

Categoría: Sustentabilidad Ambiental (2.4)

Programa: Lay's Bio Based Film – PepsiCo Chile

Organización: Burson Cohn & Wolfe

Departamento: Brandcomm

Responsables: María José Arrau (Directora de cuentas de BCW para Avon Chile), Pablo Prieto (Senior Account Executive de BCW para PepsiCo Chile), Carola Reyes (Executive Account de BCW para PepsiCo Chile) y Consuelo Tornero (Executive Account de BCW para PepsiCo Chile)

Tuit: Siguiendo el compromiso para el año 2025, PepsiCo continúa innovando y presenta una nueva tecnología de envase de origen vegetal, plan piloto que se probará en nuestro país en los empaques de Lay's Artesanas.

Introducción

PepsiCo Chile se encuentra presente en el mercado local desde hace más de 30 años. Actualmente cuenta con un amplio portafolio de productos de alimentos y bebidas, tales como Lay's, Quaker, Pepsi, Twistos, Gatorade y Toddy marcas líderes en el mercado de snacks, cereales, gaseosas, isotónicas y galletas respectivamente.

El 80% de los chilenos cree que el principal problema de la contaminación es la cantidad de basura que se genera. Ese es uno de los resultados de la encuesta "Tendencias y actitudes de los chilenos frente al reciclaje y el compostaje" que elaboró PepsiCo junto a TriCiclos y Cadem el año 2018. Aun en mayor profundidad, 6 de cada 10 encuestados cree que el cuidado del medio ambiente depende de los mismos ciudadanos. Sin embargo, a pesar de que existe coincidencia en ese ámbito aún existen cifras alarmantes: solo el 10% de los residuos se recicla de acuerdo al Ministerio de Medioambiente.

PepsiCo entiende la necesidad y la responsabilidad que debe tener el sector privado en el cuidado del medioambiente.

En la visión de PepsiCo aparece el objetivo de ofrecer un rendimiento financiero de primer nivel a través de la mejora de los productos que vende, el empoderamiento de las personas de todo el mundo y la operación responsable para proteger el planeta, teniendo el compromiso de que el 100% de sus empaques sean reciclables, biodegradables o compostables hacia el año 2025. Por eso en Chile se dio inicio a la prueba piloto, importantísima a nivel mundial, que consiste en el desarrollo de un envase de origen vegetal para la marca de papas fritas conocida a nivel mundial, LAY'S® Artesanas.

El empaque está elaborado con más del 85% de fuentes renovables derivadas de vegetales, reduce en un 60% la huella de carbono, utiliza un 48% menos de energía en comparación con el proceso de fabricación de un empaque tradicional y es 100% compostable en condiciones industriales. Con esta iniciativa PepsiCo buscaba obtener los aprendizajes necesarios a lo largo

de toda la cadena de valor: sobre el comportamiento de los consumidores ante una propuesta sustentable; sobre las variables y resultados en el punto de venta y su sostenibilidad económica; sobre los sistemas y procesos de recolección; y sobre el desempeño del compostaje en nuestro país.

Uno de los beneficios principales de este envase es que logra desde el proceso inicial, la reducción de la huella de carbono, ya que están hechos de materiales renovables.

A diferencia de un empaque tradicional (para los cuales se requieren como materia prima petróleo), el empaque de origen vegetal disminuye la huella de carbono por estos dos motivos:

- El vegetal absorbe CO₂ de la atmósfera como parte de su proceso natural de crecimiento.

- El uso del vegetal como base, elimina el uso de materiales sintéticos provenientes del petróleo, y la reemplaza por un proceso que libera menos carbono a la atmósfera.

¿Por qué Chile?

Porque es un mercado clave para PepsiCo porque es líder en innovación. Además de ofrecer condiciones superiores en la industria del compostaje y reciclaje comparado con otros países, la operación en PepsiCo Chile es benchmark a nivel regional, por su foco y resultados en la gestión y sustentabilidad ambiental.

¿Por qué Lay's?

Lay's Artesanas fue elegida para la implementación del plan piloto porque se trata de un producto para un consumidor muy receptivo a este tipo de innovaciones: que valora lo natural, se preocupa por el medio ambiente, y aprecia la naturalidad de las materias primas que salen de nuestra tierra.

Acotar el piloto a un producto específico, permitió obtener resultados de una manera controlada y ordenada, ya que PepsiCo quiso plantear el uso alternativo de materiales que desde su composición permitieran dar más pasos hacia un mundo sustentable. Como piloto, los aprendizajes de esta experiencia fueron analizados local y globalmente para poder generar los aprendizajes necesarios e impulsar en toda la industria la utilización de este tipo de materiales.

Este empaque de origen vegetal es más costoso que el actualmente utilizado por la industria. Pero PepsiCo no traspasó esos costos al consumidor durante este piloto. Parte de los aprendizajes de este piloto fue levantar las necesidades y restricciones para lograr hacer más eficientes los costos.

Burson Cohn & Wolfe, una de las agencias de consultoría en comunicación estratégica y relaciones públicas más grandes en el mundo, con 158 oficinas en 110 países, asume la tarea de realizar la comunicación estratégica de esta campaña, poniendo en práctica un plan robusto con resultados excepcionales.

El objetivo del plan comunicacional fue posicionar a PepsiCo como un innovador en empaques sostenibles (entre la industria de Alimentos y Bebidas), al anunciar la llegada de Bio-Based de PepsiCo en Chile a través de un programa piloto.

La estrategia fue relevar y resaltar la innovadora y pionera tecnología de empaquetado de origen vegetal de PepsiCo, y cómo esta es una prueba relevante del compromiso con el medio ambiente y el objetivo de que el 100% de sus envases sean reciclables al año 2025.

Narrativa: “Siguiendo el compromiso de para el año 2025, PepsiCo continúa innovando y presenta una nueva tecnología de envase de origen vegetal, que se probará en un programa piloto en Chile”.

Ejecución del Plan:

Fases del plan comunicación:

1. Kick OFF inauguración en Punto Limpio, en donde se encuentra el contenedor especial de la campaña de Lay's Artesanas.

En octubre de 2018, comenzó la puesta en marcha del plan comunicacional, el Kick OFF fue el primer hito que se realizó en el Punto Limpio ubicado en el supermercado Líder de Príncipe de Gales, región metropolitana. En dicha instancia se dio a conocer el piloto y se invitó a los participantes a reciclar su envase de Lay's Artesanas en los contenedores ubicado en diversos puntos limpios que cuentan los supermercados Líder de la capital. Tras el Kick OFF, se realizó una nota con el canal de televisión Chilevisión, donde se expuso el plan piloto desde todas sus aristas (producción en planta, consumo, reciclaje y compostaje industrial).

2. Encuesta Cadem sobre el comportamiento de los consumidores y realización de evento para dar a conocer los resultados.

La segunda etapa, constó con la realización de una encuesta, a 750 personas, que se trabajó de la mano con Cadem y TriCiclos. Esta encuesta dio a conocer las tendencias y actitudes de los chilenos frente al reciclaje. La valoración y disposición de los consumidores a pagar por productos de empresas que se hicieran cargo de sus desechos y esfuerzos por disminuir sus contaminantes.

Los insights levantados en la encuesta son los siguientes:

- Principales problemas ambientales que tiene Chile es el mal manejo de los residuos por parte de los ciudadanos.
- El 57% de los chilenos si recicla y lo hace en puntos limpios a lo largo del país, específicamente los ubicados en Walmart o Líder.
- El 45% de los consumidores se fija que el envase sea retornable o reciclable al momento de comprar.

Una vez finalizada la encuesta los resultados se dieron a conocer en un evento realizado el día 5 de diciembre, en el Hotel Place Hyatt Santiago, donde se contó con la presencia de Guillermo González, jefe de oficina de Economía Circular del Ministerio de Medio Ambiente; Gonzalo Muñoz Jefe de TriCiclos Latam; más colaboradores de PepsiCo.

3. Participación en Foro de Economía Circular

PepsiCo fue invitado a participar en una nueva versión del Foro Latinoamericano de Economía Circular que se realizó los días 11 y 12 de diciembre de 2019, en el centro cultural Estación Mapocho. La audiencia fue de más de 400 personas, del sector público, empresas y emprendedores, académicos y público general.

José María Bagnardi, gerente general de PepsiCo Chile de ese entonces, expuso sobre las buenas prácticas de Economía Circular de PepsiCo reforzando el plan piloto Bio Based Film.

4. Envío de comunicado de prensa

Se envió comunicado de prensa a medios de comunicación, además realizar gestión 1:1, entregando la data obtenida en la encuesta y que entrega como solución la llegada de Lay's Artesanas al mercado con su envase compostable a niveles industriales.

5. On Going: Activación en RR. SS corporativas de PepsiCo Chile

Para lograr mayor visibilidad del plan piloto, se comunicó a través de RR.SS. la implementación y llegada de un envase comportable a nivel industrial, en donde reciclar y cómo es el proceso.

Ajustes

El trabajo realizado por Burson Cohn and Wolfe fue darle una vuelta para lograr mayor alcance, por esta razón se propone crear una encuesta para saber qué conductas tienen los chilenos frente al cuidado del medio ambiente, realizando una encuesta que contextualizó la llegada de la innovación a nuestro país.

Evaluación/ Pruebas

Resultados

Se registraron resultados excepcionales relacionados con las gestiones de prensa y acciones en redes sociales. Estos registros recopilan información desde octubre de 2018 hasta febrero de 2019.

Prensa

Impacto en medios: 37 publicaciones

Valoración publicitaria: USD 83.630

En redes sociales, más de 14.384 cuentas alcanzadas, y un total de 66.589 impresiones.