

## CASO DE ESTUDIO DE SCINTILLA



Inspire  
2025

Este caso de estudio se compartió en el evento de Inspire de Walmart Data Ventures, el 29 de octubre de 2025.



# Construyendo una Wonder Factory dentro de Walmart

## Resumen

MGA Entertainment lanzó Wonder Factory, una nueva marca exclusiva para Walmart, dentro de la categoría establecida de Dough & Compounds. Para garantizar un debut exitoso, recurrieron a los insights de Scintilla, lo que permitió a MGA Entertainment identificar oportunidades de espacio en blanco, validar su estrategia modular antes del lanzamiento y analizar Shopper Behavior después del lanzamiento. Sus esfuerzos resultaron en hallazgos accionables que ayudaron a su equipo comercial a optimizar la colocación y demostrar el valor de Wonder Factory como una adición diferenciada y de alto potencial al pasillo.

## Conclusiones Clave

- 1 Conectar los datos de vida a los insights del cliente
- 2 Scintilla permite un aprendizaje amplio: desde identificar el potencial de nuevos productos en categorías existentes hasta justificar espacio modular, mejorar el análisis competitivo y profundizar la comprensión del cliente
- 3 Conocer a tu cliente objetivo impulsa decisiones basadas en datos, fortalece el reconocimiento de marca y acelera el crecimiento del negocio



**Georgia Milhem**  
MGA Entertainment  
Analista de ventas



**Mason Snow**  
Walmart  
Omni Senior Merchant, Juguetes

**Scintilla nos dio  
indicadores tempranos  
sobre cómo podemos  
prepararnos y lanzar con  
éxito Wonder Factory a  
más clientes a nivel global**

**Georgia Milhem**  
MGA Entertainment  
Analista de ventas



# La Oportunidad





## Caso de Estudio de Scintilla: **MGA Entertainment**

Llevar innovación a la categoría de compuestos a través de un nuevo lanzamiento de producto



**Nunca se seca**



**Libre de gluten**



**Sistema de juego**



## Caso de Estudio de Scintilla: MGA Entertainment

Despertar el interés del cliente mediante características únicas

Cuando su equipo comercial los retó a energizar la categoría, MGA Entertainment creó un nuevo producto llamado Wonder Factory.

¡Ruédalo!



¡Estámpalo!



¡Guárdalo!



¡Conéctalo!



# El Enfoque



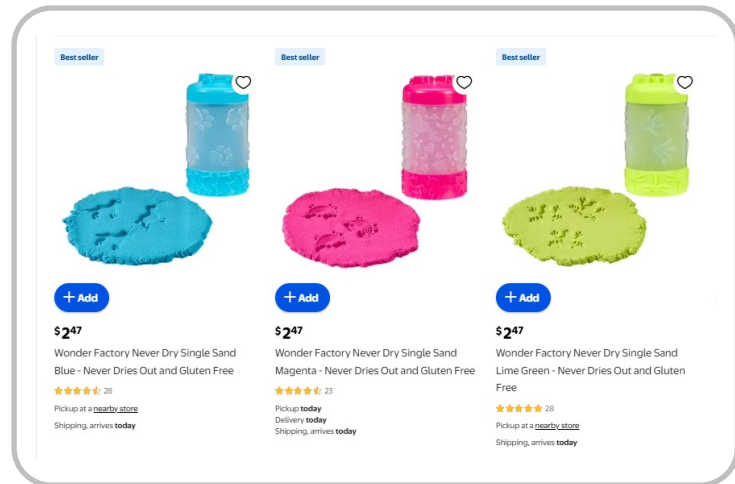
# Caso de Estudio de Scintilla: MGA Entertainment

## Wonder Factory lanzado exclusivamente en Walmart

# Walmart

El equipo utilizó Scintilla para comprender los primeros resultados de desempeño

### Lanzamiento digital



### Cabecera



### Set Modular







## Caso de Estudio de Scintilla: **MGA Entertainment**

Crearon una iniciativa de marketing para impulsar el reconocimiento.



### **Influencers**

Características auténticas del producto por creadores padres y familias



### **Medios Pagados**

Anuncios digitales dirigidos para generar conocimiento de marca e intención de compra en Walmart



### **Alianzas**

Recomendaciones de expertos para que los papás confíen y vean que tiene valor educativo



### **Redes sociales propias**

Contenido atractivo de la marca destacando características, beneficios e ideas de juego



### **Medios ganados**

Cobertura en prensa reforzando innovación y posicionamiento exclusivo en retail



### **Retail**

Tácticas de conversión en el funnel inferior (WMC, demostraciones, etc.)



## Caso de Estudio de Scintilla: MGA Entertainment

### Highlights de marketing

#### Desempeño

**30M+**  
impresiones

**26M+** usuarios  
alcanzados

**1.3M+** video  
vistas de video en  
todas las  
plataformas

**224K+** clics en  
enlaces

**CTR hasta 3.8%**

El lanzamiento de la marca fue respaldado por una estrategia de medios pagados, generando visibilidad de la marca, clics y conversiones en Meta y TikTok, alcanzando millones de cuidadores y fans del juego sensorial.

#### Videos con mejor desempeño:

**48K+**  
vistas

**vistas**

**#1 Reel con mejor  
desempeño en Instagram**

Fuente:  
[@jameslalvarez en Instagram](#)

**#2 Reel con mejor  
Desempeño en Instagram**

Fuente:  
[@lulu\\_make en Instagram](#)



## Caso de Estudio de Scintilla: **MGA Entertainment**

Comprender cómo el artículo se desempeña con los clientes a través de Scintilla

### Módulos usados de Scintilla:

#### Reportes

Se utilizaron varios reportes de **Scintilla** para entender el comportamiento de compra de Wonder Factory y competidores

#### Customer Perception

Encuestaron a participantes que compraron Dough & Compounds en Walmart en los últimos 6 meses

#### IHUT

Realizaron un In-Home User Test (IHUT) y encuestaron a clientes verificados de compounds en los últimos 12 meses

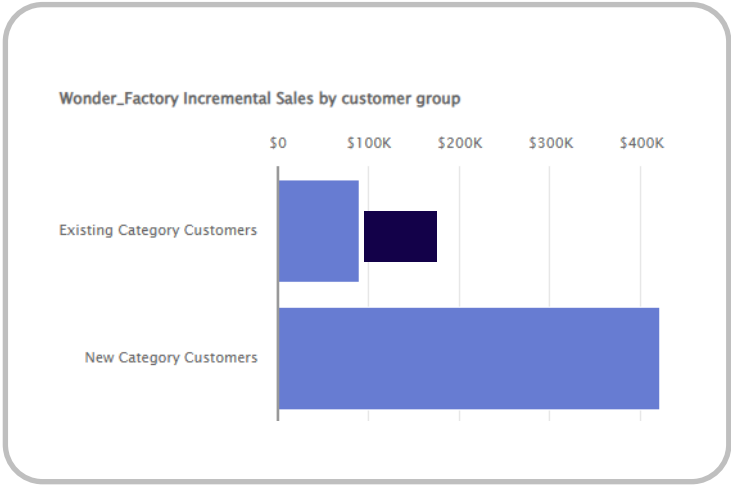




# Caso de Estudio de Scintilla: MGA Entertainment

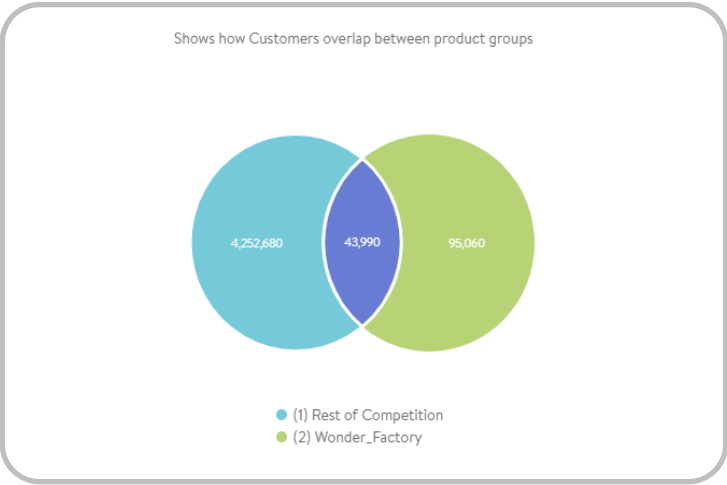
## Resumen de los reportes de Shopper Behavior

### Evaluación de Nuevos Productos



La innovación de MGA impulsó la expansión de clientes dentro de la categoría

### Compra cruzada



Wonder Factory tiene un grupo de clientes distintivo en crecimiento

### Canasta

Item Name	Composite Rank	Transactions	Customers	Product Penetration	Significance
Total		5,472,480	4,296,670		
ACTIVITY D7	1	925,360	868,840	16.91%	5.15%
CRAYONS	2	530,020	517,480	9.69%	4.04%
KIDS IMPULSE	3	613,300	581,540	11.21%	3.39%
MARKERS	4	396,680	387,690	7.25%	3.56%
SCISSORS	5	270,740	267,930	4.95%	4.03%
GLUE	6	434,990	427,040	7.95%	2.86%
PAINT AND COMPOUNDS	6	217,610	213,460	3.98%	5.90%
DRY ERASE MARKERS	8	302,620	298,780	5.53%	3.29%

Capacidad para identificar qué otros artículos compran los clientes junto con sus compras





## Caso de Estudio de Scintilla: MGA Entertainment

### Realizaron un recorrido por la tienda

El equipo continuó investigando viendo los artículos a los estándares como lo haría un cliente.



Integraron datos en vivo de artículos con insights de clientes para impacto estratégico en categorías





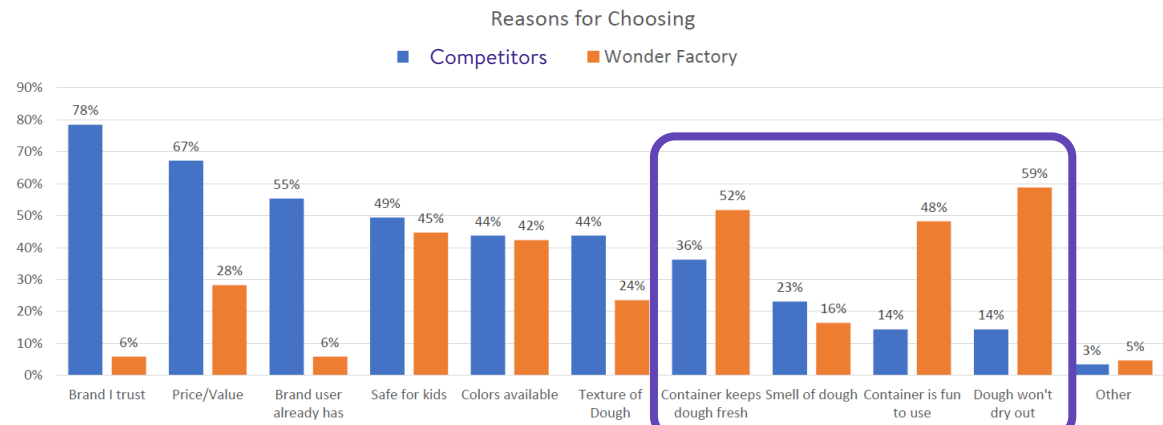
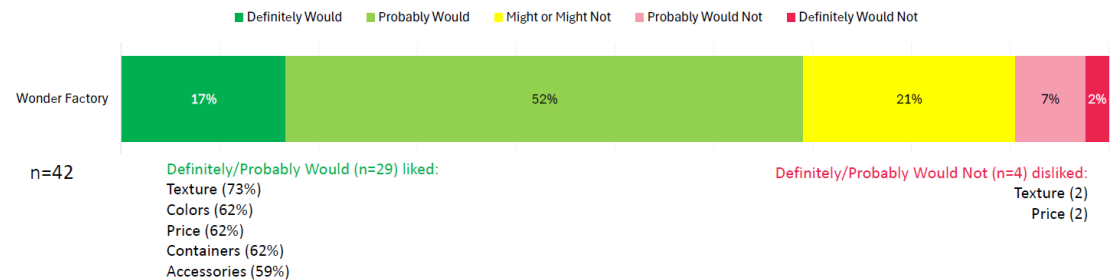
## Caso de Estudio de Scintilla: MGA Entertainment

Crearon una encuesta en **Customer Perception** para hablar directamente con clientes verificados de Walmart y descubrir qué les gustó y qué artículos y características podrían mejorar.

Los resultados de la encuesta en **Customer Perception** mostraron que a los clientes Les gusta

- La masa se mantiene fresca
- El envase es divertido
- La masa no se seca

Más de **2/3** de quienes compraron Wonder Factory probablemente volverían a comprar.







## Caso de Estudio de Scintilla: MGA Entertainment

Realizaron un IHUT para observar cómo interactúan los clientes de Walmart con los productos en sus hogares.

### Oportunidades:

1. Evaluar innovación del producto
2. Renovación del producto
3. Generar conocimiento de marca

### Nuestro objetivo:

Alcanzar 100 compradores con niños entre **2-4 años**, que hayan comprado un artículo de la categoría compunds en los últimos **12 meses**

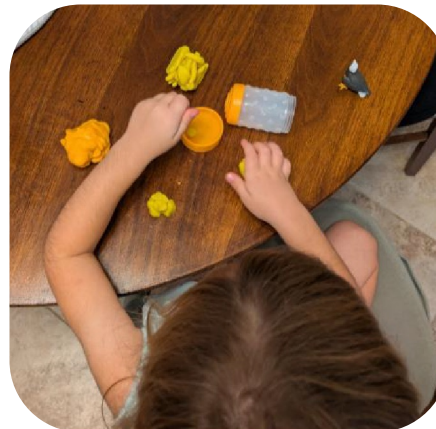




## Caso de Estudio de Scintilla: MGA Entertainment

### Resultados del IHUT

*“Me gusta que la masa Wonder Factory sea múltiples juguetes en un solo paquete que también funciona como contenedor de almacenamiento. Más probable que lo lleve en un viaje”*



*“Dejé algo afuera como prueba durante la noche, ya que el empaque dice que no se seca. Me impresionó cómo se sentía en la mañana. Además, el contenedor que también es un juguete. Es un empaque genial y muy útil para reutilizar.”*





# Caso de Estudio de Scintilla: MGA Entertainment

## Insights y conclusiones al aprovechar los módulos de Scintilla

### Reportes

- Seguimiento de varios KPIs para el desempeño de nuevos participantes
- Benchmarking del desempeño de competidores en la categoría

### Customer Perception

- Comprender **decisiones** de compra de clientes dentro de la categoría
- Probar diversas **variables** sobre satisfacción del cliente

### IHUT

- Insights sobre **patrones de juego** de clientes verificados de Walmart con los artículos
- **Feedback** del cliente sobre uso



# Los Resultados



## Caso de Estudio de Scintilla: **MGA Entertainment**

MGA Entertainment Desbloqueó varias oportunidades estratégicas

### Cambios en desarrollo de producto



Cambiar producto basado en **insights de desempeño por color** y Feedback del usuario

### Mejoras en marketing



Incrementar **conocimiento de marca** sobre el juego 2 en 1 y masa que nunca se seca

### Ejecución global en retail



Prepararse para una **ejecución global exitosa** de nuestra nueva marca

CASO DE ESTUDIO DE SCINTILLA

# Gracias

Inspire  
2025

Este caso de estudio se compartió en el evento de Inspire de Walmart Data Ventures, el 29 de octubre de 2025.