

Scintilla

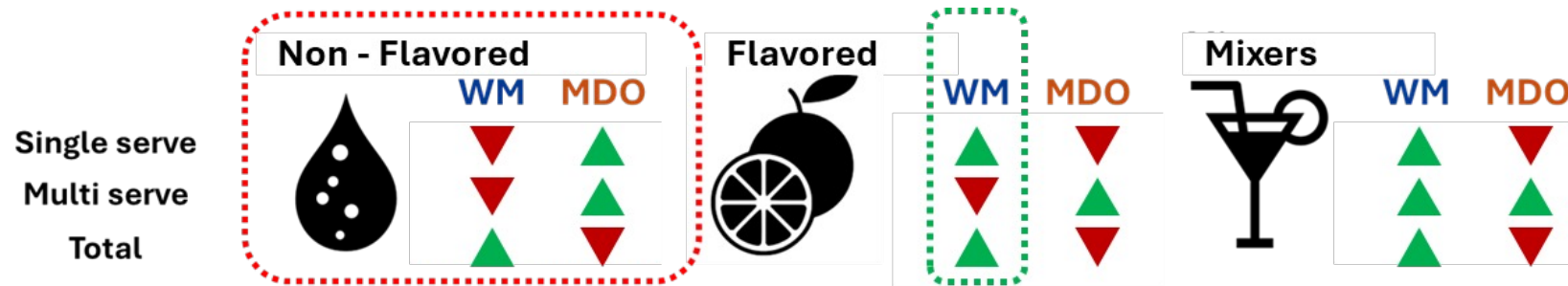
Caso: Agua mineral
saborizada



Scintilla Caso de Uso: Agua Mineral Saborizada

La oportunidad: ¿Por qué cambiar?

Durante la revisión anual colaborativa de la estrategia modular, el análisis de desempeño general mostró un aumento atípico en las ventas del segmento de agua mineral con sabor, superando las ventas del mercado de los competidores. No obstante, se identificó una oportunidad en el desempeño de los productos saborizados en presentaciones familiares.



Se necesitaba una comprensión más profunda de este desempeño para implementar acciones que permitieran a las áreas interdisciplinarias del equipo de bebidas capitalizar estas oportunidades.

Scintilla Caso de Uso: Agua Mineral Saborizada

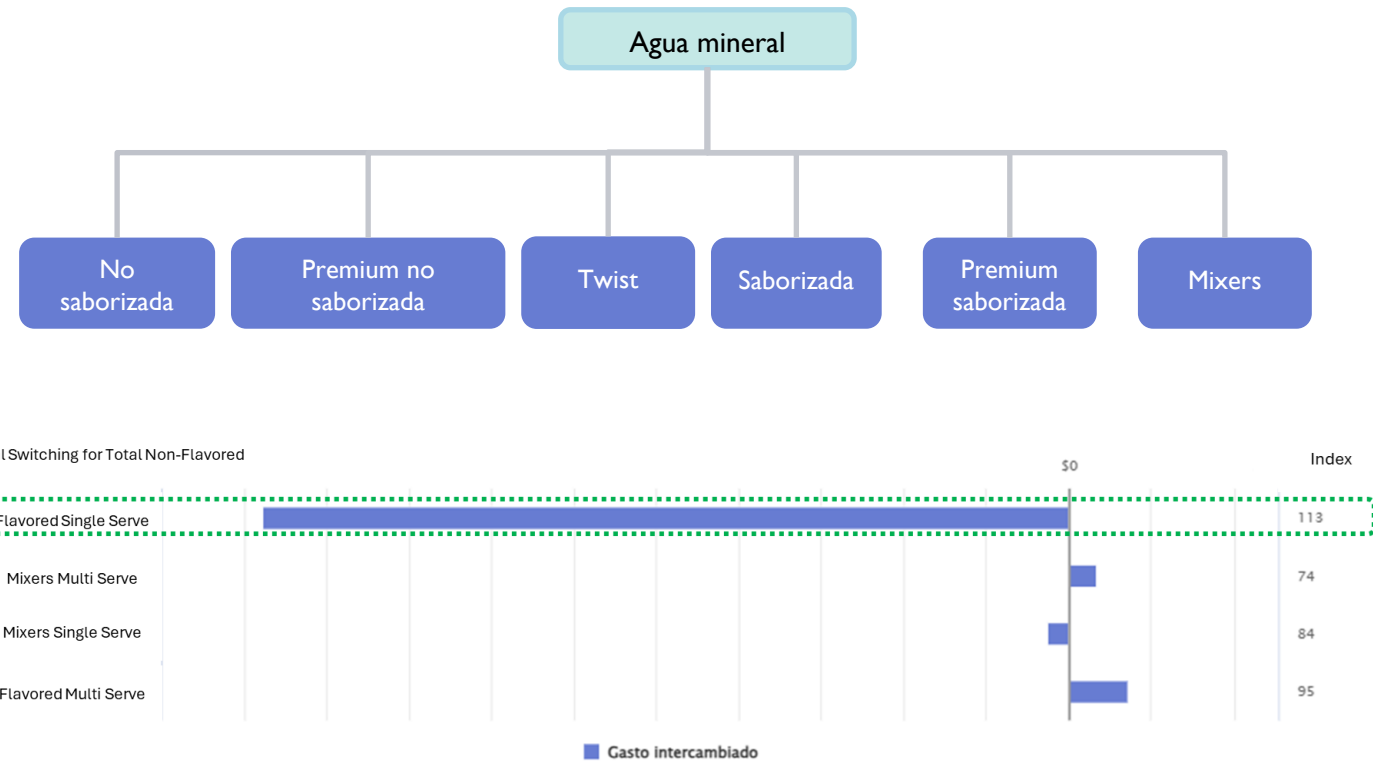
¿Cómo lo hicimos?: Un enfoque colaborativo basado en datos



Shopper Behavior

Para comprender mejor estos resultados, se realizó un análisis más profundo de los insights de Shopper Behavior. Las investigaciones incluyeron:

- A través del reporte de ADD se confirmó que la estrategia modular actual está alineada con los grupos de decisión existentes y su jerarquía.
- El reporte de desempeño en detalle de la categoría muestra que el segmento de agua saborizada tiene un mejor desempeño que el resto de los segmentos.
- El reporte de switching muestra que el segmento de aguas saborizadas está ganando preferencia entre los consumidores frente al segmento sin sabor.
- Hay un menor desempeño en las presentaciones grandes o familiares en comparación con las presentaciones individuales.

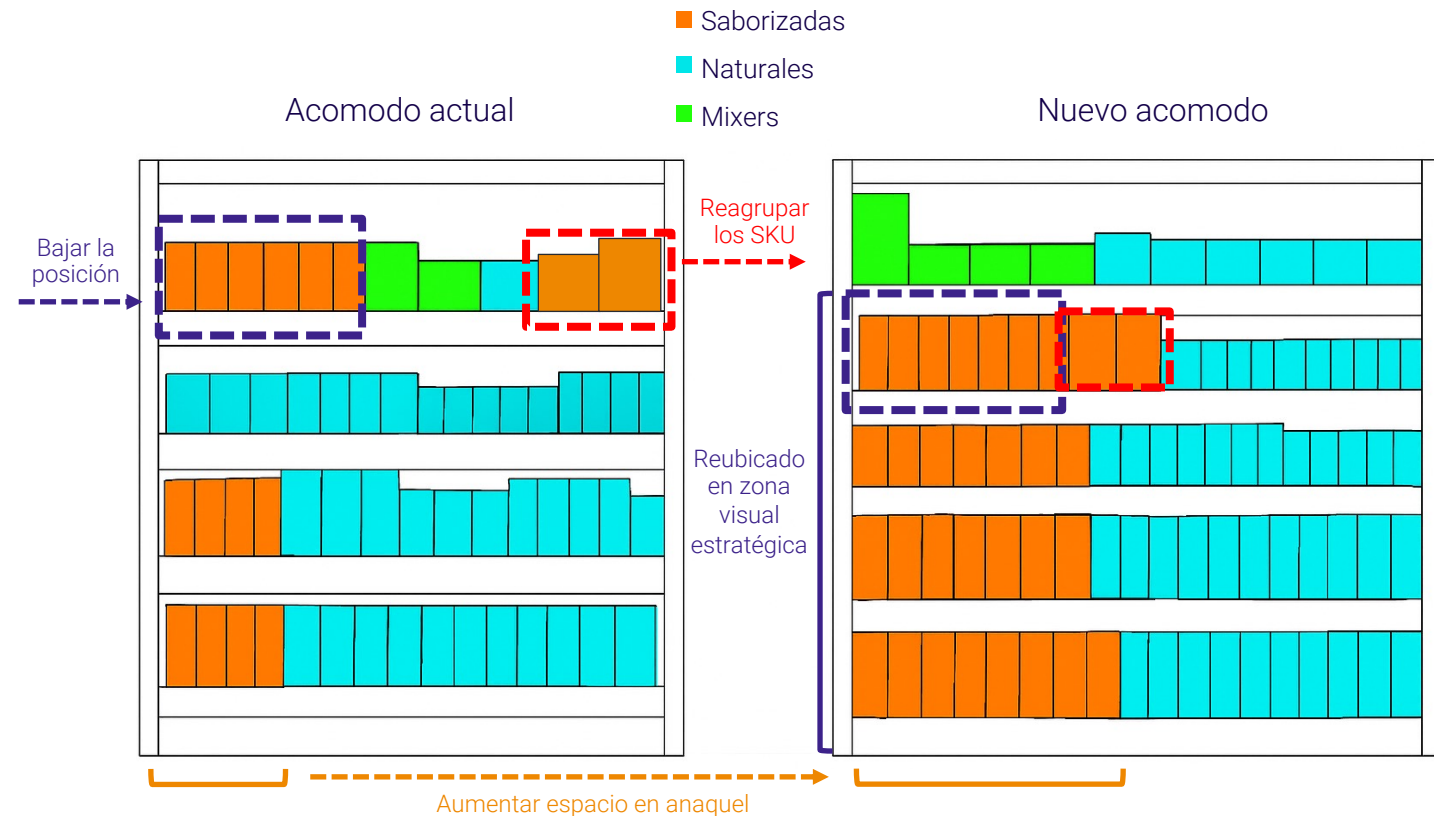


Scintilla Caso de Uso: Agua Mineral Saborizada

Acción: Una estrategia conjunta para el éxito

Una colaboración sólida entre Grupo Peñafiel, el equipo de category de Walmart, finanzas y el departamento modular, junto con los insights de Scintilla, fue clave para definir la estrategia modular de 2025. Con una visión conjunta orientada a mejorar el desempeño de la categoría a través de los prototipos modulares, se implementaron las siguientes acciones:

- Aumento del espacio en anaquel para el segmento saborizado para aprovechar la tendencia de crecimiento continuo.
- Reubicación del segmento saborizado en una zona visual estratégica para incentivar la compra.
- Reagrupación de todos los SKU saborizados en un bloque consolidado para facilitar la decisión de compra.



Scintilla Caso de Uso: Agua Mineral Saborizada

Resultados: Impacto tangible

- Crecimiento de doble dígito en el espacio en anaquel para el segmento saborizado, que será implementado en los puntos de venta en el cuarto trimestre de 2025.
- El segmento saborizado en presentaciones familiares se beneficiará del bloque consolidado para reducir la brecha de tendencia frente al desempeño del resto de las tiendas de autoservicio.
- Los resultados del análisis fueron concluyentes y se tomaron acciones inmediatas por parte del equipo de administración de categoría de Walmart para implementar la nueva estrategia mejorada. Esta acción conjunta será un pilar de crecimiento y permitirá superar los objetivos de ventas, siendo efectiva a partir de octubre 2025.