



Mercado

Si bien Gatorade compite en el mercado de las bebidas, sus propiedades particulares y beneficios funcionales la enfocan a un sector que la compañía llama "mercado de la sed activa", donde Gatorade es líder absoluto.



Gatorade ha sido científicamente formulado para vencer esta sed activa gracias a su acción sobre los cambios fisiológicos que ocurren en el cuerpo humano durante el ejercicio físico.

Una vez que el cuerpo humano está en actividad, comienza a transpirar y a deshidratarse. Esto cambia la percepción y con ello las preferencias. Investigaciones desarrolladas en el GSSI (Gatorade Sport Science Institute), demuestran que una vez activo, el cuerpo prefiere bebidas suavemente saborizadas, apenas dulces y sin gas. Como Gatorade.

Logros

Gatorade es el creador del mercado de las bebidas deportivas. Sus comienzos datan de los '60 y desde entonces la marca sigue creciendo, incluso después de haberse convertido en la bebida deportiva líder en todo el mundo.

La aparición de Gatorade provocó cambios en las técnicas de rehidratación de los atletas de todo el planeta. Se abandonó la idea de limitar la ingesta de líquidos durante entrenamientos y competencias y se comprendió la necesidad de rehidratar el cuerpo durante el ejercicio para evitar la deshidratación y la fatiga temprana.

Basada en una sólida plataforma científica, Gatorade se enorgullece de ser uno de los productos de consumo masivo más investigados en el campo de la fisiología por sus beneficios para el mantenimiento de la salud.

En 1983, se fundó el Gatorade Sport Science Institute cuya misión es ayudar al deportista a cuidar de su salud y maximizar su rendimiento a través de la investigación y educación en la ciencia de la nutrición y la hidratación.

El GSSI está integrado por científicos que trabajan con deportistas profesionales y amateurs. Su objetivo es determinar la percepción sensorial de los alimentos y bebidas, así como la respuesta fisiológica



Historia

Gatorade fue inventada en 1965 por un equipo de científicos de la Universidad de Florida, liderados por el Dr. Robert Cade. Las pruebas se llevaron a cabo con los jugadores de un equipo de fútbol llamado "Gators".

El objetivo fue crear una bebida capaz de reponer velozmente los fluidos corporales perdidos durante la actividad física, para así evitar la deshidratación severa, recalentamiento o fatiga temprana.

Las sales minerales y los carbohidratos que se incorporaron a esta bebida tenían la intención, y la cumplieron, de aumentar la resistencia de estos jugadores reponiendo en el momento los líquidos, la energía y las sales minerales que perdían durante entrenamientos y partidos.

Gator's aid, o la ayuda de los Gators, era el nombre con el que los demás equipos denominaban a esta bebida sin saber que estaban gestando una idea que se convertiría en marca.

Durante aquella temporada, los Gators batían récords con sus victorias y apoyados en lo destacado de su rendimiento pasaron a ser conocidos como "el equipo del segundo tiempo", porque era entonces cuando lograban derrotar a sus oponentes.

El entrenador descubrió que sus jugadores tenían ventajas físicas al tomar la bebida, mostrando menos deshidrataciones y mayores niveles de rendimiento.

De hecho, durante un partido contra los Georgia Tech, se le preguntó al entrenador de ese equipo el por qué de la derrota y éste respondió que porque ellos no tenían

Gatorade. Que esa fue la diferencia. La historia se convirtió en una leyenda y la bebida en el número uno del mundo.

Producto

Gatorade es la bebida deportiva más vendida del mundo. En agosto de 2001, la compañía de base

americana Quaker Oats Company, dueña de la marca, fue adquirida por el Grupo PepsiCo para completar su portafolio de marcas.

Desde la creación del producto, la investigación científica ha sido utilizada para asegurar que ninguna otra bebida reponga líquidos, energía y sales minerales más rápido que Gatorade.

La premisa con la que se trabaja es que si un

ingrediente no suma a la totalidad, no debe ser incluido en su fórmula. Por eso mismo, Gatorade es una bebida no gasificada. Porque esto podría traer problemas gastrointestinales durante la actividad física. Tampoco tiene conservantes en su fórmula, porque podrían ocasionar ardor en la garganta.

El diseño de su botella, como si fuera otro de sus ingredientes, también está pensado para serle totalmente funcional al consumidor. Su boca ancha permite que el líquido fluya abundantemente para intensificar el consumo cuando más se lo necesita. Y por último, su dulzura, suave en extremo, está regulada para acomodarse al paladar del consumidor, que cambia con la actividad física.



Desarrollos recientes

Hacia fines de 2003, Gatorade lanzó una sub-línea llamada Gatorade Fierce, específicamente dise-

Desarrollos recientes

La línea de bebidas Gatorade Fierce incluye tres sabores: Purple Rush, Red Thunder y Green Citrus.



ñada y dirigida al segmento adolescente, con colores más brillantes y sabores más intensos. Una manera novedosa de darle intensidad a quienes más la buscan.

Este lanzamiento fue acompañado por dos comerciales para TV: Perfect Skate y Demolition, ambas piezas de alto impacto visual basadas en una super producción.

Su objetivo fue identificar a posibles consumidores con la fuerza y la intensidad de esta línea. Crear una actitud Fierce que se manifestó claramente con el éxito de ventas del producto.

En marzo de 2004 se lanzó en el mercado local el pack de 200 ml de Gatorade, envasado en tetra brik y dirigido especialmente al segmento infantil.

La comunidad médica había avanzado en este terreno al recomendar la bebida para niños en casos de probable deshidratación. Las madres lo sabían y lo aplicaban con confianza. Por eso, desde la empresa, lo único que se hizo fue favorecer ese lazo con este público y aumentar las posibilidades de consumo con envases desarrollados especialmente a su medida y fácilmente transportables.

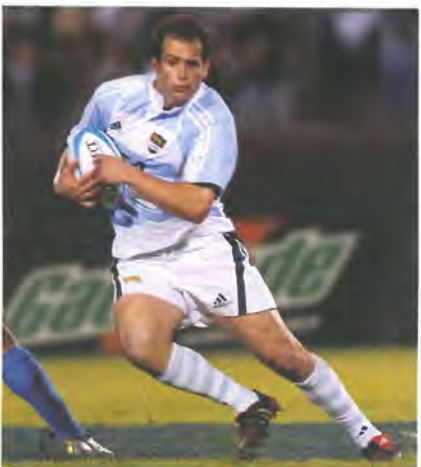
Guiados por la idea de jugar, se presentó la cam-



pañía "Jugá a lo grande y por más tiempo". Apoyada en dos comerciales de TV que contaron con la presencia de figuras del deporte de fama internacional. El primero fue de fútbol, con Abbondanzieri, Barros Schellotto y Cavenaghi.

El segundo fue de básquet, con Manu Ginóbili, estrella de la NBA.

A principios de 2005, el GSSI realizó por primera vez en Sudamérica su ya mundialmente reconocido Sweat Test, un test que, a través del sudor, evalúa la pérdida de líquidos, los índices de rendimiento y las diferentes necesidades de deportistas de alta competencia. El equipo de fútbol que se prestó para este estudio fue el tricampeón del mundo: Boca Juniors.



Felipe Contepomi

Y las innovaciones continúan...

Recientemente se lanzó la edición especial: Gatorade Fútbol. Para aquellos que hacen del fútbol una pasión, se creó un sabor y se le dio un color especial. Los comerciales de apoyo contaron con la inconfundible voz del relator Víctor Hugo Morales, uno de los más renombrados y reconocidos de Latinoamérica.

Promoción

Desde sus acciones, Gatorade busca estar cerca de los deportistas para seguir de cerca sus necesidades y conocer cada cambio en sus preferencias.

"Científicamente desarrollado, atléticamente probado", no sólo es una frase que se usa para definir el producto, es una verdad que se refleja en las distintivas heladeras anaranjadas, en los vasos o caramagnolas verdes que pueden verse en los perímetros de los incontables estadios en los que Gatorade se hace presente en todo el mundo.

Desde hace años, hidrata a los jugadores y fans de los equipos de fútbol, básquet y rugby más representativos de la Argentina, tanto en entrenamientos como en competencias oficiales.

Sin importar geografías o disciplinas involucradas, Gatorade se hace presente en maratonés y camaras urbanas y de aventura para hidratar a los atletas antes, durante y después de la competencia. 100.000 participantes en más de 100 eventos han sido asistidos por la marca sólo durante el año 2005.

Los más destacados profesionales, en sus respectivas disciplinas, han elegido a Gatorade como su bebida deportiva exclusiva. Entre ellos, Manu Ginóbili, estrella de la NBA y campeón olímpico con la Selección Nacional de Básquet; Guillermo Coria, top ten del ranking internacional de tenis masculino; Agustín Pichot y Felipe Contepomi, jugadores de los Pumas (equipo nacional de rugby); Magdalena Aicega y Luciana Aymar, jugadoras de las Leonas, Selección Nacional de Hockey Femenino, también campeonas olímpicas.

Valores de la marca

Cuando Gatorade fue desarrollado en la década del 60 en la Universidad de Florida, los investigadores se basaron en los últimos descubrimientos de la ciencia médica para guiar la formulación de esta bebida singular. Siempre se mantuvo un estrecho compromiso con la investigación científica, y esta característica es hoy uno de los principales pilares de la marca.

Los científicos de Gatorade trabajan constantemente para lograr la óptima respuesta de esta bebida a las nuevas exigencias físicas y así reponer fluidos, energía y electrolitos con mayor eficacia.

Esta constante investigación, que lleva más de 40 años, es conducida en conjunto con algunos de los más importantes científicos del deporte mundial, para garantizar que la fórmula de Gatorade continúe siendo siempre la más adecuada.

Esto es así en todo el mundo. También en la Argentina, Gatorade trabaja estrechamente con destacados médicos deportólogos y nutricionistas para garantizar los mejores resultados en la alta competencia.

La experiencia en nutrición y deporte es uno de los atributos únicos y distintivos de la marca Gatorade. Este esfuerzo de investigación es la razón por



Emanuel Ginóbili

la cual su fórmula nunca ha sido superada, y tanto los atletas como las organizaciones deportivas en todo el mundo saben que nada rehidrata, repone sales minerales y reactiva mejor que Gatorade.

Está científicamente comprobado:



Lo que usted no sabía sobre
Gatorade

- Gatorade ha comprobado en estudios realizados con futbolistas profesionales de distintos países que entre el 35% y el 80% de los jugadores llegan a entrenar deshidratados. Esto provoca una merma en el rendimiento, y la sed no es un buen indicador de la necesidad de líquidos del cuerpo.
- Las investigaciones científicas demuestran que Gatorade contiene una óptima cantidad de carbohidratos que ayudan a ser absorbidos por el cuerpo más rápido que otras bebidas deportivas y tan rápido como el agua. Más carbohidratos significarían más calorías, una absorción más lenta y un riesgo de problemas gastrointestinales.

