

# Caso de estudio de Scintilla

## Georgia-Pacific: Identificación de un paquete de lucha contra la inflación



# Georgia-Pacific

“Scintilla nos ha ayudado a entender cómo obtenemos una adopción a largo plazo y dónde se produce el cambio.



**Sarah Voskamp Brown**

Gerente sénior de Insights de Categorías  
Georgia-Pacific



## Caso de estudio de Scintilla: Georgia-Pacific

### La oportunidad:

Debido al cambio en el comportamiento del consumidor, Georgia-Pacific vio la necesidad de una opción de medidas que combatan la inflación para los consumidores preocupados por el precio que desean una experiencia de producto prémium a un precio de apertura.

### Las medidas tenían tres metas:

- Retener hogares en la categoría
- Minimizar el intercambio de niveles hacia abajo
- Crear oportunidades para impulsar el comercio



25 x 8.5" platos de papel



# Caso de estudio de Scintilla: Georgia-Pacific

## El enfoque: Entender la categoría



### Percepción del cliente

Acciones que están tomando los consumidores para compensar las presiones inflacionarias

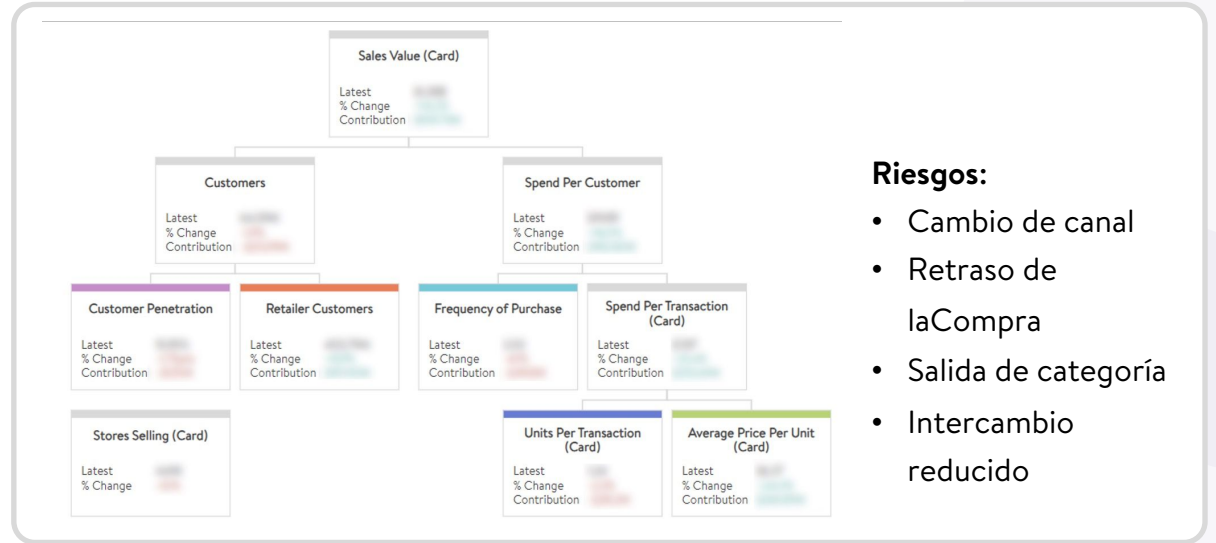


Fuente: Investigación sobre inflación de percepción del cliente, mayo de 2022  
Tamaño de la muestra 500: recortes de datos para ingresos y categoría de compra



### Shopper Behavior

Desempeño en detalle:  
Categoría total



#### Riesgos:

- Cambio de canal
- Retraso de la compra
- Salida de categoría
- Intercambio reducido

Fuente: Desempeño en detalle de Shopper Behavior, mayo de 2022



# Caso de estudio de Scintilla: Georgia-Pacific

## El enfoque: Entender la categoría

Los consumidores sensibles al precio favorecieron las marcas de valor, mientras que los de alto mercado favorecieron los multipacks de papel para imprimir.



### Shopper Behavior

Informe de desempeño en detalle:  
Perfil por Índice de precios al consumidor

Consumidores de papel de impresión de Walmart:  
Índice vs total

Item Name	Price Sensitive		Mid-Market		Up-Market	
	L4wks	YA	L4wks	YA	L4wks	YA
Surtido de papel de impresión	115	118	97	95	81	81
	138	136	89	90	69	66
	107	118	99	96	89	79
	95	92	102	103	101	103
	74	90	107	103	128	107
	95	99	102	101	99	94
	70	72	108	107	128	130
	62	66	109	109	142	138
	94	95	102	102	101	104
83	87	104	103	117	116	

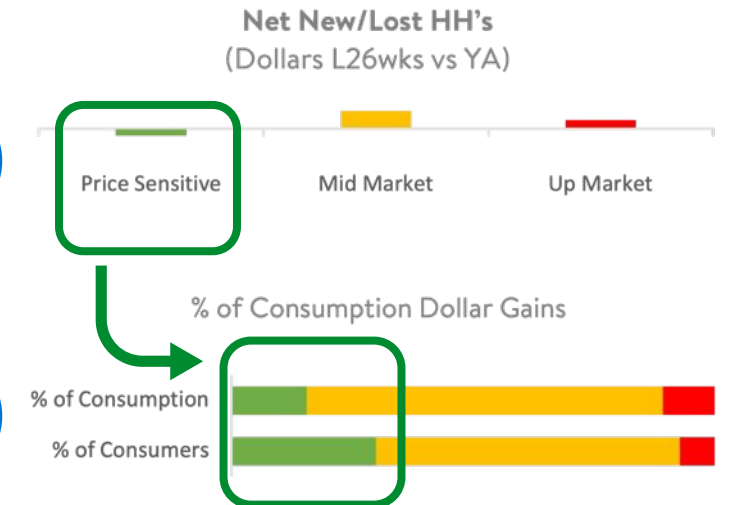
Fuente: Informe de desempeño en detalle de Shopper Behavior, Perfil por índice de precios al consumidor, L52wks, mayo de 2022



### Shopper Behavior

Informe de switching:  
Perfil por Índice de precios al consumidor

Un segmento crítico estaba saliendo de la categoría



Fuente: Informe de switching de Shopper Behavior por índice de precios al consumidor, L26wks, mayo de 2022



# Caso de estudio de Scintilla: Georgia-Pacific

El enfoque: Identificar al consumidor objetivo para el surtido

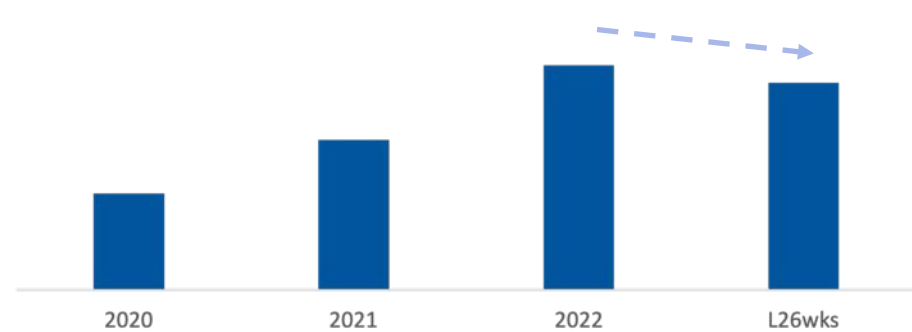
Shopper Behavior también reveló que había grandes usuarios en la categoría de papel para imprimir que tenían que elegir entre artículos premium y la reducción o cesación debido a la presión inflacionaria.

Price Sensitive Consumer- Index vs Total

	Price Sensitive Consumer- Index vs Total	
	Price Sensitive	Price Sensitive- Heavy User
De económica a premium por submarca	123	29
	114	60
	88	157
	95	173
	82	137
	86	156
	64	113

Desempeño en detalle de Shopper Behavior: Perfil

Unit Mix Trends- Premium Tier



Desempeño en detalle de Shopper Behavior: Tendencias

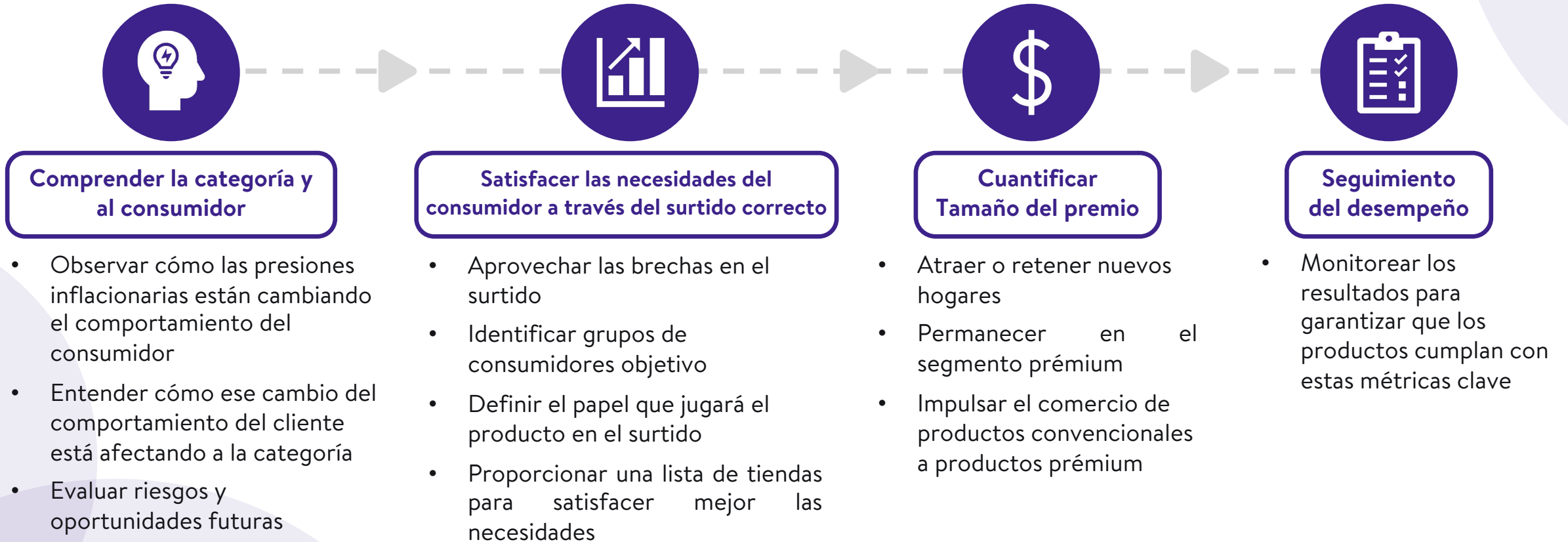
Fuente: Desempeño en detalle de Shopper Behavior por índice de precios al consumidor y grupo objetivo, semana de finalización, mayo de 2022



# Caso de estudio de Scintilla: Georgia-Pacific

El resultado: Colaboración centrada en el cliente

Scintilla reveló un camino claro para la acción en respuesta a los comportamientos cambiantes de los consumidores.



“ [Scintilla] asegura que la voz del cliente vuelva a tu análisis.



**Sarah Voskamp Brown**

Gerente sénior de Insights de Categorías  
Georgia-Pacific