

Lección 10: La verdad no contada del agua vitaminada

La verdad no contada del agua con vitaminas POR CARLY

Nombre: _____

CARAMANNA/DEC. 8, 2020 4:39 PM EDT



Imagina la escena. Hace unos abrasadores 90 grados afuera. Saliste a correr todos los días, pero hoy lo diste todo. El entrenamiento termina con usted empapado en sudor y con una necesidad desesperada de saciar su sed. No vas a buscar simplemente el viejo H2O, ¿verdad? Bueno, hasta principios de la década de 1990, probablemente estarías haciendo precisamente eso. Ahhhh, la era del agua pre-mejorada.

Solo hay unas pocas cosas que los humanos necesitan para sobrevivir, y el agua es una de ellas. No hace falta ser un científico espacial para darse cuenta del potencial lucrativo del agua y explorar formas de expandir ese elemento básico. Sin embargo, se necesitó un loco por la salud, con una habilidad especial para las tendencias empresariales para abrir las compuertas (juego de palabras intencionado) al agua mejorada.

En medio de la industria de bebidas altamente competitiva, un producto ha eclipsado al resto en el consumo: agua vitaminada. Sí, la "v" está en minúsculas. Lanzado en 2000, el agua que está enriquecida con vitaminas y minerales ha arrasado en la industria de las bebidas, ganando millones cada año. Echemos un vistazo a la verdad no contada del agua vitaminada.

La historia de vitaminwater comenzó con smartwater



Antes de que podamos siquiera rascar la superficie de vitaminwater, debemos mirar a su predecesor, smartwater (también en minúsculas), ya su creador, J. Darius Bikoff. Bikoff era un loco por la salud con un gran sueño. Fue él mismo quien vendió su nueva línea de agua mejorada con electrolitos, llamada smartwater, a tiendas de comestibles independientes y tiendas centradas en la salud en su casa de Nueva York. El agua inteligente de Bikoff fue la primera en su línea de aguas mejoradas bajo la marca Energy Brands. La bebida smartwater despegó rápidamente y condujo al desarrollo de fruitwater, y luego vitaminwater en 2000.

Con la demanda vino la expansión y, a principios de la década de 2000, la empresa encontró distribución nacional. La compañía comenzó a operar bajo el nombre de Glaceau, y en 2002 se convirtió en el agua mejorada de mayor venta en los Estados Unidos. Rápidamente también se popularizó en el extranjero y, en la segunda mitad de los años 2000, alcanzó el estatus mundial. El éxito en el extranjero podría atribuirse en gran medida a la venta de la empresa a la empresa Coca-Cola, pero hablaremos de eso más adelante. Con ingresos de \$ 300 millones anuales en 2006, vitaminwater demostró ser el mayor generador de dinero en la alineación.

Lección 10: La verdad no contada del agua vitaminada



Rohan Oza es el maestro de marca detrás del éxito de vitaminwater

Michael Kovac/Getty Images

Podría proclamarse que gran parte del éxito de cualquier producto podría atribuirse a los genios detrás de la cortina. Hay un viejo dicho: puedes llevar un caballo al agua, pero no puedes obligarlo a beber. Entonces, ¿cómo consigues que la gente beba? Mercadotecnia, bebé. Aquí es donde entra en juego Rohan Oza, apodado el "padre de la marca" de Hollywood, con sus habilidades de construcción de marca sin precedentes. Tanto metafórica como físicamente hizo que la gente bebiera el agua. A Oza se le atribuye la vinculación de los más importantes del mundo con las marcas, creando asociaciones fructíferas que benefician a ambas partes y, en particular, impulsan las marcas personales de las celebridades.

Oza, quien en ese entonces era el jefe de marketing de vitaminwater, reclutó a los grandes del deporte, David Ortiz de los Boston Red Sox y Brian Urlacher de los Chicago Bears para el divertido (e impactante) "vitaminwater, Try it!" campaña. Fue la primera puñalada de la compañía en el marketing televisivo, y la clave de Oza para lograr que las celebridades de renombre se arriesgaran por una marca fue convertirlos en jugadores de capital en el trato. Más tarde agregó a Kobe Bryant, LeBron James, Kelly Clarkson y, como todos sabemos ahora, al rapero 50 cent, a la mezcla. El enfoque de marketing de Oza se trata menos de centrarse en un sector específico, como Gatorade para atletas, y más bien de hacer que las bebidas sean atractivas para todas las edades y grupos demográficos.

Lección 10: La verdad no contada del agua vitaminada



50 Cent era fan antes de convertirse en portavoz oficial de vitaminwater

Imágenes de Jamie Mccarthy/Getty

El rapero 50 Cent puede haber caído en la ruina financiera, pero hubo un momento en que fue el mejor en su juego. El rapero nacido en Nueva York llamó la atención por su pasión fuera de marca a mediados de la década de 2000, y realmente amaba el agua vitaminada. Cuando no estaba en "In Da Club", presentaba la bebida en videos musicales e incluso en letras de canciones, todo por su propia cuenta. Glaceau rápidamente se enteró de su admirador y gigante de la música, y le ofreció una participación minoritaria en el producto en 2004.

Como parte de su asociación, apareció en campañas publicitarias, incluidos anuncios de televisión nacionales, e incluso desarrolló su propio sabor, el Fórmula 50 con sabor a uva. A diferencia de tantos respaldos de celebridades donde el nombre de la celebridad simplemente se adjunta al producto, 50 Cent estuvo muy involucrado en el proceso creativo, en lugar de dejarlo en manos de los ejecutivos. De acuerdo con la Lista de Forbes de las "Celebridades más poderosas del mundo", la participación de 50 Cent en la compañía le dio una gran ganancia cuando Coca-Cola compró Glaceau en una venta multimillonaria. Esa es una gran cantidad de dinero, todo gracias a que tropezó al azar con el producto en Los Ángeles.

gimnasia.

Lección 10: La verdad no contada del agua vitaminada



Las ventas se dispararon después de que Coca-Cola comprara el agua vitaminada de Glaceau en 2007

Justin Sullivan/Getty Images

En un intento por encontrar el éxito más allá de la efervescencia, la compañía Coca-Cola irrumpió en el negocio de las bebidas no carbonatadas en 2007 con la adquisición de Glaceau y, como parte de ese trato, la adquisición de vitaminwater. Gracias al éxito comercial que el producto estaba teniendo entre el grupo demográfico más joven, en parte debido a sus campañas de marketing únicas, la compañía Coca-Cola pagó un alto precio informado de \$ 4.1 mil millones. En ese momento, Glaceau se estimó en solo aproximadamente \$ 2 mil millones. Esto hizo que muchos llamaran la atención, pero Coca-Cola vio potencial en la inversión y el futuro de los productos. Esta adquisición provocó un frenesí en los medios de comunicación y convirtió el trato en un titular importante.

Según Reuters, la compañía Coca-Cola, hasta ese momento, había estado muy por detrás de Pepsi en el sector no carbonatado, que en ese momento estaba vendiendo con éxito Propel Fitness Water.

El fundador, Bikoff, permaneció a bordo mientras Glaceau operaba como una entidad comercial separada dentro de la compañía Coca-Cola. Según Investopedia, después de la adquisición, las ventas anuales de agua vitaminada se dispararon de \$350 millones a más de \$1 mil millones. A Coca-Cola también se le podría atribuir en gran medida el éxito del producto en el extranjero, lo que impulsaría aún más la presencia a gran escala de vitaminwater en la industria de las bebidas.

Lección 10: La verdad no contada del agua vitaminada



Las campañas de marketing de vitaminwater se inclinan hacia lo no tradicional

YouTube

Si no está roto, no lo arregles... ¿verdad? Si bien se sabe que los esquemas de marketing tradicionales engrasan las ruedas para llevar las marcas a la distancia, el agua vitaminada tiene un gran éxito por una razón. A veces, algo irrelevante a primera vista, la empresa ha optado por pensar fuera de la caja a la hora de diseñar y lanzar campañas. Una de esas campañas de televisión encontró a la ex ganadora de American Idol, Kelly Clarkson, bebiendo la bebida mientras aparecía en un programa de entrevistas europeo. El anfitrión continúa explicando que beber agua con vitaminas puede mejorar la concentración y el enfoque. ¿Un intento totalmente irrelevante o descarado de atraer a todos? Rohan Oza explicó: "No hay un grupo de edad. Son de 8 a 80. Es cualquiera que busque una bebida saludable". Todos bebemos agua, entonces, ¿por qué ignorar a un grupo en particular?

Si bien la televisión ha sido un gran medio para el agua vitaminada, recurrieron a Internet con otra campaña exitosa. Como vínculo con el patrocinio de Coca-Cola de los Juegos Olímpicos de Londres 2012, lanzaron la campaña 'Skip The Dip' en Spotify, Facebook y YouTube.

Basándose en sus afirmaciones de que el producto ayuda a mejorar la concentración, los consumidores pudieron crear su propio noticiero mostrando sus propias experiencias con las caídas diarias de energía y fueron recompensados con productos y premios gratis.

Lección 10: La verdad no contada del agua vitaminada



Las declaraciones de propiedades saludables han llevado al agua vitaminada a problemas legales

Shutterstock

Hemos visto los vínculos del producto con figuras deportivas galardonadas y talentos de la lista A con afirmaciones de que mejorará el enfoque y la concentración, pero ¿dónde está la ciencia detrás de esto?

Vitaminwater estaba en un poco de agua bastante caliente (juego de palabras) cuando fue adquirido por la compañía Coca Cola. Según Reuters, vitaminwater había estado en litigios durante más de seis años debido a supuestas afirmaciones de que exageraban los beneficios para la salud del producto.

Si bien el problema se resolvió sin que se le adeuden daños al consumidor, le costó a Coca-Cola casi \$3 millones en costos para cubrir los honorarios y gastos legales. Como parte del acuerdo muy público, se exigió a Coca-Cola que hiciera cambios en las etiquetas mostrando de manera más prominente la información nutricional y agregando la frase "con edulcorantes" a la botella en dos lugares diferentes. También se les prohibió afirmar que beber agua con vitaminas reduciría el riesgo de ciertas enfermedades y que beberla podría mejorar las funciones inmunológicas.

Lección 10: La verdad no contada del agua vitaminada



Vitaminwater utiliza un lenguaje vago, pero legalmente aceptado, en su comercialización.

Los términos "libre de jaulas", "orgánico" y "totalmente natural" se usan con tanta frecuencia en estos días que no es de extrañar que sea casi imposible para el consumidor determinar qué es realmente saludable para ellos. Entre los expertos en conflicto y las afirmaciones falsas, ¿son estos productos mejorados realmente buenos para nosotros o simplemente el débil intento de otra compañía de sacar más dinero de nuestras manos entrometidas? Según un informe de Mintel, la industria del agua embotellada acumuló \$ 15 mil millones solo en 2015, y la mayor parte provino de productos mejorados de agua embotellada.

Los consumidores se sienten atraídos por estos términos de moda con la esperanza de poner algo bueno en nuestros cuerpos. Los electrolitos, las vitaminas y los minerales son ciertamente beneficiosos para nuestros cuerpos y estas promesas implícitas que se encuentran en las etiquetas nos hacen correr a los estantes persiguiendo ese sueño subyacente de cuerpo, salud y mente sanos en general. Según TIME, estos vagos usos del lenguaje son totalmente legales para que las empresas los usen libremente gracias a las regulaciones de la Administración de Drogas y Alimentos (FDA), aunque sean un poco engañosos para el consumidor promedio y no sean más que publicidad de humo y espejos. Si bien han tenido que reducir las declaraciones de propiedades saludables en sus campañas publicitarias, pueden usar palabras como "enfoco" y "energía" en sus etiquetas, ya que la FDA solo regula las declaraciones, no el uso de palabras individuales.

Lección 10: La verdad no contada del agua vitaminada



Probablemente haya más azúcar en el agua vitaminada de lo que crees

Shutterstock

Es evidente que el éxito de vitaminwater podría atribuirse en gran medida a sus declaraciones de propiedades saludables junto con sus campañas de marketing de nivel general genial. ¿Por qué buscar un refresco de fuente cuando puede disfrutar de la generosidad de los beneficios para la salud que prometen los productos de agua mejorados? Si bien el agua vitaminada contiene minerales y vitaminas, también contiene una gran cantidad de azúcar agregada. Sí. Azúcar añadida, no natural. El tipo particular de azúcar que utilizan, la fructosa, está vinculado a una larga lista de problemas de salud y puede superar cualquier beneficio potencial para la salud que recibiría de las vitaminas añadidas.

Los tipos de azúcar utilizados en la bebida varían según los países (es por eso que una Coca-Cola mexicana sabe diferente a la versión estadounidense) en la que se distribuye, pero en los EE. UU., una sola botella de 20 onzas contiene alrededor de 120 calorías y 32 gramos de azúcar. . Mientras que 32 gramos es aproximadamente el 50 por ciento de lo que se encuentra en la botella estándar de Coca-Cola, las cantidades de fructosa son casi las mismas. Según la American Heart Association, los hombres no deben consumir más de 36 gramos de azúcar al día, mientras que las mujeres deben limitarse a solo 25 gramos al día.

Lección 10: La verdad no contada del agua vitaminada



¿Hay algún beneficio en beber sus vitaminas? No precisamente

Shutterstock

La idea detrás del agua vitaminada se basa en gran medida en la suposición de que con el consumo viene una alimentación del cuerpo a través de vitaminas y minerales. Si bien los estudios varían, según Health Watch de Harvard, estudios recientes han demostrado que no hay ningún beneficio adicional para la salud de las vitaminas en formas no tradicionales, ya sea líquidas, en pastillas o en polvo. Además, estos productos no pueden compararse con una dieta rica y bien equilibrada en frutas y verduras reales.

La disponibilidad pública de estos estudios no ha hecho mucho para frenar la industria de las vitaminas centrada en la salud. Los consumidores siguen comprando multivitamínicos y productos relacionados en cantidades récord. Según The Hill, el negocio de los suplementos dietéticos es grande en los Estados Unidos y genera la friolera de \$ 40 mil millones al año. La industria es tan grande, de hecho, que ha resultado difícil para la Administración de Drogas y Alimentos de los EE. UU. regular y arrojar luz real sobre los muchos beneficios para la salud que afirman estas compañías. Dejando a un lado el escepticismo, está empezando a quedar claro que tal vez deberíamos tomar ese plátano, lleno de azúcares naturales, después de nuestro entrenamiento.

Lección 10: La verdad no contada del agua vitaminada



Los fanáticos se sorprendieron cuando el agua vitaminada cambió el azúcar por la stevia. Entonces, está claro que hay un poco de azúcar en el agua vitaminada. Incluso con los golpes potencialmente masivos para el sistema de salud asociados con el consumo de azúcar en cantidades excesivas, eso no impidió que los fanáticos literalmente enloquecieran cuando la compañía Coca-Cola hizo el cambio de todo el azúcar agregado a la incorporación del derivado de plantas. Stevia en 2014. El problema principal aquí fue que el uso del edulcorante natural sin calorías alteró drásticamente el sabor de la bebida que los fanáticos conocían y amaban. Tampoco ofreció muchos cambios en la etiqueta nutricional, ya que no alteró el contenido calórico y solo redujo ligeramente los gramos totales de azúcar.

Los fanáticos acudieron a la página de Facebook de vitaminwater para regañar a la compañía por el cambio. Gritaron que el producto sabía artificial y les dejaba un sabor químico en la boca. La compañía Coca-Cola rápidamente se dio cuenta del alboroto y volvió a su método de endulzamiento original. Para aquellos con una dieta baja en azúcar, todavía distribuyen una línea Zero que no tiene azúcar agregada y utiliza stevia en su lugar.

Lección 10: La verdad no contada del agua vitaminada



Los sabores experimentales de agua con vitaminas se han vuelto más frecuentes. Al final del día, no se trata solo de marketing y beneficios nutricionales (o la falta de ellos), a veces queremos satisfacer nuestras papilas gustativas y saciar esa sed persistente con algo lleno de sabor. De lo contrario, estaríamos tomando ese simple vaso de agua. Desde su lanzamiento a principios de la década de 2000, vitaminwater ha seguido manteniendo al consumidor interesado mediante la ampliación de su cartera de sabores. Hay de todo, desde sabores comunes y accesibles, como té helado, hasta opciones de tiempo limitado y mezclas únicas de frutas, como kiwi y fresa.

Los sabores únicos recientes incluyen el lanzamiento en 2019 de vitaminwater fire y vitaminwater ice. Fire presenta un sabor picante a sandía y lima y utiliza toques de jalapeño para crear una sensación de hormigueo en la lengua. Por el contrario, Ice crea un efecto refrescante con sabores de arándanos y lavanda. Ambos también forman parte de la línea de 20 calorías de la marca. Por supuesto, con el lanzamiento de los nuevos sabores vino una campaña de marketing única completa con un sorteo para ganar un viaje a la tundra invernal de Islandia.

Lección 10: La verdad no contada del agua vitaminada

- 1.) ¿Quién es el inventor de vitaminwater y smartwater? _____
- 2.) ¿En qué estado se creó vitaminwater/smartwater? _____
- 3.) ¿En qué año se lanzó el agua vitaminada? _____
- 4.) ¿Qué empresa importante compró agua vitaminada? _____
- 5.) Rohan Oza se describe como el maestro de marca de agua con vitaminas. ¿Cuáles son algunas estrategias que Oza utilizó para concienciar a los consumidores sobre el agua vitaminada?

- 6.) Mire los anuncios vinculados en el sitio web. Ves celebridades como Kelly Clarkson, Brian Urlacher, David Ortiz, 50 Cent y Aaron Paul (así como un contenedor de agua que habla). ¿Qué mensaje comunican estas celebridades sobre el agua vitaminada?

- 7.) Mire los mensajes divertidos en las etiquetas de agua con vitaminas. ¿Cómo podría agregar divertido ¿Los mensajes animan a la gente a comprar más agua con vitaminas?

- 8.) ¿Mira las vitrinas en el sitio web? ¿Cómo podría gastar millones de dólares para construir muebles específicamente para exhibiciones de agua con vitaminas, así como alquilar escaparates para eventos emergentes, generar más ventas?

- 9.) vitaminwater afirma vagamente tener beneficios para la salud, pero se ha demostrado que estos beneficios son pequeños (una pequeña cantidad de vitaminas). También hay mucho azúcar en el agua vitaminada. ¿Debería permitirse publicidad como esta? ¿Por qué o por qué no?

- 10.) ¿Es una práctica éticamente responsable exagerar los beneficios de un producto para aumentar las ventas?
