

Dos innovaciones para destacar

- **Café con la marca y el sabor de Jack Daniel's**

Una extensión de la marca de whisky a nuevos territorios que se suman a los ya explorados por Jack Daniel's en salsa *barbecue*.

Con la apelación a los ingredientes de calidad, el cuidado en la elaboración y la aplicación de saberes específicos, Jack Daniel's se apoya en su prestigio para buscar nuevos territorios fuera de su categoría tradicional. Tanto el café como la salsa, se entrelazan con el whisky como miembros del mundo gourmet, con sabores intensos y posicionamiento Premium.

Jack Daniel's mantiene el ADN de la marca más allá del whisky.



- **Tostitos con bolsa "party safe"**

Tostitos lanza un pack con una función muy original, la de detectar el exceso de consumo de alcohol.



Con una apelación indirecta a la seguridad y relacionado con la fiesta o el festejo con amigos, la marca agrega un beneficio totalmente original que aparentemente no tiene relación con los elementos funcionales del producto. La asociación reside en la ocasión de consumo y las bebidas consumidas en esa ocasión. El lanzamiento se vinculó al *Super Bowl* de la NFL en febrero 2017. Un claro ejemplo de como innovar trascendiendo los límites organolépticos del producto.