

ONAK, el dentífrico en comprimidos, vende en su primer año 4,2 millones de unidades

[Multimedia](#)

Supera la fidelidad media de las marcas tradicionales y logra el reconocimiento de Premios como Anuaría y DIGA por su innovador packaging sostenible. Celebra estos resultados lanzando un nuevo y disruptivo spot publicitario que recibirá mucha atención en redes sociales

ONAK está rompiendo los clichés de un mercado copado por marcas históricas y asentadas. Y lo está haciendo desde una modesta apuesta por la cercanía a los consumidores finales a quienes se aproxima vía redes sociales y con quienes establece conversaciones en torno a un producto tan innovador como beneficioso para los intereses de quienes se decantan por utilizarlo diariamente en su higiene bucal. Así ha conseguido romper todas sus previsiones y vender más de 4 millones de comprimidos en toda España, estar presente en 130 puntos de venta y hacer que diariamente 23.000 personas se limpien a día de hoy sus dientes con ONAK.

ONAK se comercializa principalmente en farmacias y en establecimientos caracterizados por ofrecer productos sostenibles y elaborados bajo criterios de economía circular. En el marco estratégico de crecimiento de la marca se están estableciendo acuerdos con Clínicas dentales tanto para consumo propio como prescriptivo y facilitador del mismo. ONAK nace en la Cooperativa de científicos i+Med, y la farmacia, clínicas dentales y ámbito científico son el entorno natural de este producto registrado con código nacional de farmacia y con test de uso clínico.

Asimismo y en paralelo, ONAK ha recibido en su primer año de vida varios premios a su decidida apuesta por la economía circular. En este sentido, el producto vasco ha sido distinguido con el [Premio ANUARIA al mejor packaging de España 2023](#) y con el [Premio DIGA a mejor diseño sostenible de 2023](#).

Estos galardones son muy importantes, ha destacado Adrián Iriarte, Project Manager de ONAK, quien subraya, no obstante, que "el mejor de los premios está siendo sin duda la reacción de los consumidores. Se empieza a generar un sentimiento de pertenencia a ONAK, empezamos a ver una comunidad. La actividad en redes sociales y el boca-oreja están siendo fundamentales en provocar semejante efecto. La gente envía fotos del producto en su vida diaria, en sus viajes... Se conversa con nuestros clientes de forma directa por diferentes canales para conocer sus experiencias y es increíble lo que cuentan".

Gracias a la dimensión de ONAK y a esa proximidad producto-cliente se han podido incorporar mejoras en los comprimidos en tiempo récord. "Nos pidieron

nuevas características y al poco pudimos sacar al mercado la fórmula v1.1 y la actual v1.5 y todo manteniendo tecnologías propias e ingredientes naturales. Se está consiguiendo unas valoraciones excelentes e inéditas en el sector", ha manifestado Iriarte.

Nuevo e ingenioso spot

La firma vasca, fiel a la defensa de un mix entre el marketing de contenido y el marketing de guerrilla, ha querido celebrar su primer año y el fenomenal balance resultante con un nuevo spot publicitario donde el humor, el absurdo y las experiencias cotidianas vuelven a ser una constante.

Así, la factura del anuncio, que se titula "ONAK Comprimido", es netamente in house. "Quiere mostrar que es un dentífrico comprimido de vanguardia tecnológica que además es transparente mostrando las instalaciones a la comunidad y farmacias. Mantenemos el mismo espíritu trasgresor de sarcasmo e ironía y esto seguirá en aumento", ha señalado el Project Manager de ONAK.

El Spot se grabó con una cámara Sony A7SIII y un objetivo Sigma Art 35mm el 3 de febrero con la ayuda del propio personal del laboratorio i+Med S.Coop, sito en el Parque Tecnológico de Álava. Se filmó íntegramente en formato vertical pensando y orientado a su consumo en redes sociales, principalmente en Instagram y Youtube. En el rodaje aparece el levantador profesional de piedras alavés, el Harrijasotzaile Julen Díaz. Puede verse en Instagram: onak_dentifrico
