

Fecha: 18-05-2026
Medio: Las Últimas Noticias
Supl.: Las Últimas Noticias - Mercado Mayorista
Tipo: Noticia general
Título: Bebidas energéticas para fanáticos de Dragon Ball Z

Pág.: 11
Cm2: 598,0

Tiraje: 91.144
Lectoría: 224.906
Favorabilidad: ☐ No Definida

StrikeOne también tiene barritas y promete nuevas colecciones

Bebidas energéticas para fanáticos de Dragon Ball Z

MELISSA FORNO M.

Obtener visibilidad en almacenes de comunas con distintas realidades socioeconómicas y apelar a la nostalgia de quienes crecieron viendo Dragon Ball Z. Esa es la apuesta de StrikeOne, marca de consumo masivo que tiene la licencia en Chile de la imagen de la serie de animé que plasma en las latas de sus bebidas energéticas y en los envoltorios de sus barritas de proteínas.

Actualmente, ambos productos los distribuye no solo en el canal tradicional, sino también en una cadena de supermercados.

Sebastián Donoso, su gerente general, cuenta que "comenzamos elaborando bebidas energéticas con los personajes principales de Dragon Ball Z y, paulatinamente, fuimos sacando nuevos. Estamos a punto de lanzar otra colección con las licencias de Sonic y One Piece".

Se diferencian de la competencia -dice Donoso- porque todos sus productos son libres de sellos nutricionales y también porque utilizan personajes de series seguidas por niños y adultos que las disfrutaron cuando eran pequeños. "Buscamos ser una firma que ocupa las licencias para generar un tráfico de compras. Hoy contamos con las bebidas energéticas, barritas de proteínas y prontamente tendremos aguas con vitaminas, bebidas de fantasía y una colección amplia de dulces. Todos los productos los elaboramos en Chile, a excepción de los dulces, de esa forma podemos trabajar con laboratorios chilenos que conocen la legislación nacional, para producir una oferta rica, pero sin sellos. Hacer un producto sin azúcar, pero que a un niño le guste, no es fácil", agrega Donoso.

Según este emprendedor, StrikeOne no llegó a quitar un pedazo de la torta que representa el total de ventas sino que a agrandarla. "Hay mucha gente que no consume bebidas energéticas, pero que nos compra para coleccionar las latas para que acompañen sus figuras de animé en el mueble. Hay muchos fanáticos en Chile de Dragon Ball Z, incluso llegan a la locura. Varios tienen tatuado en

sus piernas a Gokú, el protagonista".

¿Las categorías de bebidas energéticas y de barritas tienen éxito en los almacenes?

"Sí, la verdad es que la venta ha sido bien explosiva. Partimos hace dos años y tuvimos problemas de quiebres de stock por la demanda. Hoy hemos abarcado bastante el canal tradicional en regiones, nos preocupamos mucho de partir allí, desde minimarkets hasta botillerías. Comenzamos muy fuerte en el sur y norte de Chile y paulatinamente llegamos a la Región Metropolitana. Trabajamos con más de 180 distribuidores, quienes a su vez venden a los distintos negocios y estamos en más de 3.600 minimarkets en Santiago. A nivel nacional llegamos a 7.500 puntos de venta.

Nuestros productos están en negocios de Lo Barnechea y también de Maipú".

¿Por qué optaron por comenzar fuera de la capital?

"Se piensa que Santiago es Chile y todos parten por acá. Sin embargo, de repente, llegar a los distribuidores y supermercados en la Región Metropolitana es más difícil que hacerlo en el comercio de otras zonas del país, fuera de las grandes cadenas, y están más abiertos a probar productos nuevos. Nos posicionamos allí y luego aterrizamos en Santiago. La estrategia resultó y nos abrió sus puertas una cadena de supermercados en la capital para estar en más de 57 salas de ventas".

¿Se puede decir que las bebidas energéticas y las barritas son categorías transversales socioeconómicas?

"Absolutamente, pero no así la licencia. Dragon Ball Z, que está enfocada en los grupos C3 y D, debido a que en los años noventa, cuando fue el boom de la serie, sus seguidores provenían de familias de mayor esfuerzo, probablemente porque se sentían más identificadas con el mensaje que comunicaba la producción de nunca rendirse o bajar los brazos".

StrikeOne

- Dirección: Pocuro 2378, Providencia.
- Web: www.strikeone.cl
- Mail: ecommerce@strikeone.cl
- Instagram: @strikeone_cl

Todos sus productos son libres de sellos y están presentes en alrededor de 7.500 puntos de venta a nivel nacional, como almacenes y botillerías.



Sebastián Donoso dice que pronto sumarán aguas con vitaminas, bebidas de fantasía y dulces.

Pollo Ganso

"V" Importado • Caja 22 kilos Aprox.

\$ 147.862 + Iva la Caja

Precio Normal de la Caja \$157.102 + Iva

Costillar Cerdo

Importado • Caja 25 kilos Aprox.

\$ 105.000 + Iva la Caja

Precio Normal de la Caja \$126.000 + Iva

Trutro Cuarto

Importado • Caja 15 kilos Aprox.

\$ 21.007 + Iva la Caja

Precio Normal de la Caja \$21.403 + Iva

Por caja tus compras al por mayor son aún más baratas

DOÑA CARNE

Precio Ofertas de Cajas + Iva.
Precio venta por unidad + Iva:
corte entero al vacío (mínimo 5 kilos) y Pollo por caja.
Ofertas válidas hasta el 24/05/26 o hasta agotar stocks.

Bienvenidos tus pagos con tarjeta

Toneladas disponibles:
10 de Pollo Ganso. 15 de Costillar de Cerdo y 15 de Trutro Cuarto.

Locales Mayoristas: Puente Alto/La Florida: Camilo Henríquez 3522 • Cerro Navia: J.J. Pérez 7231 • La Florida: Av. Departamental 0805 • Valparaíso: Rodolfo Phillipi 355 Talca: 1 Sur esq. 12 Oriente y 1 Norte entre 6 y 7 Oriente • Melipilla: Ortúzar 650