



Mercado

Hot Wheels, la marca líder en la innovación, diseño y producción de autos a escala y pistas de carreras, tiene presencia en más de 150 países y un 100% de reconocimiento de marca entre el público. Desde su lanzamiento al mercado en 1968, los autos Hot Wheels revolucionaron la industria juguetera con una línea de automóviles inspirados en los últimos lanzamientos de Detroit, cuyos ejes de baja fricción lograban desarrollar altas velocidades con una gran actitud.

Actualmente, Mattel estima que millones de niños de varias generaciones crecieron jugando con Hot Wheels, y que el coleccionista adulto promedio tiene más de 1,550 autos, mientras que los niños de entre cinco y 15 años de edad cuentan con un promedio de 41 vehículos cada uno.

No existe otra marca de autos a escala que haya tenido más licencias que Hot Wheels para producir réplicas de prácticamente todos los automóviles que circulan por las calles y carreteras de los cinco continentes. Además, Hot Wheels ha sido pionero en poner a sus autos a competir en pistas reales, a través de patrocinios en los seriales automovilísticos más importantes del mundo.

Logros

Para su lanzamiento, Hot Wheels tenía un estimado de ventas de 15 millones de unidades, que era aproximadamente el 10% de participación de mercado, pero en poco tiempo se convirtió en el líder



de su categoría, gracias a la actitud y desempeño de sus autos, así como a la calidad de su construcción.

En 1969 Hot Wheels incursionó en el segmento de pistas y enfocó todos sus esfuerzos en el desarrollo de nuevos accesorios para incrementar el valor del juego de sus vehículos. Fue entonces que nació el famoso "track" color naranja, que hasta la fecha representa un importante diferenciador de la marca.



Hot Wheels fue también la primera marca en permitir a los niños crear sus propios vehículos, con el lanzamiento del kit de fabricación de Hot Wheels, que incluía todo lo que un fabricante de coches puede necesitar.

Tras 40 años de historia, Hot Wheels ha producido más vehículos que las tres grandes de Detroit juntas: más de cuatro mil millones de vehículos a escala 1:64, además de su expansión a otros segmentos como coleccionables, conjuntos de juego y accesorios.

Más que una marca, Hot Wheels es todo un estilo de vida para chicos y grandes, amantes de los autos y del deporte motor. Basta un vistazo a la flama para vivir la velocidad, el desempeño y la actitud de Hot Wheels, que ya ha rebasado los anaqueles de todas las jugueterías del mundo, ya que también participa en varias categorías más, como ropa, patinetas, cascos, bicicletas y relojes.

En México, el reto más reciente de Hot Wheels fue la construcción de la pista más grande del mundo en interiores, realizada en coordinación con la facultad de ingeniería de la Universidad Nacional Autónoma de México. Para la producción de esta imponente pista se necesitaron más de mil 500 metros de pista naranja: cada sección tuvo una longitud de entre 200 y 400 metros, que incluyeron una serie de fantásticas espirales, impulsores, curvas y rectas.

Este tipo de actividades mantienen a la marca cercana a su público, más allá de la publicidad, y refrendan la esencia de marca de Hot Wheels, cuyo lema es: "¡Gánanme si puedes!".



Historia

Hot Wheels nació en 1963 gracias a la visión de Elliot Handler, fundador de Mattel, quien encontraba importantes limitantes en el tipo de vehículos a escala disponibles hasta ese momento, por lo que tuvo la visión de llevar los últimos lanzamientos de Detroit al juego de los niños. Confió en que, si los flamantes autos de estas compañías les gustaban a los papás, también les encantarían a sus pequeños.

Adicionalmente, Handler y su equipo desarrollaron un sistema de ejes de baja fricción, gracias al cual los vehículos Hot Wheels podían correr en pistas especiales a velocidades muy superiores.

El nombre surgió del lenguaje informal de la época, debido a que la expresión "Hot Wheels" se utilizaba para referirse a autos poderosos, que causaban admiración entre los *Baby Boomers*: "Hey man, those are some hot wheels you are riding!".

El diseño original del logotipo de la flama estuvo a cargo del artista californiano Rick Irons, quien trabajaba para Mattel en esa época.



Tras cinco años de desarrollo, en 1968 estuvo lista la primera colección de vehículos a escala Hot Wheels para ser lanzada al mercado.

La colección original constó de apenas 16 modelos, los cuales, como sello característico de la marca, tenían los neumáticos decorados con una franja roja, tradición que se mantuvo hasta 1977.

Hot Wheels fue un éxito inmediato. Los pequeños bólidos de brillante pintura y ejes de baja fricción alcanzaban una velocidad a escala de 300 km/h, y así de rápido la marca se adueñó del mercado estadounidense, al grado que la competencia tuvo que regresar al pizarrón en un intento para recuperar algo del terreno perdido.

En 1969 Hot Wheels lanzó al mercado alrededor de 25 vehículos nuevos, muchos de ellos inspirados en los campeones de las pistas, y también modelos que por primera vez provenían de los retiradores de Mattel. De hecho, algunos de los vehículos originales más famosos de Hot Wheels, como Splittin' Image, Torero, Turbofire y Twinmill, provienen de esa colección. Hoy en día, quien conserva alguno de estos vehículos de la producción original en buen estado, tiene en sus manos una pequeña fortuna.

Hot Wheels fue creciendo y llegó a todos los países, siempre con una esencia de desempeño, poder y actitud, reflejo de la pasión que encienden los autos en todos los hombres del mundo.

Mattel siempre ha basado el éxito de sus marcas en la innovación, por lo que Hot Wheels ha sido pionero en tecnologías y patrones de juego de su categoría. Por ejemplo, en 1970 Hot Wheels lanzó los Sizzlers: una línea de vehículos que por primera vez en la historia



incorporaban un motor eléctrico, así como una pequeña batería recargable, que propulsaban al auto a grandes velocidades tras cargarlo con una base especial. Y en 1997 lanzó al mercado su línea de CyberRacers, la primera serie de autos a escala que integraban una computadora que permitía realizar ajustes, medir tiempos y calificar a su "piloto" en cada competencia.

Gracias a la constante evolución de la línea, que ha ido de la mano tanto de la industria automotriz como de la imaginación de los ingenieros y diseñadores de Mattel, no existe otra marca de juguetes en el mundo con un mayor potencial de coleccionabilidad que Hot Wheels.

Literalmente, millones de hombres de todas las edades y en todos los países han encontrado en Hot Wheels un pasatiempo de por vida, al grado de que existen un sinnúmero de asociaciones y clubes de coleccionistas alrededor del mundo,



que regularmente se reúnen para mostrar y compartir sus colecciones, intercambiar sus ejemplares y pujar por aquellas piezas más difíciles de conseguir.

En el 2008 Hot Wheels celebra sus primeros 40 años de vida, y su flama ha encendido los corazones de chicos y grandes con actitud, poder y desempeño.

Producto

Gracias a los recursos invertidos en investigación y desarrollo, a la visión de Elliot Handler de producir una línea que diera fiel seguimiento al dinamismo de la industria automotriz y a su filosofía de innovación, Hot Wheels se ha convertido en



una de las líneas de juguetes más importantes y prolíficas de la historia.

Además, la pasión por Hot Wheels llega más allá de los niños: millones de coleccionistas adultos alrededor del mundo han encontrado en la flama un pasatiempo para toda la vida. Muestra de ello son los cientos –o miles– de dólares que se llegan a pagar por algún ejemplar exótico, difícil de conseguir. En este sentido, el récord conocido lo ostenta una Combi, cuyo precio en subasta llegó a los US\$72,000.00.



Desarrollos Recientes

Parte esencial de producir una línea de juguetes exitosa radica en escuchar y responder a los gustos y necesidades de los consumidores.

Por eso, para el 2008 la marca se ha enfocado en el desarrollo de productos que estimulan la creatividad de los niños a través de un versátil concepto de pistas denominadas Trick Tracks, que funcionan en base al conocido

"efecto dominó" de acción y reacción, que representa una manera sencilla y divertida para que los niños construyan cuantos circuitos broten de su imaginación.

Otro lanzamiento relevante para el 2008 es la línea Rumbler: vehículos a escala 1:64 que incluyen luces, movimientos y sonidos como factores adicionales a la tradicional esencia de velocidad de la flama.



Promoción

La innovación de Hot Wheels va más allá de sus productos: busca establecer vínculos diferenciados de comunicación con sus consumidores, para lo cual invierte considerables recursos en medios como televisión, revistas, radio, periódicos e Internet.

La marca entiende que la batalla final por la preferencia de los consumidores se gana en cada punto de venta, por lo que cuenta con los sistemas más novedosos de exhibición, que le permiten al público tener un contacto mucho más cercano y atractivo con la flama, y conocer todos los detalles de las iniciativas promocionales que el equipo comercial de Mattel pone en práctica para incentivar el gusto por jugar y coleccionar sus vehículos y accesorios.

Valores

Desde sus inicios, Ruth y Elliot Handler, fundadores de Mattel, definieron que el valor principal de sus juguetes debía ser el "valor de juego", lo cual significa que, a través de su interacción

con cada producto, los niños vivirían la experiencia de imaginarse y posicionarse en el rol de sus juguetes.

De esta manera, los autos Hot Wheels logran situar a cada niño en su propio mundo de velocidad, con toda la actitud de los mejores pilotos del mundo.



Cosas Que Usted No Sabía Sobre Hot Wheels

- Desde 1968 a la fecha, se han producido más de 4 mil millones de autos Hot Wheels, cifra superior a la producción histórica de los tres grandes de Detroit (Ford, GM y Chrysler).
- Existen más de 11,000 diseños diferentes con más de 5,000 variedades de Vehículos Hot Wheels, y cada año salen aproximadamente 200 diseños nuevos al mercado.
- La colección más grande de Hot Wheels está valuada en más de un millón de dólares.
- Mattel Inc. vende 7 autos Hot Wheels por segundo.
- Puestos uno tras otro, los autos Hot Wheels producidos a la fecha darían la vuelta al mundo por el Ecuador más de cuatro veces.
- La pista Hot Wheels más grande del mundo en interiores se realizó en coordinación con la facultad de ingeniería de la Universidad Nacional Autónoma de México durante el 2007, y fue visitada por más de 12 mil personas en tan sólo 15 días.
- El sitio web www.hotwheels.com.mx tiene un promedio de 15,665 visitantes por mes.