Entrevista al CEO Nacho Alonso

Actualidad Empresarial | 30/10/2023 | 00:00

El consumo de productos saludables y respetuosos con el medioambiente se ha convertido en los últimos años en una prioridad para muchas personas.

En este contexto, marcas como Moon Drinks se han convertido en una referencia gracias a la creación de bebidas que combinan estas dos características.

La motivación por mejorar la calidad de vida de las personas y promover un cambio favorecedor para el planeta permitió llevar al mercado un refresco saludable y un tiempo después, una bebida energética saludable. Nacho Alonso, CEO de Moon Drinks, profundiza a continuación en los detalles de este viaje que les llevó a la creación de las “bebidas perfectas”.

¿Cómo surgió la idea de crear Moon Drinks y cuál es la historia detrás de su fundación?

Nos encantaban los refrescos, pero estábamos hartos de no encontrar uno saludable y respetuoso con el planeta y decidimos hacerlo nosotros mismos, la mejor manera de predecir el futuro es creándolo.

Moon Water, la primera bebida que sacó la marca, utiliza azúcar natural de la fruta y sirope de agave en su formulación.

¿Qué les impulsó a utilizar estos ingredientes y cómo contribuyen a la salud de quienes consumen sus productos?

Teníamos muy claro que solo queríamos utilizar los mejores ingredientes, nada de azúcares refinados, ni edulcorantes artificiales por lo que consultando con nuestro equipo de nutricionistas y tecnólogos de los alimentos, decidimos que la mejor forma de conseguir endulzar nuestra bebida de forma natural y obtener un sabor muy agradable, era utilizando ingredientes naturales y ecológicos.

Uno de los desafíos en la industria de las bebidas saludables es ayudar a los consumidores a diferenciar entre lo saludable y lo que no lo es. ¿Cómo abordan esta cuestión y qué estrategias emplean para comunicar de manera positiva la información sobre sus productos?

Es una batalla muy complicada porque hay una verdadera “intoxicación” de información, el

consumidor cree que una bebida por ser light o cero es saludable y normalmente es todo lo contrario, ya que utilizan edulcorantes, colorantes o conservantes artificiales. Nosotros investigamos mucho sobre el tema, contratamos a un equipo de nutricionistas y tecnólogos de los alimentos y decidimos seguir sus recomendaciones junto a las de la OMS a la hora de calcular las calorías o los ingredientes de nuestros productos, por último decidimos que para elevar la calidad de nuestras bebidas, tenían que ser ecológicas.

¿Cuál considera que es la característica más innovadora de Moon Drinks en términos de sabores e ingredientes, y cómo se diferencian de las bebidas tradicionales en el mercado?

Hemos logrado crear una combinación de sabores muy atractivos y comerciales nada tradicionales: Mango&Mandarina, Lima&Jengibre, Mora&Agrándanos y Naranja sanguina&Granada, además de tener una burbuja muy fina, divertida y agradable al paladar, somos bajos en calorías y con ingredientes ecológicos, no existe otro producto con estas características en el mercado.

Hace unos meses, lanzaron Moon Mate, una bebida energética saludable. ¿Puede hablarnos sobre la inspiración detrás de esta bebida y cómo se alinea con su misión de mejorar la salud de las personas?

Nos ha costado más de un año el desarrollo de este proyecto, detectamos que el consumo de bebidas energéticas crecía muy rápido y que el consumidor era cada vez más joven y nos propusimos el reto de crear una alternativa saludable, como con Moon Water, nos pusimos manos a la obra y buscamos una fuente de energía natural. Hace años viajaba mucho a Argentina y en el bar en el que desayunaba había un cartel que decía «YERBA MATE, la bebida de los DIOSES, tiene la fuerza del café, las propiedades del té verde y la euforia del chocolate», así que tuve claro cuál sería el ingrediente principal. A la hora de calcular la cantidad de cafeína, procedente del extracto de café verde, seguimos las recomendaciones de la OMS. Moon Mate nace con la misma filosofía de Moon Water, crear alternativas más saludables y más respetuosas con el medio ambiente. Ahora puedes tomar una bebida que te proporciona un extra de energía que aumenta tu poder de concentración y disminuye la somnolencia, sin que tengas problemas de sobreexcitación y con ingredientes que afectan a la salud de sus consumidores.

Moon Drinks ya está presente en tiendas como Carrefour y El Corte Inglés Bio. ¿Puede hablarnos sobre su visión y propósito a largo plazo, así como su estrategia para expandir su presencia tanto en España como a nivel internacional?

Queremos democratizar las bebidas ecológicas y ofrecer a los consumidores alternativas saludables, no queremos engancharles a base de azúcar y edulcorantes para que consuman más y más. Nosotros abogamos por un consumo consciente, por eso nuestro envase es de 250?ml, la dosis recomendada para una sola ingesta. No queremos estar solamente en espacios BIO, queremos estar en todos los lugares para que el consumidor decida libremente. Hoy en día los lineales en España están monopolizados por las grandes multinacionales y los productos innovadores, más saludables y sostenibles, están en un rincón, queremos estar en la línea de caja, en los restaurantes de moda y para ello estamos tejiendo alianzas con grandes

distribuidores que cuentan con una gran cartera de clientes.

Fuera de España es más fácil, el consumidor le da más importancia a la calidad y a la composición de los alimentos que al precio, en España es el factor más determinante. Ya estamos en Benelux, Suiza, Catar y cerrando acuerdos con Portugal, Italia, Francia…

Moon Drinks tiene un enfoque claro en tener un impacto positivo en la calidad de vida de las personas y en su bienestar.

¿Puede compartir ejemplos concretos de cómo han trabajado para cumplir con este propósito?

Es muy sencillo, simplemente cambiando tu refresco tradicional o bebida energética por una de nuestras bebidas. Al trabajar exclusivamente con ingredientes naturales, bajos en calorías y ecológicos, contribuimos a mejorar la salud de las personas. Una de las principales causas de la obesidad infantil y de la diabetes son los refrescos azucarados y si hablamos de los perjuicios de las bebidas energéticas podríamos escribir un libro, pero por destacar dos, los expertos aseguran que estas bebidas son las principales responsables del deficit de atención y de sueño en los adolescentes. Galicia va a prohibir su consumo para menores de 18 años a partir de 2024 y muchas otras comunidades se lo están planteando. Además, nosotros solo utilizamos envases de aluminio libres de BPA, en la actualidad uno de los materiales más sostenibles por su poco peso y capacidad de reciclaje; las tres principales multinacionales de refrescos son, según Green Peace, los mayores contaminantes de plástico del planeta.

Para finalizar, ¿qué mensaje le gustaría transmitir a los consumidores y a aquellos que los apoyan en su viaje para llevar Moon Drinks a todos los rincones del planeta?

Nosotros solo queremos que alternativas más saludables y respetuosas con el planeta lleguen al mercado, que estén al alcance de todas las personas para que se decida libremente que consumir. Uno es libre de fumar, pero cuando compra un paquete de tabaco aparece una leyenda que dice “EL TABACO MATA”, en algunos países como Mexico, todos estos refrescos y bebidas energéticas tradicionales están obligadas a poner una advertencia bien grande donde aparece “EXCESO DE CALORÍAS” “EXCESO DE AZÚCARES” o “EXCESO DE CAFEÍNA” luego el consumidor tendrá la última palabra pero será consciente. Mi mensaje sería “CONSUME MENOS PERO CONSUME MEJOR” y lo aplicaría a todos los ámbitos de la vida.

La búsqueda de la excelencia, salud y sostenibilidad son elementos claves para el equipo de Moon Drinks. Es por ello que en su proceso de fabricación, se enfocan en seguir pautas rigurosas y trabajar de la mano de expertos en nutrición que les permitan establecer un estándar de calidad y sabores únicos en sus productos, lo que les ha convertido más que una marca, en un catalizador de cambio y una firma promotora de lo saludable para las personas y el planeta.

Autor: Redacció