



Innovation Pipeline Analysis & Simulator

Cliente | May | 2023



**La data mostrada en este documento, es con fines ilustrativos de los indicadores contenidos en el estudio Discovery Tracker. De ninguna manera refleja comportamientos de consumidores reales, información o estudios de nuestros clientes ni se evalúa a las marcas colocadas. Prohibido su uso para fines distintos.*

Introducción

Este estudio pretende ayudar a las empresas a identificar a las innovaciones de producto con mayor potencial en el mercado actual a través de una evaluación inetegral del producto y su concepto de propuesta de valor, permitiendo así identificar aquellos que que conectan más con el consumidor o ciertos nichos.



Objetivos

El objetivo de este estudio es identificar el potencial de las innovaciones propuestas y generar un pipeline de viabilidad para los lanzamientos propuestos por la marca.

- 01** | Cuantificar el potencial de los conceptos desarrollados para la cartera de innovación.
- 02** | Identificar la aceptación de los conceptos en diferentes nichos, como consumidores de una subcategoría, divisiones de nivel socioeconómico, grupos de edad, género o región.
- 03** | Evaluar cada concepto con métricas clave como uniqueness, understanding, credibility, relevance, brand fit etc.
- 04** | Conocer los elementos de mayor atractivo y áreas de oportunidad de cada concepto.
- 05** | Conocer el Source of volumen SOV / Incrementalidad potencial del producto de las ideas de producto ganadoras

Explicación Metodológica



Explicación de la evaluación Conjoint

2

Competitive Market Preference Simulation (CBC)

El cuestionario realiza una simulación de mercado competitivo a través de una combinación basada en elección con producto/descripción y precio como atributos y con diferentes opciones de precio como niveles. El conjunto se establecerá no solo con las innovaciones, sino también con los competidores del mercado que nos permitirán generar diferentes simulaciones de mercado para comprender los KPI clave como la canibalización del mercado, la fuente de volumen, la participación preferencial.



La metodología de Conjoint Análisis (CBC Choice Base Conjoint) es una técnica estadística que permite evaluar en qué medida los consumidores valoran las características que componen un producto o servicio. Esta evaluación se realiza solicitando a una muestra de la población que indique sus preferencias respecto a una lista de posibles productos, cada uno definido por ciertas características. El análisis de sus preferencias nos permite conocer cómo valoran los consumidores cada una de las características que componen el producto.

1

Se definen atributos y niveles y sus combinaciones

Atributos:

- Marca/Producto
- Tamaño
- Precio - diferentes puntos de precio

Niveles:

- Variaciones de producto

2

Diseño Experimental y Algoritmo de Exhibición

== HUMAN READABLE CHOICE CARD ==

BLK 1

CHOICE SET 1

Attribute	Alternative 1	Alternative 2	Alternative 3	Alternative 4	Alternative 5	Alternative 6
Product	Car	Car	Car	Car	Car	None of the above
Label	Car	Car	Car	Car	Car	None of the above
Price	\$10.00	\$8.00	\$8.00	\$12.00	\$12.00	

CHOICE SET 2

Attribute	Alternative 1	Alternative 2	Alternative 3	Alternative 4	Alternative 5	Alternative 6
Product	Car	Car	Car	Car	Car	None of the above
Label	Car	Car	Car	Car	Car	None of the above
Price	\$11.00	\$11.00	\$10.00	\$14.00	\$14.00	

CHOICE SET 3

Attribute	Alternative 1	Alternative 2	Alternative 3	Alternative 4	Alternative 5	Alternative 6
Product	Car	Car	Car	Car	Car	None of the above
Label	Car	Car	Car	Car	Car	None of the above
Price	\$10.00	\$10.00	\$14.00	\$8.00	\$14.00	

CHOICE SET 4

Attribute	Alternative 1	Alternative 2	Alternative 3	Alternative 4	Alternative 5	Alternative 6
Product	Car	Car	Car	Car	Car	None of the above
Label	Car	Car	Car	Car	Car	None of the above
Price	\$10.00	\$10.00	\$14.00	\$8.00	\$14.00	

CHOICE SET 5

Attribute	Alternative 1	Alternative 2	Alternative 3	Alternative 4	Alternative 5	Alternative 6
Product	Car	Car	Car	Car	Car	None of the above
Label	Car	Car	Car	Car	Car	None of the above
Price	\$11.00	\$11.00	\$10.00	\$14.00	\$14.00	

CHOICE SET 6

Attribute	Alternative 1	Alternative 2	Alternative 3	Alternative 4	Alternative 5	Alternative 6
Product	Car	Car	Car	Car	Car	None of the above
Label	Car	Car	Car	Car	Car	None of the above
Price	\$11.00	\$11.00	\$10.00	\$14.00	\$14.00	

3

Procesamiento y Análisis Estadístico

Procesamiento y análisis de las combinaciones expuestas y reducción a atributos y niveles de utilidades para la obtención de la participación preferencial.

La participación preferencial es la participación preferencial teórica del mercado en una situación de igualdad de condiciones donde los únicos factores a tener en cuenta son los productos y sus niveles y atributos.

4

Modelado de escenarios

Generación de escenarios y análisis de resultados.

Posición Sin Sellos	Marcas	Escenario 1	Preference Share			
			Market Actual (Sin Sellos)	Δ Variación en puntos de preferencia a Share	Crecimiento o disminución de la participación de mercado	Variación en posición de mercado
1	E puru	28.2%	22.6%	5.7	5.9%	0
2	Bong	15.4%	10.7%	4.7	30.1%	0
3	Coca Cola	10.9%	9.8%	1.0	14.0%	0
4	Del Valle	8.2%	10.2%	-2.0	-27.6%	-1
5	Del Valle Fruit	1.9%	3.9%	-1.9	-58.7%	-1
6	Del	2.1%	2.9%	-0.8	-63.8%	-1
7	Mundet	1.9%	4.1%	-1.2	-14.8%	-1
8	Be light	0.9%	2.8%	-1.8	-16.9%	-1
9	Fanta	0.0%	0.2%	-0.3	-14.9%	1
10	Otro	1.2%	2.4%	-1.2	-28.0%	-1

Ejemplo de Visualización

De los siguientes productos, ¿Cuál comprarías por encima de todos los demás?



Botana 1

\$16.50

SELECCIONAR



Botana 2

\$12.00

SELECCIONAR



Botana 3

\$15.00

SELECCIONAR



Botana 4

\$25.00

✓ SELECCIONAR



Botana 5

\$18.50

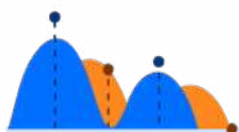
SELECCIONAR

✗ NINGUNA DE LAS ANTERIORES

Ficha metodológica

Naturaleza metodológica

Cuantitativa



Método de recolección de datos

Entrevista Personal - Computer Assisted
Web Interviewing
(CAWI)



Filtro

Consumidoras de botanas en el
último mes



Perfiles: 50% Consumidoras de la
categoría, 50% Abandonadoras de
Sabritas.

Ámbito geográfico del universo



CDMX 33%

GDL 34%

MTY 33%

Universo

Muestra que cumple los siguientes criterios:



Sexo: Mujeres



NSE: AB, C+, C, C-, D+



Edad: 18 a 55 años

Tamaño de la muestra

Unidades muestrales válidas



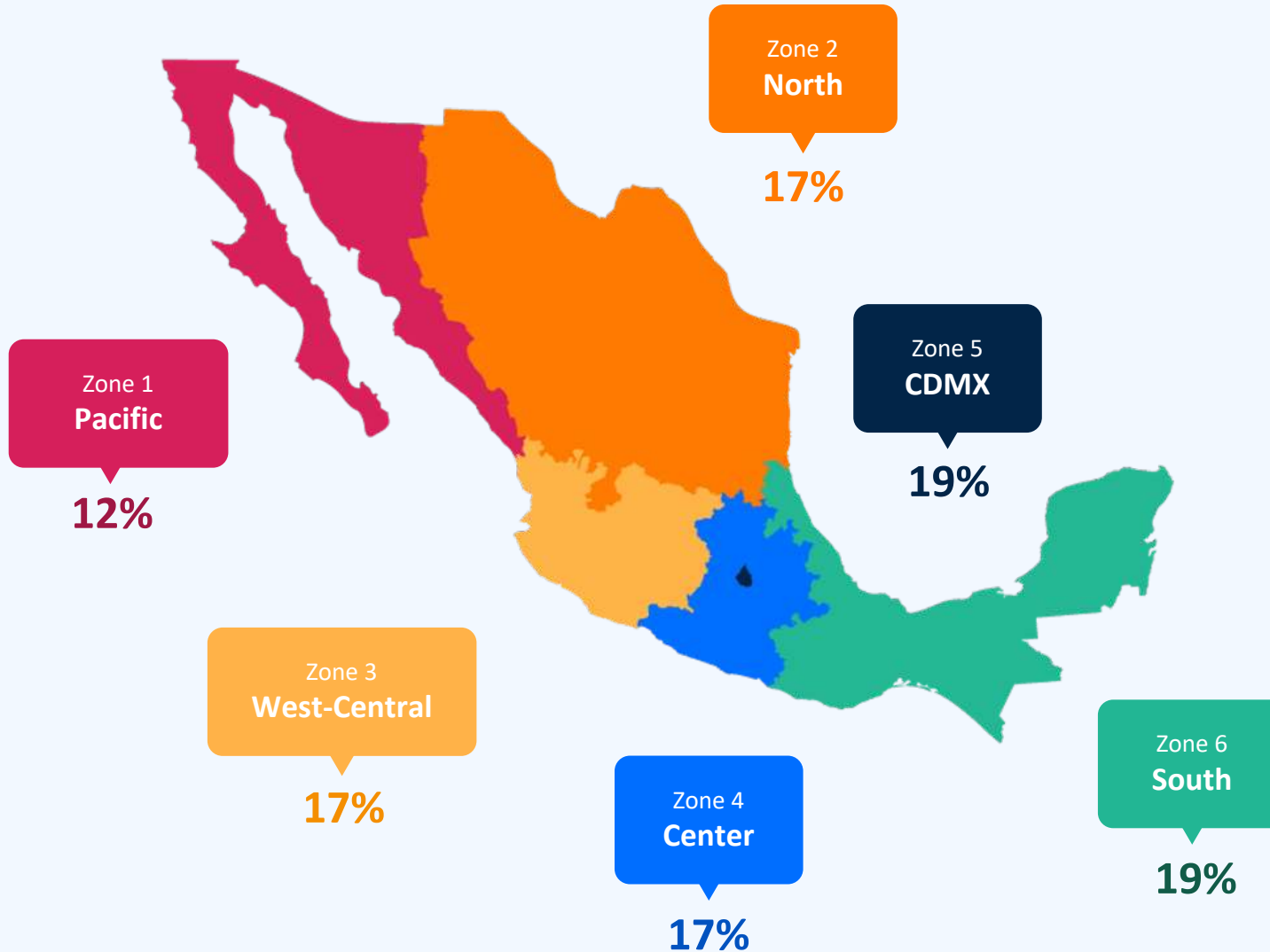
Margen de error: +- 4.85% para un nivel de confianza
de 95% (Universo >100,000)

Fecha de levantamiento: 26 de mayo del 2022 al 14 de junio del 2022
Tipo de cuestionario: Estructurado



Distribución de la muestra

Distribución de la muestra



4,000
Total Sample

Gender



Beers & FABs

Men	50%	50%
Mujeres	50%	50%

SEL



Beers & FABs

ABC+	29%	35%
CC-	47%	48%
D+D	24%	17%

Age



Beers & FABs

18 a 25	25%	31%
26 a 35	25%	29%
36 a 45	25%	26%
46 a 65	25%	14%

Geography



Beers & FABs

Área 1	15%	12%
Área 2	17%	17%
Área 3	15%	17%
Área 4	17%	17%
Área 5	17%	19%
Área 6	17%	19%



Productos evaluados

Productos incluido (Mercado actual)



Productos actuales en el mercado

Papas Sabritas Clásicas (46 g)	Takis Xplosion 280 g	Tostitos Multigrano 490 g
Papas Sabritas Clásicas (90 g)	Takis Xplosion 155 g	Tostitos Multigrano 240 g
Papas Sabritas Clásicas (180 g)	Takis Xplosion 65 g	Tostitos Salsa Verde 700 g
Papas Sabritas Clásicas (290 g)	Rancheritos Flamin' Hot 180 g	Tostitos Salsa Verde 490 g
Papas Fritas Sabritas Adobadas (46 g)	Rancheritos Flamin' Hot 90 g	Tostitos Salsa Verde 240 g
Papas Fritas Sabritas Adobadas (46 g)	Rancheritos Flamin' Hot 48 g	Tostitos Habanero 700 g
Papas Fritas Sabritas Adobadas (46 g)	Ruffles Queso 200 g	Tostitos Habanero 490 g
Papas Fritas Sabritas Adobadas (46 g)	Ruffles Queso 95 g	Tostitos Habanero 240 g
Papas Fritas Sabritas Limón 290 g	Ruffles Queso 46 g	Tostitos Totopos 700 g
Papas Fritas Sabritas Limón 180 g	Ruffles Limón 200 g	Tostitos Totopos 490 g
Papas Fritas Sabritas Limón 90 g	Ruffles Limón 95 g	Tostitos Totopos 240 g
Papas Fritas Sabritas Limón 46 g	Ruffles Limón 46 g	Sabritones Cacahuates 280 g

de productos incluidos

101

Innovaciones + Mercado actual

Total price alternatives

64

5 Puntos de precio por cada innovación

Innovaciones **incluidas**





Overall Performance





Inovation AI (Adoption Index)

El Inovation Ai es una métrica de factibilidad de éxito en el mercado del product. Considera las preferencias actuales de los consumidores de la categoría y las variables de atractivo, innovación percibida, relevancia para el consumidor, Fit con la marca e Intento de prueba.

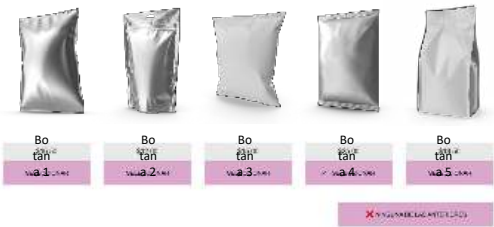
Esta metrica situa a cada product en 4 bandas de probabilidad de éxito y dependiendo del número y la banda en la que se encuentre nos habla de la viabilidad que obtiene.

La viabilidad se representa en 4 zonas:

- **Success** >90
- **High Potential** $90 > \text{In-AI} > 80$
- **Mid Viability** $80 > \text{In AI} > 60$
- **Not Go** $60 > \text{In- Ai}$

Inovation AI explicación metodológica

El Inovation AI es un indicador de la viabilidad del desarrollo de productos. Considera el puntaje de preferencia del mercado (conjunta) y las variables: Atractivo, Innovación, Relevancia para el consumidor, Brand Fit e Intención de prueba.

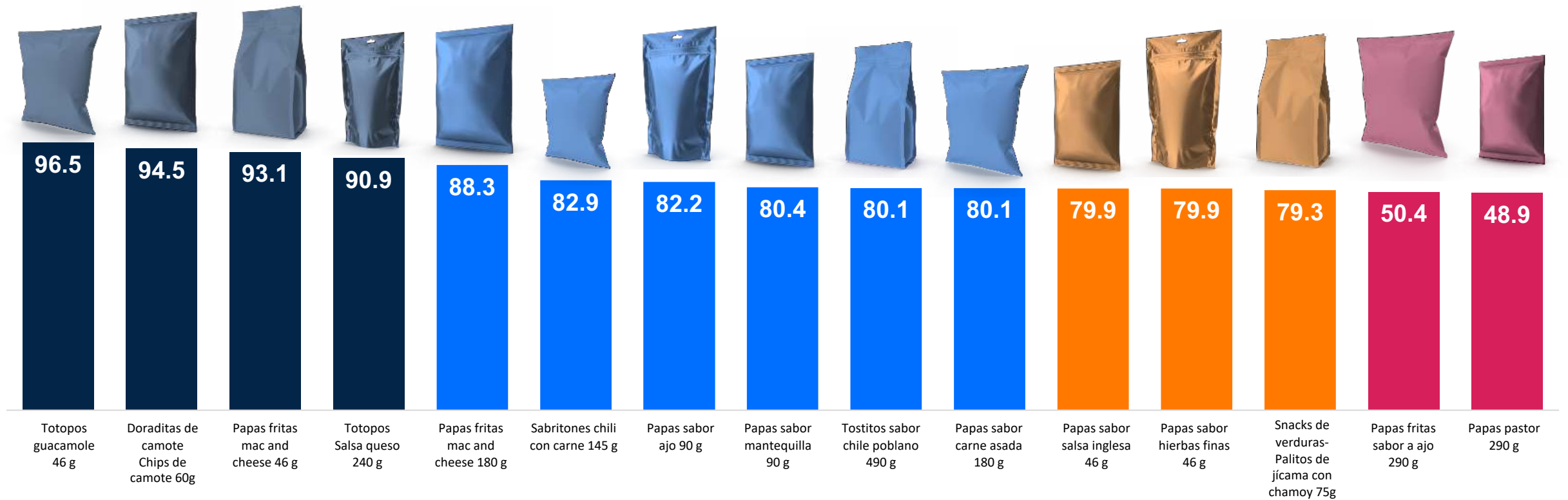


Overall Liking	Trial Intent	Brand Fit	Relevance	Innovation
73%	72%	73%	61%	63%
67%	67%	74%	59%	75%
80%	79%	80%	73%	73%
69%	70%	72%	58%	65%

AVS

 Success High viability	>90	 High Potential Small improvements	90-80	 Mid Viability Needs more work	80-60	 Not Go	<60
Alta probabilidad de éxito, como concepto puede satisfacer las necesidades de la mayoría de los clientes representados en la muestra		Con pequeñas mejoras como concepto, puede satisfacer las necesidades de la mayoría de los clientes representados en la muestra, o satisfacer a un gran subsegmento del tipo de consumidor de la muestra.		Necesita varios cambios para satisfacer a la mayoría de los clientes representados en la muestra o es un producto de nicho o subsegmento.		Necesita un cambio profundo en la propuesta de valor o en varios aspectos del concepto para poder convencer a una muestra más grande de clientes tipo.	

Inovation AI – Total muestra



Success
High viability



High Potential
Small improvements



Mid Viability
Needs more work



Not Go
Some barriers exist

Ranking – Total mercado

Producto	Rank position	Producto	Rank position	Producto	Rank position	Producto	Rank position
Tostitos guacamole 46 g	1	Papas sabor queso cheddar 46 g	16	Papas sabor queso azul 46 g	31	Papas fritas sabor pimienta negra 90 g	46
Papas fritas de camote 90 g	2	Tostitos guacamole 490 g	17	Tostitos con sabor chile morita 240 g	32	Papas fritas con sabor salsa inglesa 180 g	47
Papas fritas sabor pimienta negra 180 g	3	Papas fritas de camote 90 g	18	Papas sabor chile pasilla 46 g	33	Papas sabor hierbas finas 180 g	48
Papas fritas mac and cheese 46 g	4	Papas fritas mac and cheese 180 g	19	Papas parmesano 46 g	34	Tostitos sabor chile serrano 490 g	49
Tostitos Salsa queso 240 g	5	Papas fritas de camote 180 g	20	Papas sabor curry 46 g	35	Tostitos guacamole 700 g	50
Papas fritas sabor pimienta negra 290 g	6	Frituras de granos Frituras de quinoa y amaranto 50g	21	Papas con sabor a pimienta negra 46 g	36	Papas fritas de camote 290 g	51
Papas mantequilla 46 g	7	Papas fritas de camote 290 g	22	Papas sabor salsa inglesa 46 g	37	Papas fritas sabor mac and cheese 290 g	52
Papas fritas con sabor ajo 65 g	8	Tostitos salsa queso 490 g	23	Papas sabor hierbas finas 46 g	38	Papas pastor 290 g	53
Papas sabor salsa inglesa 90 g	9	Sabritones chili con carne 145 g	24	Tostitos con sabor chile serrano 240 g	39	Papas fritas sabor a ajo 290 g	54
Sabritones pizza 65 g	10	Papas sabor ajo 90 g	25	Sabritones sabor salchicha y tocino 65 g	40	Sabritones sabor jalapeño 280 g	55
Papas fritas con forma de animales 46 g	11	Papas sabor mantequilla 90 g	26	Papas sabor queso azul 90 g	41	Papas sabor queso cheddar 290 g	56
Takis jalapeño con queso	12	Tostitos sabor chile poblano 490 g	27	Tostitos sabor chile morita 490 g	42	Papas sabor chile pasilla 290 g	57
Tostitos sabor chile poblano 240 g	13	Papas sabor carne asada 180 g	28	Papas sabor cebolla 90 g	43	Sabritas sabor sushi 46 g	58
Sabritones chili con carne 65 g	14	Papas sabor queso cheddar 90 g	29	Papas sabor chile pasilla 90 g	44	Tostitos sabor chorizo 280 g	59
Papas sabor carne asada 46 g	15	Papas sabor queso cheddar 90 g	30	Papas fritas sabor curry 90 g	45	Takis sabor chile morita 490 g	60

Inovation AI – Por demográficos

Producto	General	AB C+	C C-	D+ D	Male	Female	18-34	35-44	45-54	55+	North	Center	Southeast
Tostitos guacamole 490 gPapas fritas camote 290 g	76	42	91	80	44	97	86	57	64	33	55	82	66
Tostitos guacamole 700 g	77	68	101	42	75	83	85	53	67	67	74	74	87
Papas pastor 180 g	78	85	76	70	80	64	55	92	75	97	67	72	80
Papas con sabor a ajo 90 g	79	87	79	69	84	65	56	93	76	98	69	73	81
Tostitos con sbaor chile poblano 490 g	80	98	62	61	72	87	71	60	93	91	87	65	88
Papas con froma de animales 90 g	81	84	70	78	95	58	92	68	46	41	57	95	49
Papas sabor carne asada 90 g	82	32	84	100	81	75	75	61	80	48	80	87	42
Papas fritas sabor a queso azul 90 g	83	103	77	57	64	94	81	86	63	93	95	79	60
Tostitos con sabor a chile morita 490 g	84	78	65	94	103	38	66	97	79	90	81	89	57
Papas con sabor a cebolla 180 g	85	81	89	87	105	43	78	81	92	72	48	85	100
Papas con sabor a chile pasilla 180 g	86	108	86	62	74	100	83	91	68	96	102	88	67
Papas sabor a salsa inglesa	87	101	74	90	102	63	77	76	87	100	90	84	93
Papas con sabor a hierbas finas 90 g	88	73	64	109	83	89	108	58	53	75	98	66	99
Tostitos sabor tocino 65 g	89	50	92	98	91	82	89	62	81	56	86	97	51
Tostitos con sabor a chile serrano 490 g	90	69	99	75	96	72	82	109	62	40	68	91	90

Performance principales kpi's – Total muestra

Innovation	Ino AI	Overall Liking	Trial Intent	Brand Fit	Relevance	Innovation
		61%	62%	63%	50%	65%
Tostitos guacamole 46 g	96.5	73%	72%	73%	61%	63%
Papas fritas de camote 90 g	94.5	67%	67%	74%	59%	75%
Doraditas de camote Chips de camote 60g	93.1	80%	79%	80%	73%	73%
Papas fritas mac and cheese 46 g	90.9	69%	70%	72%	58%	65%
Tostitos Salsa queso 240 g	88.3	75%	73%	78%	61%	70%
Papas fritas sabor pimienta negra 290 g	82.9	70%	67%	66%	64%	70%
Papas mantequilla 46 g	82.2	60%	64%	63%	47%	53%
Papas fritas con sabor ajo 65 g	80.4	71%	67%	71%	60%	70%
Sabritas sabor sushi 46 g	80.1	73%	74%	73%	61%	65%
Sabritones pizza 65 g	80.1	75%	74%	76%	62%	67%

■ Above norm

■ Below norm ■ No norm



Espacios de Demanda

Fit con espacios de demanda

Los espacios de demanda son momentos de consumo en los que el producto se vuelve apropiado o en los que el producto facilmente puede encajar. En la medida en que un producto satisfaga las necesidades de un momento en particular el producto tiene mas probabilidades de tener éxito pues hace match con una necesidad concreta de consumidor.

Demand Spaces 	
Instant Unwind	Perfect Fit
Glam Socializing	
Savour & Disconnect	
Reuniting	
Young Catch Up	
Big Night	

Perfect Fit

Resultado significativamente superior al valor esperado

Fit

Resultado en el valor esperado

Not Fit

Resultado significativamente por debajo del valor esperado

Best Fit

Espacio de demanda con el que más se asoció el producto

Fit con espacios de demanda

Producto<	Espacio de demanda 1	Espacio de demanda 2	Espacio de demanda 3	Espacio de demanda 4	Espacio de demanda 5	Espacio de demanda 6
Papas fritas sabor pimienta negra 290 g	Perfect Fit	Fit	Fit	No Fit	No Fit	Fit
Papas fritas de camote 90 g	Fit	Perfect Fit	Fit	No Fit	No Fit	Fit
Papas fritas mac and cheese 46 g	Fit	Fit	Fit	No Fit	No Fit	Perfect Fit
Tostitos Salsa queso 240 g	Perfect Fit	Fit	Fit	No Fit	Fit	Fit
Papas sabor queso cheddar 90 g	Perfect Fit	Perfect Fit	Fit	No Fit	No Fit	Fit
Tostitos guacamole 46g	Perfect Fit	Fit	Fit	No Fit	No Fit	Fit
Papas mantequilla 46 g	Perfect Fit	Fit	Fit	No Fit	Fit	Perfect Fit
Tostitos guacamole 46 g	Fit	Fit	Perfect Fit	No Fit	No Fit	Fit
Papas fritas de camote 90 g	Fit	Fit	Perfect Fit	Fit	No Fit	Fit
Papas fritas de camote 90 g	Perfect Fit	Fit	Perfect Fit	Fit	No Fit	Fit
Papas fritas mac and cheese 180 g	Perfect Fit	Perfect Fit	Fit	No Fit	No Fit	Fit
Papas fritas de camote 180 g	Perfect Fit	Fit	Fit	No Fit	No Fit	Fit
Frituras de quinoa y amaranto 50g	Fit	Fit	Perfect Fit	No Fit	No Fit	Perfect Fit
Papas fritas de camote 290 g	Fit	Fit	Fit	No Fit	No Fit	Perfect Fit
Tostitos salsa queso 490 g	Perfect Fit	Fit	Fit	No Fit	Fit	Fit



Desempeño individual de concepto

3

Innovations Test

Una vez que se realiza el conjoint, probaremos cada innovación desde diferentes perspectivas para validar su desempeño individual y poder compararlas entre sí, y también compararlas con las normas de referencia para los indicadores. Los bloques internos de esta sección serán KPI de rendimiento, atributos clave, análisis de concepto e imagen, gustos y disgustos cualitativos.

1

Innovation Performance KPIs

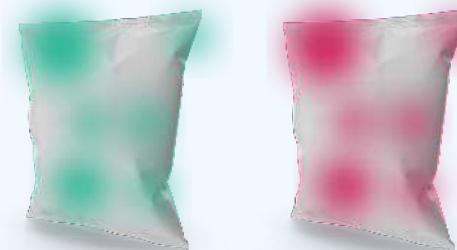
Attributes Evaluated:

- Overall Liking
- Trial Intent
- Brand Fit
- Relevance
- Innovation

2

Packaging Likes & Dislikes

Attributes Evaluated: Packaging HeatMap



OpenEnd Packaging Likes and Dislikes

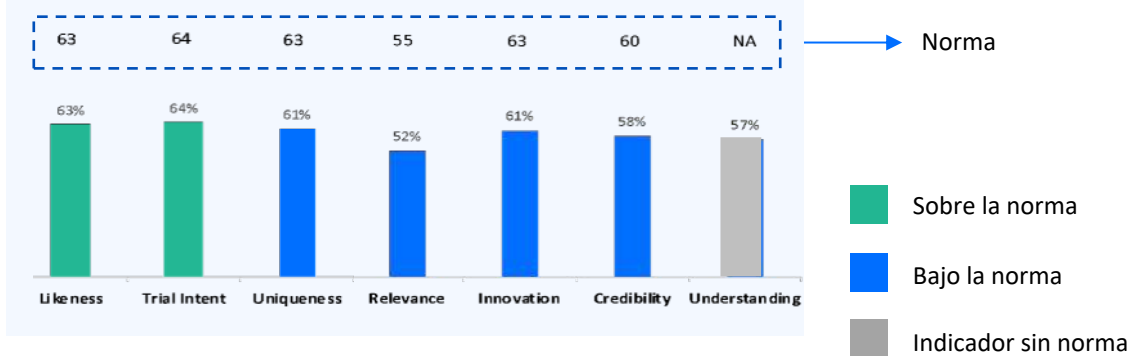
Análisis Incluidos

Demand Spaces



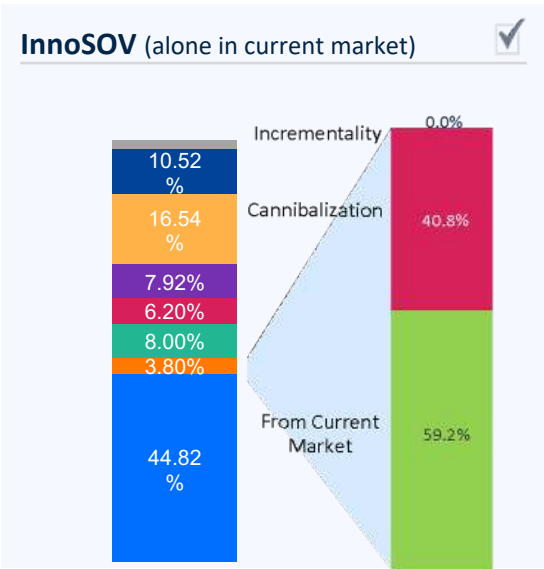
Concept Performance KPIs – T2B

Presentael resultado T2 boxes de cada una de las dimensiones evaluadas y su performance con respect a nuestra normas de evaluación de innovaciones de la categoria.



El Innosov es un análisis que muestra la fuente del volumen generado por los conceptos de innovación.

El gráfico de la izquierda muestra la participación por empresa, incluidas las innovaciones de Barcel.



El gráfico de la derecha muestra, de la participación que obtuvo la innovación, cuánto canibaliza y cuánto se lleva del mercado actual.

Este resultado está considerando los formatos probados en conjunto y en igualdad de condiciones.

Papas sabor pimienta negra 290 g



AVS Results



AVS Position

1

AVS Result

96.5

Demand Spaces



Instant Unwind

Perfect Fit

Glam Socializing

Fit

Savour & Disconnect

Fit

Reuniting

No Fit

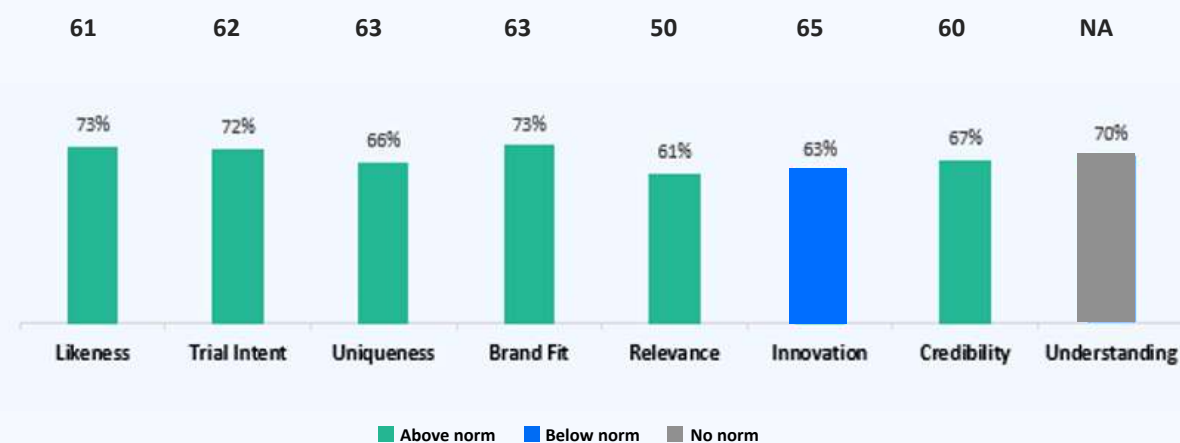
Young Catch Up

No Fit

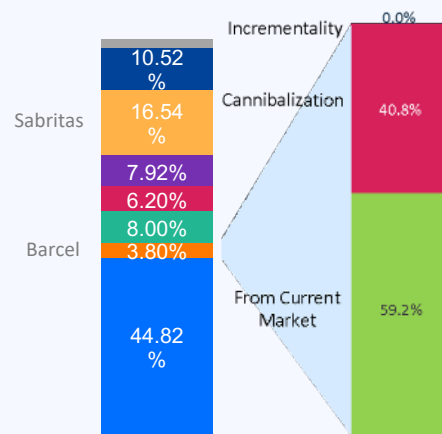
Big Night

Fit

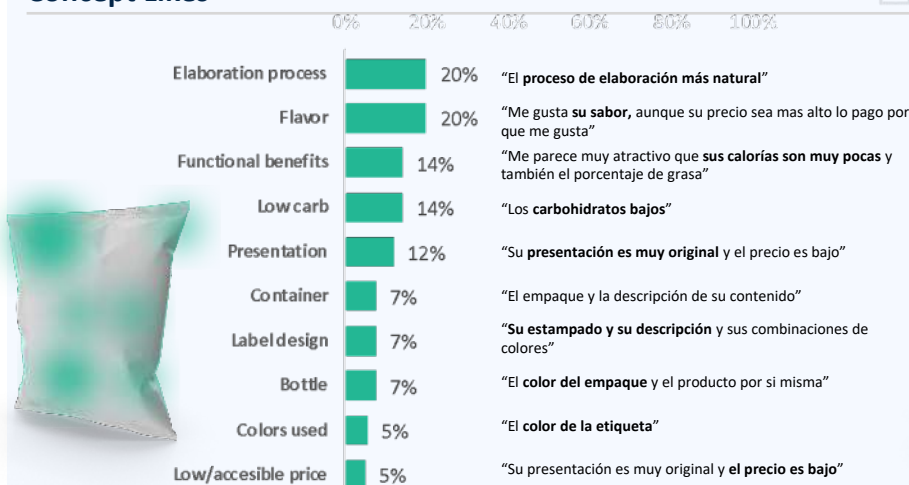
Concept Performance KPIs – T2B



InnoSOV (alone in current market)



Concept Likes



Concept Dislikes



Chips sabor pimienta negra 290 g



Demand Spaces by demographics ☒

Demographic	Instant Unwind	Glam Socializing	Savour & Disconnect	Reuniting	Young Catch Up	Big Night
	Perfect Fit	Fit	Fit	No Fit	No Fit	Fit
AB C+	Fit	Perfect Fit	Fit	No Fit	No Fit	Fit
C C-	Fit	Fit	Fit	No Fit	No Fit	Perfect Fit
D+ D	Perfect Fit	Fit	Fit	No Fit	Fit	Fit
Male	Perfect Fit	Perfect Fit	Fit	No Fit	No Fit	Fit
Female	Perfect Fit	Fit	Fit	No Fit	No Fit	Fit
18-34	Perfect Fit	Fit	Fit	No Fit	Fit	Perfect Fit
35-44	Fit	Fit	Perfect Fit	No Fit	No Fit	Fit
45-54	Fit	Fit	Perfect Fit	Fit	No Fit	Fit
55+	Perfect Fit	Fit	Perfect Fit	Fit	No Fit	Fit
North	Perfect Fit	Perfect Fit	Fit	No Fit	No Fit	Fit
Center	Perfect Fit	Fit	Fit	No Fit	No Fit	Fit
South	Fit	Fit	Perfect Fit	No Fit	No Fit	Perfect Fit



Escenario 1

Mercado actual + Innovación de 390 gr

Comparative Scenarios - Current Big Size Vs Innovation Papas sabor pimienta negra – Full sample

Black pepper flavor chips 290gr well received in the large packaging segment, although it achieves a preference share of 3.04%, this comes with 0.85% in cannibalization from Barcel brands.



Brand	Ruffles salsa negra	Chips sal	Takis original	Takis Volcano	Chips jalapeño	PopCorners sea salt	Golden nuts sal rústica	Pringles Paprika	Sabritas gourmet vino tinto	Sabritas gourmet queso Suizo	Frit Ravich Queso curado	Sabritas Gourmet jamón serrano	Snaps pimienta y sal de mar
Current Scenario (CS)		3.44%	5.44%	5.27%	4.57%	3.63%	3.95%	3.71%	15.06%	7.71%	4.11%	7.23%	16.77%
Papas pimienta negra 290 gr	3.04%	3.28%	5.17%	5.02%	4.48%	3.48%	3.76%	3.62%	14.36%	7.29%	3.95%	6.86%	16.67%
Variation vs CS	3.04%	-0.17%	-0.26%	-0.25%	-0.10%	-0.15%	-0.19%	-0.08%	-0.71%	-0.42%	-0.16%	-0.37%	-0.11%
Relative Variation vs CS		-4.87%	-4.83%	-4.74%	-2.10%	-4.12%	-4.69%	-2.23%	-4.69%	-5.41%	-3.99%	-5.15%	-0.64%



www.atlantiasearch.com

