,9%	7,4	-6,1%

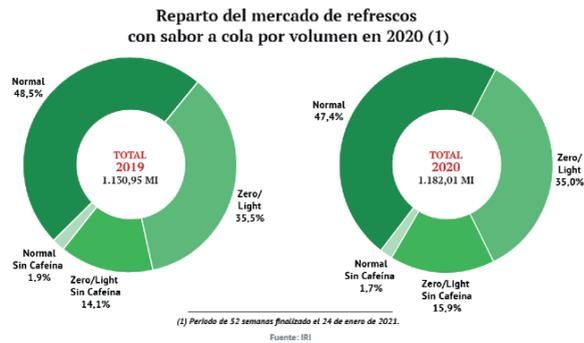
(1) Periodo de 52 semanas finalizado el 24 de enero de 2021

Fuente: IRI

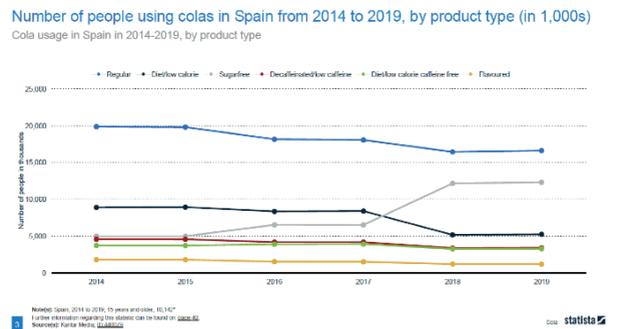
- Comportamiento del consumidor: Una categoría en la que, en 2019, 4.100.000 personas la consumieron más de una vez al día.



- Reparto del mercado en relación al sabor: clara tendencia de consumo hacia la cola zero.



- Número de personas consumidoras de refrescos de cola 2014-2019 por tipo de cola: La "sugar free" da un salto enorme en 2018 y en 2019 llega a los 12,5 millones.



FUTURO

Malferida, ha cerrado su primera ronda de financiación en menos de 24 horas, creando listas de espera.

La startup, en fase pre-seed, ha conquista a más de 48 inversores en Startupxplore, sobrescribiendo hasta el 125%, el máximo que permite la regulación.

Esta inyección de importante capital ha sido fundamental para acelerar el crecimiento de la empresa, ampliar el equipo, e invertir en tecnología e innovación.

Tras esta primera ronda de inversión Malferida debuta en gran consumo con un nuevo posicionamiento, con el fin de consolidarse en el segmento de los refrescos de cola naturales y responder, así, a las demandas de los consumidores, con una fuerte apuesta por el cuidado de la salud, desde la transparencia, y con un producto responsable.

Gracias a esta inyección de capital, ahora la empresa trabajará para consolidarse en España e iniciar el camino hacia el mercado internacional.

COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN INTERNACIONAL

La marca ha iniciado su andadura en el mercado nacional de la mano de Jessel Trader, empresa con más de 20 años de experiencia en el sector alimentario, que se ha convertido en partner estratégico y colaborador en la gestión integral del proyecto aportando soluciones a medida e innovadoras en distintas áreas del negocio como comercial, marketing y comunicación. Jessel Trader ofrece internacionalización de empresas con un modelo trader implantando la comercialización del producto en los lineales de los principales distribuidores a nivel mundial.

Actualmente, Malferida está presente, con un posicionamiento afianzado, en la restauración y en tiendas de conveniencia, así como con la comercialización del producto a través de la página web de la firma: www.malferida.com

Mas allá de su comercialización en dichos canales, la marca está implementando un plan comercial con un nuevo posicionamiento, con el fin de estar presente en las grandes superficies, abordando una primera fase de expansión en el mercado nacional para, posteriormente, dar el paso hacia un mercado internacional con una estrategia orientada a destacar y priorizar el origen español del producto, asociando a la marca los valores positivos que tiene nuestro país.

COMPROMISO SOCIAL

Malferida reivindica la necesidad de optar por opciones saludables.

En definitiva, en Malferida reivindicamos la necesidad de optar por alternativas naturales y saludables e ir mejorando y apostando por ser responsables allá donde estemos, formando parte de las empresas que quieren dejar un impacto positivo en el mundo.

Desde nuestro nacimiento tenemos un claro compromiso con el cuidado de la salud, y la ayuda al comercio local. Nuestra innovación consiste en haber creado un refresco de cola artesano y de carácter local, homenajeando nuestras raíces, con el fin de impulsar la economía y la alimentación responsable. Por eso estamos certificados como producto de KM 0.

Además, queremos ser reconocidos como empresa que tiene un compromiso real y evidente, y que actúa día a día para cambiar el mundo con un producto responsable y transparente con el entorno.



Beneficios del producto

Cuida tu salud sin renunciar a todo lo bueno de un refresco, con un proyecto de comercio de proximidad con la comunidad, y juntos cambiaremos el mundo con un producto responsable y transparente.

Malferida reivindica la necesidad de optar por opciones saludables y evitar las principales marcas comerciales que, en su mayoría, abusan de ingredientes perjudiciales para la salud.

Principales beneficios del producto:

- 0% Azúcar añadido.
- Producto elaborado con ingredientes naturales y libre de azúcar.
- Apto para veganos, vegetarianos, diabéticos y celíacos
- Un refresco de cola creado a base de la nuez de cola, recuperada de la tradición y de nuestra historia.
- Contiene estimulante natural, ya que la cafeína se encuentra de forma natural en la nuez de cola.
- Envases reciclables.
- Hecho en Valencia. Un proyecto de comercio justo con la comunidad.
- Comprometidos con hacer de este mundo un mundo mejor.

Compromiso Malferida

Nacimos con el compromiso de homenajear la historia de nuestros antepasados, y con el objetivo de poder ser un refresco de cola hecho con ingredientes naturales, con el deseo de poder compartir momentos de placer sin olvidar lo importante que es cuidar nuestra salud.

Pero Malferida se ha convertido en mucho más que un refresco de cola natural. Nuestra filosofía de negocio, y de vida, está orientada hacia la transparencia con nuestro entorno, por lo que, no solo queremos decir lo que hacemos, queremos ir más allá, por eso:

DECIMOS LO QUE HACEMOS, CERTIFICAMOS LO QUE DECIMOS

TRANSPARENTES EN EL ORIGEN y CON EL IMPACTO SOCIAL EN EL MUNDO

Desde el inicio estamos comprometidos con la posibilidad de hacer crecer el entorno local y de proximidad. Nos avala la certificación "Kilómetro Cero España", una certificación de calidad, proximidad y sostenibilidad. Además, los productores KMO[®] apuestan decididamente por los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) como garantía inequívoca para un mundo comprometido con el medio natural.

TRANSPARENTES CON EL ENTORNO SOCIAL

En este sentido, actualmente continuamos avanzando con nuestro objetivo de convertirnos en una empresa comprometida socialmente 100% con el entorno y con el cuidado del planeta.

Conceptos clave

Una breve explicación de 2 de los ingredientes naturales clave de Malferida, recuperados de la receta original:

NUEZ DE COLA

La nuez de cola es el fruto de una especie de árbol perteneciente a la familia de las malváceas, libera lentamente cafeína, por lo que presenta un efecto estimulante más suave que el café; sin embargo, también se alarga el tiempo de eliminación de esta cafeína, lo que potencia el efecto.

La nuez de cola funciona como estimulante natural, eso se debe a que las nueces contienen cafeína y teobromina, sustancias que también se encuentran de forma natural en el té, el café y el chocolate. La nuez de cola es originaria de África Occidental, mide unos 5 centímetros de largo y es verde. El fruto de su interior es rojizo o blanco.

CAFEÍNA NATURAL

No utilizamos ningún ingrediente añadido para lograr el efecto estimulante, tan característico de los refrescos de cola, ya que Malferida lo obtiene de manera natural. La propia nuez de cola funciona como tal, de esta forma, no necesitamos añadir ningún ingrediente que lo potencie.

Por tanto, la cafeína presente en Malferida es NATURAL 100%.

Para conocer la empresa www.malferdida.com

/Personas de contacto/

Domingo Pérez. Responsable de medios.

Teléfono: 96 026 23 76

/Ubicación/

Distribución y comercialización



C/ Mallorca, 2

46109 Ribarroja del Turia

(Valencia)

/Prensa/

Si necesitas ampliar la información:

Rosana Alcayde

670 27 72 08

rosana@rosanaalcayde.com

www.rosanaalcayde.com

¡SÍGUENOS EN REDES SOCIALES!

