



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](http://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](mailto:rosana@rosanaalcayde.com) / 670 27 72 08.