

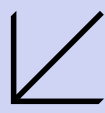
Gatorade®: La innovación detrás de una bebida icónica



SEPT.2026



Gatorade®: La innovación detrás de una bebida icónica



SEPT.2026

Gatorade® es una bebida conocida por millones de personas y presente en eventos deportivos de todo el mundo. Pero ¿sabías que su origen no estuvo en una empresa de bebidas, sino en un laboratorio universitario?

01

Detrás de su invención hay una historia de observación clínica, investigación científica, innovación, propiedad intelectual y transferencia de tecnología que convirtió un problema relacionado con la salud y el rendimiento de los atletas en una solución de alcance mundial.

02

Todo comenzó en 1965 en la **Universidad de Florida**, cuando un equipo de investigadores encabezado por el médico nefrólogo Robert Cade comenzó a estudiar los efectos que tenían el calor y el ejercicio intenso sobre los jugadores del equipo de futbol americano de la universidad.¹

¹University of Florida, College of Medicine. Dr. James Robert Cade – Gatorade Inventor. History of Medicine. Disponible en: <https://history.med.ufl.edu/profiles-in-history/dr-robert-cade/>

03



Dr. James Robert Cade, inventor de Gatorade®. Fuente de la imagen: University of Florida, College of Medicine, <https://history.med.ufl.edu/profiles-in-history/dr-robert-cade/>.

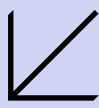


Imagen generada con AI

El resultado de aquellas investigaciones daría origen a Gatorade® y con el tiempo a uno de los casos más representativos de cómo los resultados de la investigación universitaria pueden trasladarse al mercado y generar recursos que regresan al ecosistema científico.

04

Identificar una necesidad real



Las innovaciones con mayor potencial de impacto frecuentemente comienzan con una pregunta sencilla: ¿Qué problema necesitamos resolver?

01

En 1965, una pregunta relacionada con el equipo de futbol americano de la Universidad de Florida llegó al Dr. Robert Cade y a un grupo de investigadores: ¿Por qué los jugadores orinaban tan poco después de un partido?

02



Cade y sus colaboradores comenzaron a estudiar el problema y determinaron que los jugadores perdían grandes cantidades de líquido durante la actividad física, al grado de no disponer de suficiente agua para producir orina. Las investigaciones sobre los efectos del ejercicio intenso también dirigieron su atención hacia la reposición de los componentes perdidos durante la actividad física.

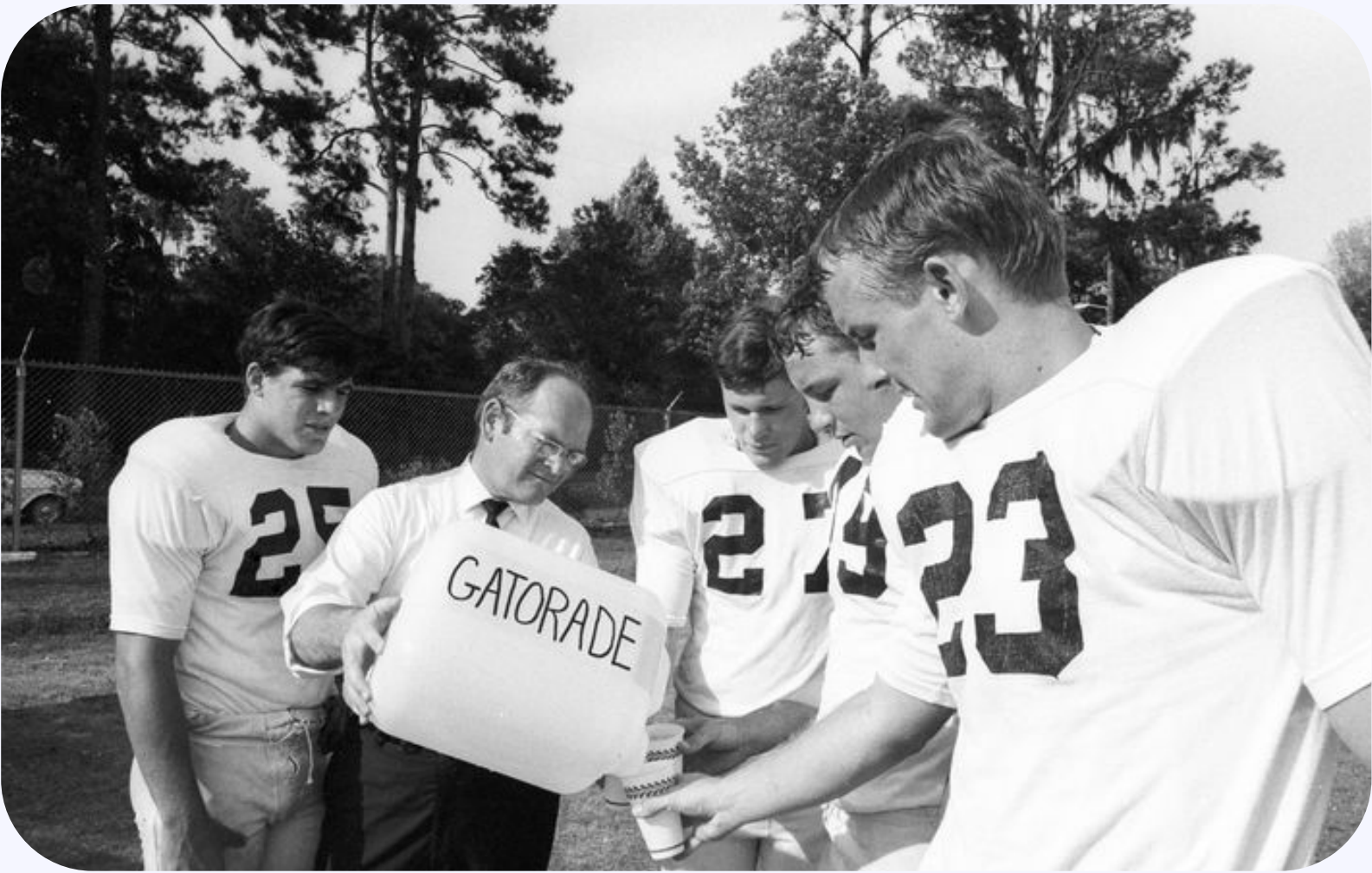
03

Así, una necesidad observada directamente en el entorno deportivo se transformó en una pregunta de investigación susceptible de generar una solución.

04

Lección de innovación:

Observar las necesidades del entorno permite identificar problemas concretos cuya solución puede convertirse en una oportunidad de innovación.

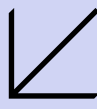


Dr. Robert Cade, creador de Gatorade®, sirviendo la bebida a jugadores de futbol americano durante un entrenamiento. Gainesville, Florida, 27 de abril de 1968. Fotografía: Lynn Pelham/Sports Illustrated/Getty Images. Fuente: University of Florida Research.²

²University of Florida Research. Gatorade's Birthplace. Historical Marker Program. University of Florida. Disponible en: <https://explore.research.ufl.edu/historical-markers/gatorades-birthplace/>

06

Construir soluciones basadas en evidencia



Identificar un problema es apenas el comienzo. El siguiente paso consiste en comprender sus causas y utilizar el conocimiento científico para diseñar una solución.

01

A partir de sus investigaciones, Cade y su equipo desarrollaron una bebida que contenía sales y azúcares, diseñada para favorecer una reposición más rápida de los componentes perdidos durante el ejercicio.

02

Las primeras formulaciones estaban lejos de ser un producto comercial. Su sabor era poco agradable y fue necesario realizar modificaciones para hacer la bebida más aceptable. Entre ellas se incorporaron cítricos, como limón o lima, para mejorar su sabor.

03

El desarrollo de Gatorade® muestra que innovar no significa únicamente tener una buena idea. Implica generar conocimiento, experimentar, formular, evaluar y mejorar una solución a partir de evidencia.

04

Lección de innovación:

Una solución innovadora debe responder a una necesidad identificada, pero también sustentarse en conocimiento científico y evidencia que permita explicar por qué y cómo funciona.



Envases históricos de Gatorade® desarrollados por Stokely-Van Camp. Fuente de la imagen: University of Florida Research, Gatorade®: Building On 50 Years of Innovation. <https://research.ufl.edu/gatorade-anniversary>

Validar antes de implementar



Una solución desarrollada en el laboratorio necesita demostrar que funciona en las condiciones para las cuales fue diseñada.

01

La formulación comenzó a utilizarse con los jugadores de fútbol americano de la Universidad de Florida durante 1965 y posteriormente se incorporó de manera más sistemática a las prácticas y partidos del equipo.

02

Estas primeras experiencias permitieron trasladar la solución desde el entorno experimental hacia el escenario real donde se encontraba el problema: el campo de juego.

03

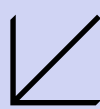
La interacción entre investigación y aplicación permitió obtener información para continuar perfeccionando la formulación y, al mismo tiempo, mostrar el potencial práctico de la solución.

04

Lección de innovación:

Antes de escalar una solución es fundamental probarla en condiciones relevantes, obtener evidencia sobre su desempeño y utilizar los resultados para mejorarla.

Proteger el conocimiento para facilitar su transferencia



Una innovación no genera impacto únicamente porque funciona. También es necesario establecer mecanismos que permitan llevarla desde la institución o grupo que la desarrolló hasta quienes pueden producirla y comercializarla a gran escala.

01

Después de demostrar su potencial, Gatorade® comenzó a despertar interés fuera de la Universidad de Florida. En 1967, Stokely-Van Camp llegó a un acuerdo para obtener los derechos de fabricación y comercialización de la bebida.

02

La solicitud de patente [GB1252781](#) de Stokely Van Camp Inc. es una de las patentes asociadas con este producto.

03

1252781

PATENT SPECIFICATION

DRAWINGS ATTACHED

(21) Application No. 2641/69 (22) Filed 16 Jan. 1969

(45) Complete Specification published 10 Nov. 1971

(51) International Classification A 61 k 27/06

(52) Index at acceptance
A5B 230 23Y 272 27X 27Y 38Y 394

(72) Inventors KENT P. BRADLEY, JAMES ROBERT CADE, DANA L. SHIRES, ALEJANDRO MARCELO DE QUESADA and HARRY JAMES FREE

(11) 1 252 781



(54) COMPOSITION OF MATTER FOR LIMITING DEHYDRATION AND FATIGUE DURING PERIODS OF PHYSICAL EXERTION

(71) We, STOKELY-VAN CAMP, INC., a corporation organised under the laws of the State of Indiana, United States of America, of 941 N. Meridian Street, Indianapolis, Indiana, United States of America, do hereby declare the invention, for which we pray that a patent may be granted to us, and the method by which it is to be performed to be particularly described in and by the following statement:—

Effective vaporization of water depends on the ability of the surrounding air to absorb additional moisture and is thus affected by the humidity as well as the type and amount of clothing worn. It is not surprising, then, that football players, encased in “suits of armor”, have great difficulty dissipating heat produced during vigorous exercise. The efficiency of radiation, conduction and convection as mechanisms for heat loss is almost completely

La historia posterior de Gatorade® constituye también un interesante caso sobre la importancia de la propiedad intelectual y los acuerdos de transferencia. La marca registrada Gatorade® adquirió especial relevancia para mantener el esquema de regalías asociado a su comercialización.³

³UF Innovate. Why the University of Florida Gets a ~\$20M Cut of Gatorade Profits Every Year. University of Florida; 20 de septiembre de 2021. Disponible en: <https://innovate.research.ufl.edu/uf-gets-20m-gatorade/>

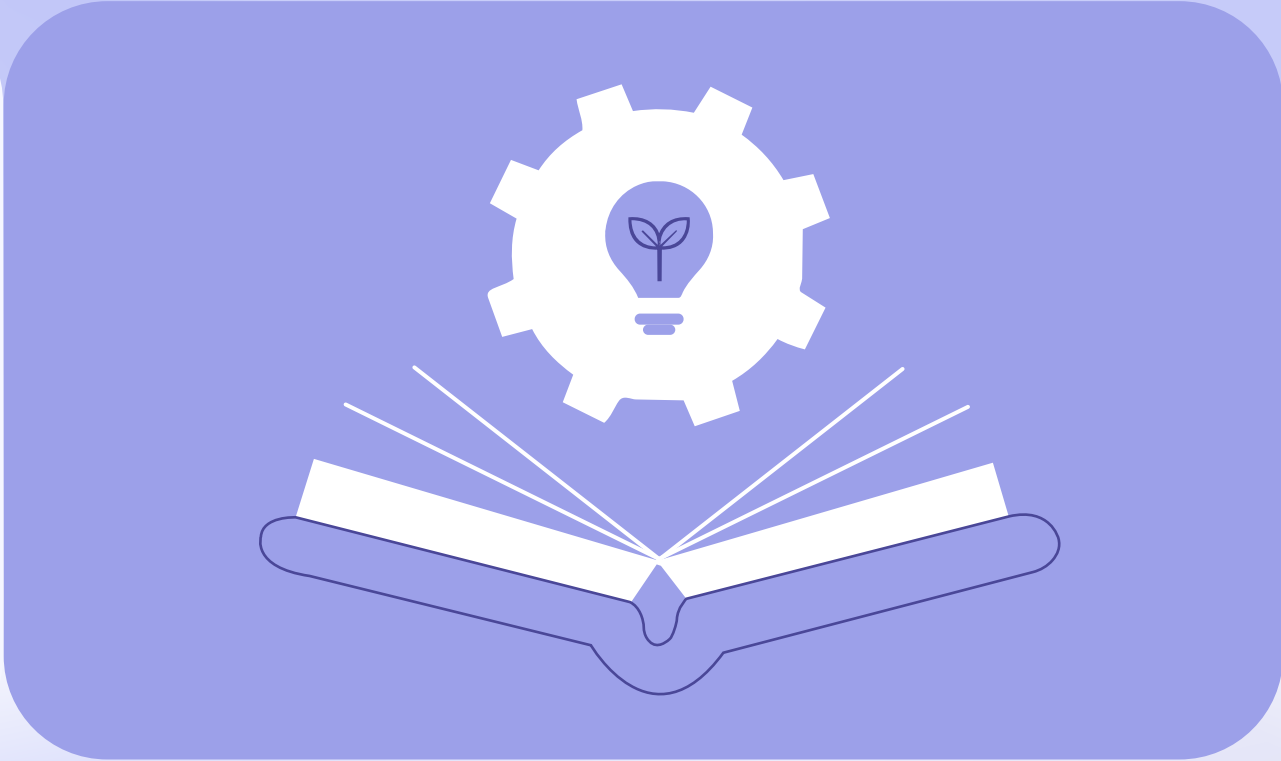
03

A diferencia de las patentes, cuya protección tiene una duración limitada, las marcas pueden mantenerse vigentes indefinidamente mediante su renovación periódica. En el caso de Gatorade®, este elemento ha contribuido a la continuidad del esquema mediante el cual una parte de los beneficios derivados de su comercialización retorna a la Universidad de Florida.

04

Este mecanismo permitió que una solución desarrollada en un entorno universitario pudiera producirse y comercializarse a gran escala, al tiempo que, una parte de los beneficios económicos derivados de su explotación comercial regresan al ecosistema académico.

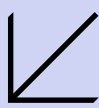
05



Lección de innovación:

La propiedad intelectual gestionada estratégicamente, puede convertirse en una herramienta para facilitar la transferencia de tecnología, establecer alianzas y llevar los resultados de investigación al mercado.

Generar impacto más allá de la investigación científica



El éxito de una investigación no depende únicamente de la generación de conocimiento científico, sino también de su capacidad para producir beneficios fuera del laboratorio, lo que se traduce en una innovación.

01

Lo que comenzó como una investigación para comprender los efectos del ejercicio sobre un grupo de jugadores, terminó dando origen a una bebida que alcanzó una amplia comercialización y se convirtió en uno de los desarrollos más reconocidos surgidos de la Universidad de Florida.

02

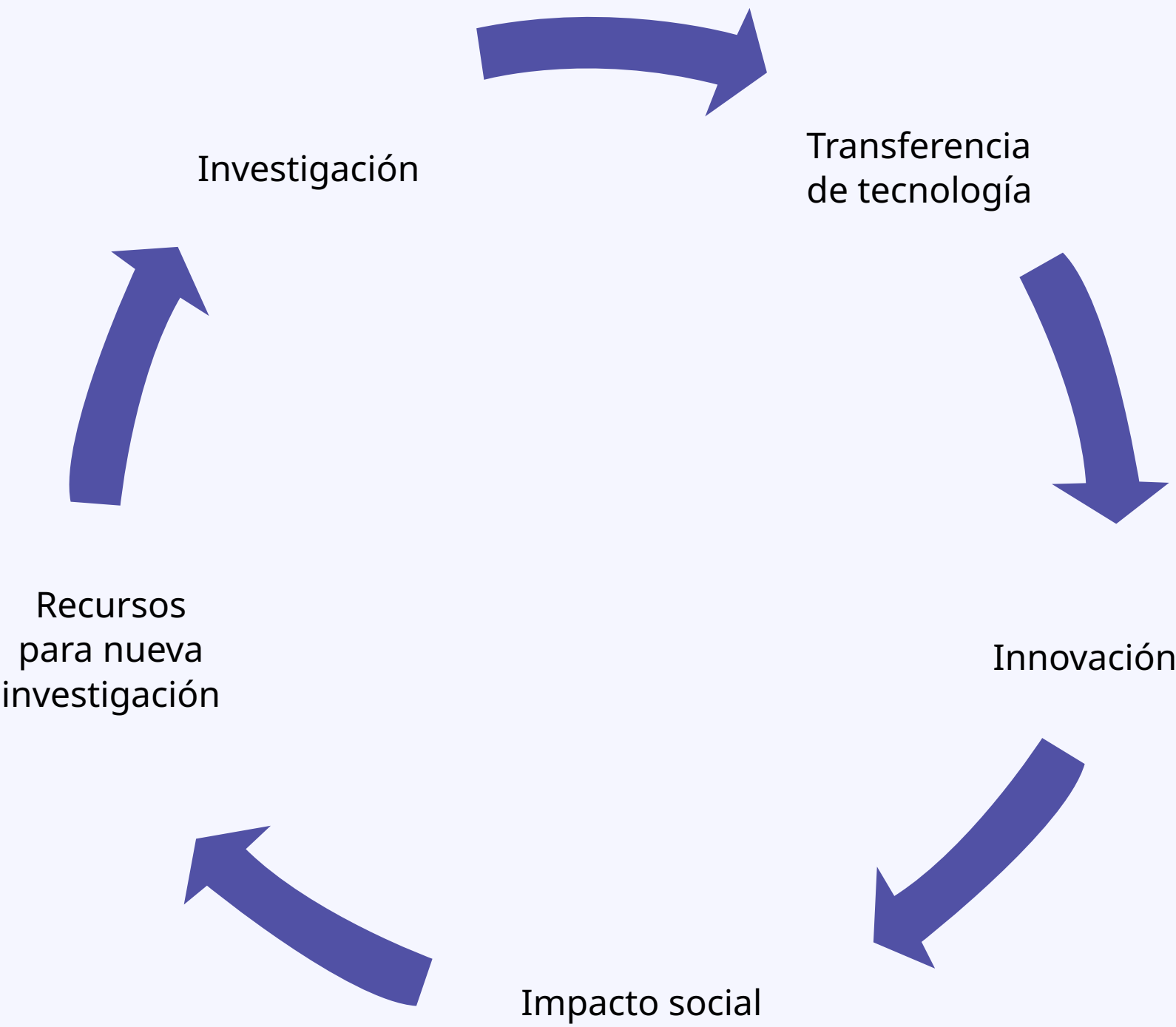


Existe otro aspecto particularmente relevante para las instituciones de investigación: el retorno de la innovación hacia la ciencia. De acuerdo con información publicada por la Universidad de Florida en 2025, la institución ha recibido más de 500 millones de dólares en regalías derivadas de Gatorade®, recursos que han contribuido al financiamiento de miles de proyectos de investigación⁴.

⁴Kays J. Gatorade: 60 Years of Research. Explore Magazine, University of Florida. 15 de septiembre de 2025. Disponible en: <https://explore.research.ufl.edu/gatorade-60-years-of-research.html>

03

De esta manera se genera un círculo virtuoso:



05

La historia de Gatorade® demuestra que los resultados generados en universidades y centros de investigación pueden trascender las publicaciones científicas cuando existe una ruta que permita identificar su potencial, validarlos, protegerlos y transferirlos.

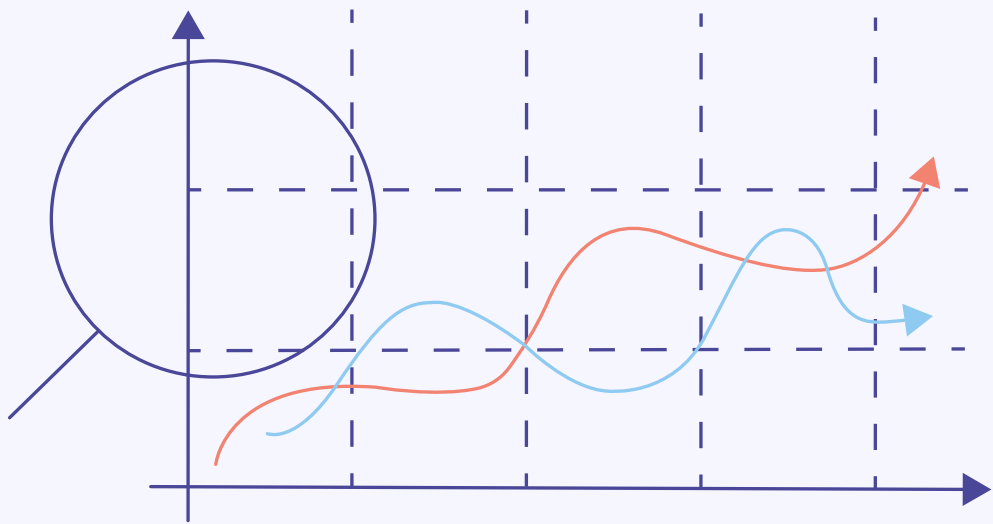
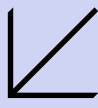
06



Lección de innovación:

El impacto de la innovación trasciende la generación de conocimiento cuando los resultados de investigación se transfieren a la sociedad, impactan en el sector económico y contribuyen, a su vez, al desarrollo de nuevas investigaciones.

Del laboratorio al mercado



Gatorade® nació de una pregunta científica formulada para resolver un problema concreto. Su trayectoria demuestra que una observación puede convertirse en investigación; la investigación en una solución, y una solución adecuadamente validada, protegida y transferida puede generar impacto económico y social.

01

Para las instituciones dedicadas a la investigación, como el INMEGEN, este caso deja una reflexión fundamental: los resultados científicos pueden tener aplicaciones y oportunidades de innovación que inicialmente no son evidentes. Identificarlas oportunamente y acompañarlas mediante estrategias de innovación, propiedad intelectual y transferencia de tecnología puede marcar la diferencia entre un resultado que permanece en el laboratorio y uno que logra trascender y generar impacto en la sociedad.

02



Si te interesa conocer la historia de otros casos de éxito en innovación, compártenos tu retroalimentación.