

# Coffee Center presenta 'Alma Binatural'

Patricia Alcubilla

La gerundense Coffee Center acaba de presentar '**Alma Binatural**', una familia de **preparados a base de tés, infusiones y tisanas**, comercializados en bolsas doypack, y con contenido para la preparación de hasta 2 litros de estas bebidas ecosaludables.

Estos preparados salen al mercado con **cuatro sabores** -Darjeeling&lemon (con sabor a limón y miel y altas propiedades antioxidantes, estimulantes y diuréticas), hibiscus (a base de la flor del hibiscus, que aporta vitamina C, calma la sed, hidrata la piel y es digestiva y antioxidante), herbal relax (una mezcla de hierbas perfumadas y propiedades relajantes) y rooibos citrus (con notas de limón, naranja y mandarina, aporta vitaminas, minerales y antioxidantes)-, todos ellos, elaborados a partir de una infusión de estas hierbas a la que se ha eliminado el agua para añadir posteriormente azúcar de caña y miel como conservante y colorante natural de la mezcla, que solo precisa de agua mineral para recuperar todas sus propiedades y poder ser consumido.



En su desarrollo y lanzamiento, **la firma ha invertido alrededor de 100.000 €**, empleados tanto en I+D como en el diseño de los dispensadores en los que se presentan para el canal hostelero, al que se dirige de forma exclusiva en la actualidad, si bien, su intención es también posicionarse en el lineal de refrescos a corto plazo, de ahí que ya prepare nuevas variedades y formatos que podrían ver la luz en 2016.

Con este lanzamiento, Coffee Center **consolida su oferta en tés e infusiones, agrupada bajo la enseña 'Alma'**, que creció en el último ejercicio alrededor de un 20%, hasta los **2,4 M€**, con 10 M ud comercializadas. Todo ello, gracias a un catálogo en el que figuran más de 58 referencias, de las cuales, el 90% son de carácter ecológico, para su venta tanto en hostelería como en espacios de retail (tiendas tradicionales, gourmet, o espacios gourmet de cadenas de distribución como Carrefour, Sorli, Supermercats Montserrat y Supermercats Jodofi), y tanto en España como en el exterior, exportando actualmente alrededor del 26% de su producción de tés/infusiones.

## Nuevas variedades de monodosis

Estos nuevos preparados de bebidas ecológicas no es la única novedad de Coffee Center, que **ha puesto recientemente en el mercado también una nueva familia de monodosis tipo cialda** de orígenes seleccionados (Kenia, India, Colombia y Guatemala), a las que se une una variedad ecológica. Éstas se suman a las referencias que Coffee Center ya comercializaba desde 2013 (espresso, descafeinado, Colombia) para establecimientos de hostelería de baja rotación de público. Como se recordará, el lanzamiento de éstas supuso el pistoletazo de salida al proyecto de la gerundense de **introducción en la categoría de unidosis, que contó con un presupuesto de 500.000 €** tanto para I+D como para la incorporación de nueva maquinaria de envasado en monodosis blandas y cápsulas compatibles con Nespresso, estas últimas, para el canal retail. En total, **la división cafetera logró una facturación en el último ejercicio de alrededor de 3,6 M€, con 220 t comercializadas** principalmente en España, si bien la exportación supuso el 15% de sus ingresos por la venta de café, tras la entrada en Inglaterra, Alemania y Polonia.

Junto con el café y las infusiones, el catálogo de Coffee Center se completa con un amplio surtido de productos para hostelería y tiendas delicatessen compuesto por granizados, smoothies, zumos, mojitos, cremas, chocolates, azúcar ecológico u horchatas, que comercializa con las enseñas 'Top Fruits', 'Cremalia', 'Ciocolat', 'Silver Ice', 'Horxatina' y 'Ratafiarium'.

Titulares Última Edición Impresa

Últimas noticias del sector