



Emprendedores debutan en Copec y Salcobrand con su bebida en polvo para la resaca



Tomás Alvo, Sergio Bravo y Paul Belfus, fundadores de Extra Life.

POR RENATO OLMO

No es un milagro, pero está cerca. Eso dicen los fundadores de Extra Life, una bebida isotónica en polvo en formato sachet que alivia los síntomas de la resaca, con la que acaban de ingresar a Copec y Salcobrand para expandir su llegada a más de mil puntos de distribución en el país.

La empresa fue fundada en 2023 por los ingenieros comerciales de 26 años, Tomás Alvo, Sergio Bravo y Paul Belfus, quienes además son amigos desde el colegio y suman entre tres y cuatro emprendimientos anteriores.

“Cada día después de salir lo típico es comprar alguna isotónica y todos los productos que hay en el mercado se quedan un poco cortos (para aliviar la resaca)”, comentó Alvo.

A principios de 2023 surgió la idea de crear algo en este segmento. Y se potenció con la

■ Ya venden 100 mil unidades mensuales y buscan expandirse fuera del país y entrar al segmento deportivo.

visita desde Estados Unidos del hermano de Alvo, cuya pareja trajo un producto similar al que hacen: una bebida isotónica en formato sachet.

“Me dijo que en EEUU lo tomaban. Lo encontré increíble”, dijo Alvo.

Comenzaron con el desarrollo de marca y la fórmula con un laboratorio internacional y, luego, contrataron a químicos farmacéuticos independientes.

“La parte de importación y requerimientos es súper compli-

cada, nos tomó seis meses. Hay que ir moldeando la fórmula”, comentó Alvo.

En octubre de 2023, comenzaron con la venta. La estrategia fue darse a conocer por redes sociales y canales digitales de distribución, debido a su experiencia previa.

¿Qué los diferencia de otras alternativas? Según Alvo, Extra Life -que se vende en cuatro sabores- tiene tres veces más la cantidad de electrolitos que el resto, añadieron vitaminas del

complejo B y magnesio, que “sirve para aliviar dolores de cabeza, no tiene colorantes y solo cuatro calorías”.

Planes

Tras “mucha perseverancia y varios correos”, se oficializó su llegada a Salcobrand y Copec lo que se traduce en tener presencia en todas las regiones del país, además de estar en las cadenas de botillerías Líquidos y Booz.

Alvo comentó que venden unas 100.000 unidades o sachets mensuales y a fin de año buscan aumentar esa cifra en un 50%.

En lo que resta de año y principios de 2025 estarán enfocados en el desarrollo del producto con nuevas fórmulas y formatos de venta, y en su marca, para “posicionarnos bien y ganar reconocimiento”, afirmó.

En sus planes está entrar a nuevos mercados y segmentos. Tienen propuestas para llegar a Argentina, Colombia, Perú y Uruguay, buscan entrar en farmacias, supermercados, bencineras y un distribuidor mayorista y convertirse “en una marca de hidratación premium para el deporte”, comentó Alvo.