



Mercado

Actualmente Gatorade es el líder indiscutible en la categoría de bebidas deportivas, con una participación líder en el mercado y presencia en casi 50 países alrededor del mundo.

Desde el lanzamiento del producto, la marca se ha preocupado por llevar a cabo exhaustivas investigaciones científicas para mejorar su eficacia, con lo que ha conseguido posicionarse como el mejor producto para rehidratar, reponer y reactivar. Así, se ha convertido en un elemento esencial del mundo del deporte.

Los resultados de Gatorade en gimnasios, canchas y parques se han visto reflejados en la gran cuota de mercado que posee.

Logros

El éxito de Gatorade es una consecuencia directa tanto de su funcionalidad como del cumplimiento de su compromiso de ofrecer el mejor producto rehidratante para los atletas.

Para la marca, el mayor logro consiste en haber mantenido una investigación científica constante a lo largo de más de 35 años, dedicada al apoyo y mejoramiento de la calidad del producto.

En 1988 se estableció en Barrington, Illinois, el Instituto Gatorade de Ciencias del Deporte (GSSI, por sus siglas en inglés), con el fin de realizar investigaciones y difundir sus resultados a través de líderes de opinión y especialistas en ciencias relacionadas con el deporte, como la nutrición y la ciencia del ejercicio. Esta información

ha ayudado durante años a los atletas a entender los mecanismos de la deshidratación, así como las consecuencias que provoca el calor generado por el ejercicio en su desempeño deportivo.

Dentro de las instalaciones del GSSI cientos de atletas de prestigio mundial han sido estudiados para mostrar cómo la deshidratación afecta el desempeño deportivo, lo que ha permitido a Gatorade convertirse en la bebida deportiva preferida por las ligas de deporte profesional en Estados Unidos y el mundo, como la NFL y la NBA, pues ninguna otra bebida cuenta con el nivel de soporte científico que posee esta marca.

Historia

Gatorade debe su nombre al equipo de fútbol americano colegial Gators, de Florida, y al doctor Robert Cade, quien desarrolló una bebida capaz de reponer rápida y efectivamente todo lo que los jugadores perdían mediante el sudor, en 1965. Los resultados de una correcta hidratación no se hicieron esperar, y pronto los Gators fueron conocidos como "el equipo de la segunda mitad", ya que justo en ese periodo cuando dominaban sin problemas a sus contrincantes. Así, triunfaron en el Tazón de la Naranja de 1967, y cuando se entrevistó al entrenador del equipo contrincante para conocer su opinión acerca de por qué los Gators habían ganado, su respuesta fue contundente: "La diferencia es que

Producto

Gatorade es una bebida que, gracias a su óptima formulación con carbohidratos y sales minerales, ofrece una rápida y eficiente rehidratación, así como un mejor desempeño al reponer las pérdidas que sufre el organismo al sudar.



nosotros no tuvimos Gatorade". Actualmente, y desde 1987, cuando un equipo gana el Súper Tazón de fútbol americano de la liga profesional de Estados Unidos, los jugadores victoriosos vacían sobre su entrenador una hielera llena de Gatorade en un gesto conocido como el "Gatorade Dunk". Dicho acto es ahora sinónimo de victoria: deportistas de otras disciplinas en todo el mundo repiten esta acción a manera de celebración.

Actualmente, y desde 1987,

cuando un equipo gana el Súper Tazón de fútbol americano de la liga profesional de Estados Unidos, los jugadores victoriosos vacían sobre su entrenador una hielera llena de Gatorade en un gesto conocido como el "Gatorade Dunk". Dicho acto es ahora sinónimo de victoria: deportistas de otras disciplinas en todo el mundo repiten esta acción a manera de celebración.

Gatorade llegó a México en 1990, cuando el mercado de las bebidas deportivas apenas era un terreno por explorar. Para los deportistas mexicanos, cuyo rendimiento dependía de factores que no tenían en cuenta la correcta hidratación, fue novedoso e impactante escuchar que Gatorade reponía lo que se perdía al sudar, y comprendieron, además, que la deshidratación era un factor clave que hacía disminuir el rendimiento. Esto permitió que el producto tuviera una muy buena acogida en el mercado, y desde entonces la marca ha continuado ofreciendo un producto de alta calidad.



La historia de Gatorade en México se ha basado en una agresiva innovación en los empaques, sabores y líneas de producto, todo con el objetivo de satisfacer las necesidades del consumidor. En 1990, la marca presentó la botella de vidrio de 16 onzas, con una boca ancha que facilitaba la ingesta del líquido, en 3 sabores: naranja, lima-limón y limonada. En 1993 introdujo el PET en presentaciones de 32 y 64 onzas, para situaciones en las que se requería un mayor consumo de líquido.

A lo largo de los años, Gatorade ha lanzado nuevos sabores y presentaciones para seguir dando noticias al consumidor y consolidarse como líder en este mercado.

En el año 2000 Gatorade festejó con el consumidor sus primeros 10 años en México, y para reconocer su lealtad le rindió un homenaje con la primera Edición Limitada Black Ice, que contó con una imagen totalmente diferente e impactante.

Para el 2001 Gatorade lanzó al mercado la línea de sabores Gatorade Fierce, dirigida a jóvenes de 13 a 20 años que buscan productos nuevos y modernos, colores intensos y novedosas sensaciones de sabor.

Al año siguiente la botella de vidrio de 16 onzas fue sustituida por la de PET de 500 ml., que ofrecía una mayor practicidad y portabilidad, y por supuesto más líquido.

Y en el año 2003 la marca introdujo la edición especial Gatorade-NBA para darle una mayor relevancia, y contó con la imagen del mejor jugador de todos los tiempos en esta disciplina: Michael Jordan.

Desarrollos Recientes

En el 2004 Gatorade relanzó la botella deportiva con un diseño más ergonómico, que facilita su uso en situaciones de actividad, y una tapa más grande para mejor salida del líquido. También introdujo al mercado Propel Active Water, la primera marca de agua funcional en México: agua activa con un ligero sabor a fruta natural y 5 vitaminas esenciales, que ayudan a mantener la vitalidad de la gente que hace ejercicio.

Para el 2005 Gatorade introdujo la primera botella deportiva de un litro, con el fin de ofrecer una mayor cantidad de Gatorade a aquellos deportistas que requieren más consumo. Otra innovación de la marca fue Gatorade en polvo, producto listo para preparar: basta agregarle agua. Este mismo año se lanzó la Edición Conmemorativa Gatorade "Homenaje a Tu Pasión", que celebra con el consumidor la afición al fútbol soccer de todos los días.

En el año 2006 lanzó la nueva línea de sabor C3X, con una nueva propuesta de sabores cítricos: los preferidos por el consumidor mexicano. Y para celebrar la Copa Mundial de Fútbol Soccer ofreció dos ediciones limitadas: los jerseys de fútbol, que homenajearon a 6 grandes equipos mundiales, y la edición limitada Platinum, para conmemorar este gran evento, que se celebra cada cuatro años.

Y el 2007 no deja de ser un gran año para la marca, que ha lanzado una nueva presentación para que sus consumidores rindan más: 750 ml. Además, Fierce se renovó para ofrecer a sus consumidores una imagen novedosa, en medios de comunicación innovadores, con el objetivo de alcanzar al segmento de los jóvenes. Como principal noticia de este año, se lanzó al mercado Gatorade Rain, la primera innovación tecnológica a nivel sensorial, con una nueva propuesta de sabor suave, ligero y fresco.



Promoción

Las campañas publicitarias y fuertes promociones llevadas a cabo por Gatorade no sólo cumplen con el objetivo de apoyar la introducción de nuevos productos en el mercado, sino que son una parte esencial de la empresa, ya que es a través de ellas que Gatorade establece un vínculo con el consumidor, transmitiéndole el espíritu de la marca. Este hecho se refleja en sus comerciales de televisión, que presentan un tono emocional muy característico.

Estas campañas involucran a grandes deportistas nacionales y extranjeros, que son reconocidos por su talento y su carrera, pero sobre todo por su compromiso y esfuerzo. Tal es el caso de Michael Jordan, Vince Carter, Derek Jeter, Ronaldinho y Roberto Carlos, además de los atletas mexicanos Rafael Márquez y Eduardo Nájera, que son un destacado ejemplo de perseverancia.

Por otro lado, Gatorade siempre está presente en canchas de juego, pistas, gimnasios y en todo lugar en el que se realice alguna actividad física en la que los deportistas puedan constatar que nada funciona mejor que Gatorade.

Además Gatorade cuenta con un departamento especializado en hidratar a los principales equipos de las ligas profesionales de México de fútbol, béisbol y béisquetbol, el cual realiza pruebas de sudoración para deportistas y proporciona una excelente hidratación en los mejores eventos deportivos profesionales y amateurs de todo el país, como el Maratón de la Ciudad de México, entre otros.

Valores

El ofrecer un producto de alta calidad para lograr el mayor bienestar del consumidor es esencial para la marca, por lo que, día con día, Gatorade refuerza su compromiso con los deportistas para ayudarlos a rendir al máximo. Este compromiso ha sido el que ha llevado a la marca a firmar toda su comunicación con la frase: "¿está en ti?", con lo que plantea un reto para todos aquéllos que comprenden que los resultados se basan en la dedicación, el esfuerzo y la pasión para hacer las cosas.

La pregunta "¿está en ti?" sugiere el llevar dentro de uno mismo el deseo por superar los propios límites, por enfrentar nuevos retos y demostrar que todo lo que está en el interior es la clave del éxito.

La idea de mostrar a los deportistas sudando Gatorade y marcando este sudor con colores refuerza este concepto, al dar constancia tanto de su esfuerzo y dedicación como de la eficacia de Gatorade.



Cosas Que Usted No Sabía Sobre Gatorade

- Algunas personas piensan que Gatorade contiene mucha sal o sodio, mientras que, en realidad, un vaso de Gatorade (240 ml.) contiene la misma cantidad de sodio que una rebanada de pan. Gatorade tiene en su fórmula el balance óptimo de carbohidratos y sales minerales para rehidratar, reponer y reactivar a los deportistas en el campo de juego.
- Gatorade nació en Estados Unidos, en 1965, dentro de una cancha de fútbol americano, donde se ofreció la bebida con el fin de ayudar a los jugadores a prevenir la deshidratación y mejorar su desempeño.
- El primer sabor que se desarrolló para Gatorade fue lima-limón, el cual sigue siendo uno de los más vendidos.