

Premios Eikon 2020 - Presentación de campaña

CAMPAÑA: "JUNTOS POR EL PARQUE"

Categorías a postular:

Categoría 2: Sustentabilidad
2.2 Sustentabilidad Social

Capítulo

General

Título del Programa:

"Juntos por El Parque"

Nombre de la compañía o institución:

PepsiCo Chile

Departamento que desarrolló plan:

Asuntos Públicos, Ciudadanía Corporativa y Sustentabilidad de PepsiCo Chile.

Persona/s responsable/s del plan de comunicación:

Jazmín Beccar, Gerente de Comunicaciones de Cono Sur, PepsiCo
Kyklos/ Parla Comunicaciones

Campaña "Juntos por el Parque" de PepsiCo

1.- Introducción

PepsiCo es una compañía global de alimentos y bebidas, cuyos productos son disfrutados por consumidores más de mil millones de veces al día en más de 200 países y territorios alrededor del mundo. Cuenta con un portafolio complementario de alimentos y bebidas que incluye Lay's, Doritos, Cheetos, Gatorade, Pepsi-Cola, Mountain Dew, Quaker y SodaStream. PepsiCo es guiada por la visión de ser el líder global en alimentos y bebidas. En 2021 impulsó Pep+ una transformación estratégica total que coloca la sustentabilidad en el centro de cómo crear valor y crecimiento al operar dentro de los límites planetarios e inspirar el cambio positivo para el planeta y las personas. PepsiCo Latinoamérica es un sector de la compañía que incluye todos los negocios de alimentos y bebidas en la región; abarca 34 mercados emergentes y en desarrollo. Las unidades de negocio en el sector incluyen snacks, bebidas, galletas dulces y saladas y nutrición.

En Chile se encuentra presente desde 1965. 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, isotónicos y galletas respectivamente. Cuenta con 25 centros de distribución, 500 rutas de ventas y presencia en más de 60.000 puntos de venta en todo el país.

Las unidades de negocios de PepsiCo Chile buscan impulsar el talento local; por eso generan más de 2.000 empleos directos, con colaboradores que trabajan con esfuerzo en la producción y desarrollo de nuevos productos creados específicamente para satisfacer los gustos y tendencias de los consumidores.

La misión de la empresa es: "SER LÍDER GLOBAL DE ALIMENTOS Y BEBIDAS CONVENIENTES AL GANAR CON UN PROPÓSITO". Esto refleja nuestra ambición de ganar de manera sostenible en el mercado y acelerar nuestro crecimiento de primera línea, al tiempo que mantenemos nuestro compromiso de hacer el bien por el planeta y nuestras comunidades. Se basa en décadas de progreso que hemos logrado desde que se fundó PepsiCo Chile en 1965, al tiempo que establece una base firme para una nueva era de crecimiento y prosperidad. Para ayudarnos a lograr esta visión, hemos definido un nuevo conjunto de aspiraciones: llegar a ser más rápidos, más fuertes y mejores.

En su Informe Global de Sostenibilidad 2020, PepsiCo destacó su continuo esfuerzo por generar un cambio positivo para el planeta y las personas, al tiempo que reconoce el trabajo que tiene por delante para hacer frente a los desafíos del sistema alimentario como el cambio climático, la pérdida del suelo fértil, los residuos de envases y la desigualdad.

Diagnóstico

- Un estudio desarrollado por ANIR y Kyklos (Estudio del material disponible en el país y el reciclado de los productos prioritarios en Chile) reveló que en Chile sólo

se recicla el 24% de las 324 mil toneladas de plásticos disponibles a nivel nacional.

→ Además, un estudio de Anuario CENEM 2019 y Aduana, DataSur 2019, señala que el 15% de los envases y embalajes PLÁSTICOS que circulan en el país corresponden a PP (polipropileno), lo que equivale a 70 mil toneladas. El 20% se valoriza actualmente y la capacidad de reciclaje es de un 50%.

Se detectó la necesidad de mejorar la recuperación de plástico PP flexible por:

1. Falta de educación ambiental en torno al residuo.
2. Volumen alto de bajo peso (poco eficiente).
3. Puntos de reciclaje escasos.
4. Limpieza de éstos residuos (aceite por ejemplo).
5. Proveedores de disposición final solo reciben material enfardado.

Así, y con el fin de encontrar una solución ambiental a los plásticos flexibles y botellas plásticas de la comuna de Cerrillos, nace un proyecto colaborativo entre la comunidad y el sector público y privado, dando como resultado la campaña **“Juntos por el Parque”**.



Objetivo de la iniciativa

Desarrollar una solución innovadora para darle una salida al plástico flexible, distinta al reciclaje, que extienda la vida del residuo (upcycling), y que además tuviera un valor social para Cerrillos, donde PepsiCo hoy tiene su planta productiva.

El proyecto impulsado por PepsiCo fue ejecutado por Kyklos, que a través de su Desafío Chile Sin Basura 2040, sensibilizó y educó a la comunidad en torno a la oportunidad en la recuperación del plástico flexible, por medio de "ecobotellas", que consiste en botellas plásticas rellenas de PP flexibles, que funcionaban a su vez, como contenedores y vehículos para su posterior valorización.

La campaña contó con la participación del Municipio de Cerrillos, quienes apoyaron y movilizaron a la comunidad de colegios y almaceneros de la comuna. Gracias al apoyo de Parque Metropolitano, Kyklos gestionó la recolección de las ecobotellas, a través de la instalación de puntos móviles y puntos fijos en Cerrillos y otras comunas del gran Santiago. De esta manera, las ecobotellas recolectadas fueron entregadas a Fundación Revalora, para ser transformadas en madera plástica o "ecomaderas" las que finalmente se transformaron en material de construcción para el diseño que la Fundación Deporte libre, trabajó privilegiando la calidad de vida de las personas a través del deporte.

- "Juntos por el Parque" dio vida a un eco parque deportivo en Chile hecho con y por la comunidad, en base a material reciclado. Fue además el primer Pump Track y bankshot (canastas de básquetbol) de la zona sur de la capital (Santiago) diseñado con ecobotellas (9.184). El parque, que se encuentra ubicado al interior del Parque Bicentenario de Cerrillos, también consideró la confección de un Pump Track para niños, y cuenta con accesos inclusivos para personas con movilidad reducida.

La construcción del parque evitó que 3.3 toneladas de plástico llegaran a rellenos sanitarios.

Etapas del proyecto fueron:

- **Planificación (abril y mayo de 2021):** coordinación de todas las organizaciones. Definición de tareas y plazos. Se resolvieron las preguntas centrales del proyecto: *¿Qué se realizará? ¿Cómo se hará? ¿Quiénes participarán? ¿Para qué?*
- **Recolección (junio a noviembre de 2021):** se invitó a los colegios de Cerrillos a juntar sus ecoladrillos. Además, se incentivó a la comunidad de todo Santiago a reunir sus botellas, rellenas con plástico y depositarlas en diferentes puntos móviles instalados en la Región Metropolitana.
- **Producción (junio a noviembre de 2021):** una vez reunidas las botellas, se dio inicio a la etapa de producción de ecoladrillos para la construcción del parque.
- **Producción parque (octubre a diciembre de 2021):** inicio a las obras.
- **Lanzamiento (diciembre de 2021):** Inauguración del parque.
- **Medición impacto (diciembre 2021 y enero 2022)**

2.- Propuesta/enunciado de campaña (estrategia)

Nombre de la campaña: "Juntos por el Parque"

Objetivo general: Construir el primer ecoparque de Chile hecho con ecobotellas, siendo una solución innovadora para darle una salida al plástico flexible, distinta al reciclaje, que

extienda la vida del residuo (upcycling), y que además tenga un valor social para la comunidad de Cerrillos. (Parque Bicentenario de Cerrillos)

- **Objetivos específicos:**

- Construir un parque en base a plástico recuperado a partir de una campaña ciudadana de recolección de ecobotellas.
- Aportar con un espacio de recreación abierto a la comunidad que busque potenciar la vida sana al aire libre.
- Desarrollar un proceso de Upcycling para aprovechar el reciclaje de residuos y transformarlos en productos de larga vida útil.

- **Públicos objetivo:**

- Colegios de Cerrillo y la comunidad en su conjunto.

- **Mensajes fuerza:**

- Se quiso educar e invitar a formar parte de la campaña: "¡Que el aprendizaje llame a la solución! Haz ecobotellas en casa y con ellas construyamos juntos un parque para Cerrillos", "¡Ayúdanos con ecobotellas! Las transformaremos en un parque para Cerrillos".

- **Canales de comunicación:**

- RRSS Chile sin Basura (178 K seguidores)
- Landing en la web Chile Sin Basura.
- Puntos de recolección brandeados con imagen de la campaña.
- Medios de comunicación: Diario Financiero, Las Últimas Noticias, DF Más, Radio Pauta, Pauta.cl, El Mostrador, Diario Sustentable, Entorno Inteligente, País Circular, Cuál es tu Huella, El Desconcierto, Radio Duna, Duplos.cl, Austerra_Society, Romántica.cl, Santiago Adicto, Umatu.cl. En todos se comunicó la iniciativa de forma orgánica.



- **Etapas de la comunicación:**

a.- Planificación campaña de difusión, medios y mensajes. Se llevó a cabo entre abril y mayo de 2021 y se definieron los aspectos específicos de la campaña de difusión: medios, mensajes, intervenciones, entre otros..

b.- Desarrollo: elaboración de piezas gráficas y mensajes. realizada en paralelo, entre abril y mayo de 2021, se diseñaron las piezas gráficas y documentos comunicaciones que se utilizarían para difusión de la campaña.

c.- Ejecución campaña: implementada entre julio y noviembre de 2021, se centró en difundir dentro de la comunidad de Cerrillos la importancia de reciclar botellas plásticas y la invitación a participar reuniendo botellas para la construcción en toda la RM.

d.- Hito - Inauguración: lanzamiento oficial del ecoparque. En diciembre de 2021 se inauguró oficialmente el Primer Ecoparque de Cerrillos, convocando a autoridades y prensa.

e.- Medición de acciones comunicaciones. En diciembre de 2021 y enero de 2022 se realizó la medición y el análisis de los resultados de la campaña realizada.

3.- Desarrollo/ejecución de plan (tácticas y acciones)

A continuación detallamos los aspectos específicos de la campaña realizada para la ejecución del proyecto "Juntos por el Parque".

1.- Planificación campaña de difusión, medios y mensajes.

Esta etapa se llevó a cabo entre abril y mayo de 2021 y se definieron los aspectos específicos de la campaña de difusión.

Junio:

- Lanzamiento de programa en colegios de Cerrillo.
- Producción de contenido para campaña en CBS.
- Inscripción en supermercados y C. stores para puntos móviles

Julio:

- Webinars.
- Campaña Chile sin Basura 2040: publicaciones semanales y publicidad en redes sociales.
- Recuperación en puntos móviles: 12 semanas en 6 lugares distintos de la RM.

Agosto:

- Desafío colegios.
- Campaña Chile sin Basura 2040: publicaciones semanales y publicidad en RRSS.
- Recuperación en puntos móviles: 12 semanas en 6 lugares distintos de la RM.

Septiembre:

- Retiro de ecobotellas en colegios.
- Campaña Chile sin Basura 2040: publicaciones semanales y publicidad en RRSS.
- Recuperación en puntos móviles: 12 semanas en 6 lugares distintos de la RM

Octubre:

- Premiación colegios ganadores.
- Inicio construcción parque deportivo.

Noviembre-diciembre:

- Inauguración del parque deportivo

2.- Desarrollo: elaboración de piezas gráficas y mensajes**Grupos objetivo y llamado**

- Grupos Objetivos: Comunidad de Cerrillos: Colegios y vecinos / Ciudadanía: Publicó Chile Sin Basur RM.

Contenidos Chile Sin Basura: se realizó una campaña comunicacional no solo para invitar a levantar juntos el parque, también para educar. De esta forma alguno de los contenidos fueron: cómo hacer ecobotellas, dar a conocer los puntos móviles de recolección, videos testimoniales de vecinos de Cerrillos contando por qué sería tan importante contar con este parque, qué beneficios traería eso a esa comunidad.

Contenido exclusivo para Cerrillos: el programa se lanzó de forma virtual junto a la Municipalidad de Cerrillos, PepsiCo y Chile Sin Basura. Se potenció el desafío a los colegios a través de WhatsApp y mailing con contenido educativo.

3.- Ejecución campaña educativa:

Esta etapa se llevó a cabo desde el mes de junio hasta noviembre de 2021. Durante estos meses se puso en práctica la campaña educativa y se invitó a la comunidad a participar de la recolección de botellas.

Campaña Educativa y Recuperación: Chile Sin Basura y Colegios en Cerrillos.

- Duración campaña: 5 meses. (junio - noviembre).
- Objetivos:
 - Educación en torno al upcycling de plásticos PP flexibles.
 - Solución de recuperación para consumidores (ecobotellas y puntos limpios existentes)
 - Impulsar campaña de recuperación en puntos móviles y comunicar el producto final.
- Grupos objetivos y plataformas: Colegios de la comuna. / Público general RM:
- Recuperación: Puntos móviles y colegios Cerrillos

4.- Hito - Inauguración: lanzamiento oficial del ecoparque. Diciembre de 2021

El 15 de diciembre de 2021 se inauguró el Primer Ecoparque de Cerrillos, utilizando 9.184 botellas recicladas. Contó con la asistencia de vecinos de Cerrillo, la alcaldesa de la comuna, Lorena Facuse, autoridades de PepsiCo y representantes de todas las organizaciones que participaron en su construcción.

5.- Medición de acciones comunicacionales (diciembre de 2021 y enero de 2022)

Los principales soportes del plan comunicacional fueron: campaña educativa sobre uso de botellas, invitación a la comunidad e inauguración del parque. La estrategia incluyó prensa el día del lanzamiento, contenido orgánico en medios Tier 1 y estrategia digital en redes sociales.

4.- Resultados/Evaluación

A través de esta alianza público / privada se logró la construcción del primer parque deportivo en Chile hecho con botellas recicladas, convirtiéndolo en un espacio recreacional e inclusivo para la comunidad de Cerrillos. Además, se logró el objetivo de involucrar a la comunidad, dado la campaña que se realizó con colegios y con los medios de comunicación que ayudaron a difundir la iniciativa.

En otras palabras: al transformar las más de mil botellas que se recolectaron en tablas de madera plástica o 'ecomadera', se evitó el desecho de más de 3,3 toneladas de plástico de un solo uso al medio ambiente, logrando el objetivo de desarrollar un proceso de upcycling.

El objetivo inicial de la campaña fueron 5 mil botellas, y casi se duplicó la cantidad.

Con este proyecto, PepsiCo contribuyó a la comuna donde opera su planta, Cerrillos. Además gracias a la alianza con diversas organizaciones se logró una importante campaña de educación ambiental aportando en los colegios y dándole un nuevo uso al plástico. Algunas cifras de la campaña:

→ Ecobotellas reunidas: 9.184 (184% de cumplimiento)

- Kgs de residuos recuperados: 3.295
- Días de carros móviles: 84
- Almacenes de Cerrillos adheridos: 7
- Colegios de Cerrillos adheridos: 22
- Retiros masivos a distintas comunidades: 83
- Personas alcanzadas presencialmente: + de 100.000.
- Botellas donadas por penitenciaría: 500 ecobotellas.

En relación a la cobertura en medios de comunicación tuvo una amplia cobertura, desde notas en medios Tier1 como Las Últimas Noticias hasta un post de la cuenta de Santiago Adicto en Instagram, destacando el parque.

- Se lograron más de 20 publicaciones valorizadas con un ad Value Total: US\$58.003. En redes sociales se llegó a casi dos millones de personas.

-