

Premios EIKON

Categoría 02.04 - Sustentabilidad ambiental

Capítulo: General

PedidosYa Market: el primer supermercado digital 100% libre de desperdicios de alimentos

PedidosYa

Equipo de sustentabilidad para América Latina

Germán Pérez y Mónica Collell

Introducción (planteo y diagnóstico)

PedidosYa es la compañía líder de quick commerce en América Latina. Fundada en 2011, ha crecido exponencialmente y actualmente opera en 15 países, conectando a millones de personas usuarias, miles de comercios, personas repartidoras y un equipo humano a través de su plataforma, rápida y segura capaz de crear un ecosistema de oportunidades para millones de personas.

El problema identificado fue el desperdicio de alimentos en sus más de 160 PedidosYa Market, el supermercado 100% digital de PedidosYa. Este desperdicio no solo representa una pérdida económica, sino también un problema ético y ambiental significativo. Según datos de la Federación Mundial de Alimentos de la Organización de Naciones Unidas, en América Latina 220 millones de toneladas de alimentos se desperdician anualmente, mientras 47 millones de personas no logran cumplir con una dieta nutricional básica. Con este diagnóstico, se implementó un plan para rescatar y donar los alimentos aptos para consumo humano que de otra forma serían descartados. Al mismo tiempo, se ejecutaron tácticas de comunicación para invitar a todo el ecosistema de negocio -personas usuarias, partners y riders- a que acompañen este desafío.

La pandemia de 2020 acentuó la necesidad de abordar esta problemática, ya que el aislamiento impulsó la expansión del quick-commerce y, con ello, el desafío de gestionar de manera eficiente los excedentes de alimentos que genera la industria. Además, el incremento en la demanda de servicios de delivery y quick-commerce resaltó aún más la necesidad de un manejo responsable de los recursos alimenticios disponibles.

El desperdicio de alimentos es un problema global de gran magnitud. A nivel mundial, se estima que aproximadamente un tercio de todos los alimentos producidos se pierde o desperdicia, lo que equivale a alrededor de 1.3 mil millones de toneladas anualmente. Este desperdicio tiene un impacto ambiental significativo, contribuyendo al 8% de las emisiones globales de gases de efecto invernadero. De hecho, si el desperdicio de alimentos fuese un país, sería el tercer emisor de Gases de Efecto Invernadero después de China y Estados Unidos.

Cuando los alimentos se descomponen en vertederos, producen metano, un gas de efecto invernadero 25 veces más potente que el dióxido de carbono. Además, el desperdicio de alimentos implica un desperdicio de todos los recursos utilizados en su producción, incluyendo agua, tierra, energía y mano de obra.

Reducir el desperdicio de alimentos es crucial para abordar varios de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU, incluyendo la erradicación del hambre, la promoción de la producción y el consumo responsables, y la acción por el clima. Al redistribuir alimentos aptos para el consumo humano que de otro modo se desperdiciarían, podemos aliviar el hambre, reducir la presión sobre los recursos naturales y disminuir las emisiones de gases de efecto invernadero.

2. Propuesta/enunciado de campaña (estrategia)

El objetivo principal de la campaña fue reducir el desperdicio de alimentos en los más de 160 PedidosYa Market distribuidos en 91 ciudades de América Latina y redistribuirlos a personas que viven en situación de vulnerabilidad alimentaria. Para que esto ocurra, nos aliamos a la mayor fuerza global que está luchando contra esta problemática: The Global Foodbanking Network. La misma agrupa a miles de Bancos de Alimentos alrededor del mundo.

Los objetivos específicos incluyeron:

- Implementar un sistema eficiente de rescate y donación de alimentos en todas las tiendas.
- Crear conciencia sobre la importancia de reducir el desperdicio de alimentos.
- Colaborar con los Bancos de Alimentos en toda la región en su lucha contra el hambre.

Todo esto nos permitió convertirnos en el primer supermercado de América Latina libre de desperdicios de alimentos.

Los públicos objetivos fueron:

- Personas usuarias de PedidosYa Market.
- Bancos de alimentos.
- Comunidades en situación de vulnerabilidad alimentaria.

El mensaje central fue la importancia de no desperdiciar alimentos y contribuir a la lucha contra el hambre. Los canales de comunicación utilizados fueron internos (capacitaciones y comunicaciones internas) y externos (campañas en redes sociales, publicidad en la plataforma y colaboración con medios de comunicación).

Para alcanzar estos objetivos, se diseñó una campaña integral que incluyó varias tácticas específicas. Se desarrollaron materiales educativos y de sensibilización para capacitar a todas las personas intervinientes en las cadenas donde se generan desperdicios -distribuidores, centros de distribución, hogares de las personas usuarias-, sobre la importancia de reducir el desperdicio de alimentos. Además, se implementaron tecnologías avanzadas para monitorear y gestionar el inventario de alimentos en tiendas, asegurando que los productos cercanos a su fecha de desconsolidación, pero que estuviesen aptos para el consumo humano -no embalaje primario roto, por ejemplo- se priorizaran para la donación.

3. Desarrollo/ejecución del plan (tácticas y acciones)

El plan se desarrolló en tres fases principales:

Fase 1: Diagnóstico y planificación

- Evaluación del volumen de desperdicio y mapeo de las tiendas.
- Identificación de socios estratégicos, como bancos de alimentos.
- Desarrollo de una plataforma tecnológica para gestionar las donaciones de alimentos.

Durante esta fase, se realizaron estudios detallados para comprender la magnitud del desperdicio de alimentos en cada tienda y se establecieron criterios claros para la selección de alimentos aptos para donación. Se establecieron alianzas con bancos de alimentos y organizaciones no gubernamentales para asegurar la distribución eficiente de los alimentos donados.

Fase 2: Implementación

- Capacitación de más de 2000 personas en la gestión del desperdicio y procedimientos de donación.
- Establecimiento de procesos logísticos para la recolección y entrega de alimentos en tiempo real.
- Lanzamiento de la campaña de concienciación pública.

La formación incluyó sesiones educativas y talleres prácticos para las personas que realizan actividades en cada una de nuestras tiendas, asegurando que todas comprendieran y pudieran implementar nuevos procedimientos. Se desarrollaron guías y manuales detallados para facilitar la correcta ejecución del plan. Además, se lanzó una campaña en redes sociales y medios de comunicación para informar y sensibilizar al público sobre la iniciativa.

Fase 3: Monitoreo y ajuste

- Seguimiento continuo de los volúmenes de donación.
- Ajustes logísticos y operativos según las necesidades identificadas.
- Resolución de dificultades como la coordinación con nuevas organizaciones y la gestión de la logística en zonas remotas.

Se establecieron métricas claras para evaluar el éxito del programa y se implementaron sistemas de seguimiento para monitorear los volúmenes de alimentos donados en tiempo real. El equipo de gestión revisaba periódicamente los datos recopilados y realizaba ajustes según fuera necesario para optimizar el proceso. Se abordaron desafíos como la coordinación con múltiples organizaciones y la logística en áreas suburbanas, implementando soluciones innovadoras para superarlos.

4. Resultados y evaluación

Los resultados del programa fueron altamente positivos:

Cuantificación de resultados:

- Más de 2.3 millones de platos de comida donados en toda la región (Chile: +170K platos).
- Implementación exitosa en las 162 tiendas de PeYa Markets, convirtiéndose en el primer supermercado digital libre de desperdicio de alimentos en LATAM (Chile: 28 tiendas - corresponde al 100% de las tiendas-).
- Colaboración con 33 bancos de alimentos en 14 países (Chile: 6 bancos de alimentos).

Beneficios:

- Reducción al 100% del desperdicio de alimentos en tiendas.
- Provisión de alimentos a miles de personas en situación de vulnerabilidad alimentaria.
- Fortalecimiento de la imagen de PedidosYa como una empresa comprometida con la lucha contra el hambre.
- Promoción de la responsabilidad y la conciencia ambiental entre las personas que trabajan en PedidosYa y personas usuarias.
- Creación de un modelo replicable para otras empresas y regiones, demostrando que es posible combinar la eficiencia operativa con el compromiso social.

Además de los resultados cuantificables, el programa ha generado un impacto positivo en la comunidad, promoviendo el desarrollo social y económico, además de apoyar la dinamización de las economías locales. La campaña de comunicación ha logrado sensibilizar a una amplia audiencia sobre la importancia de la reducción del desperdicio de alimentos, creando una cultura de sostenibilidad y responsabilidad social.

El programa también ha recibido reconocimiento y apoyo de diversas entidades y organizaciones. La implementación de este programa ha sido un ejemplo de cómo la innovación tecnológica puede ser utilizada para abordar problemas sociales y ambientales, demostrando que las empresas pueden desempeñar un papel crucial en la creación de un futuro más sostenible.

El desperdicio de alimentos tiene consecuencias ambientales devastadoras. La producción de alimentos que no se consumen representa una pérdida masiva de recursos, incluyendo agua, energía y tierra. Por ejemplo, se estima que la producción de alimentos desperdiciados consume aproximadamente el 30% de toda la tierra agrícola del mundo y el 25% del agua dulce utilizada en la agricultura. Además, la energía y los insumos utilizados en la producción, procesamiento y transporte de estos alimentos también se desperdician, contribuyendo a la huella de carbono global.

El desperdicio de alimentos también tiene implicaciones sociales y económicas significativas. La pérdida de alimentos representa una pérdida económica de aproximadamente 940 mil millones de dólares anuales a nivel mundial. Al redistribuir los alimentos excedentes, no solo se reduce el desperdicio y se alivian las necesidades alimentarias, sino que también se pueden generar

oportunidades económicas para las comunidades locales a través de la creación de empleos en la recolección, distribución y gestión de alimentos donados.

Reducir el desperdicio de alimentos es esencial para construir un sistema alimentario más sostenible y equitativo. A través de programas como el de PedidosYa, se puede demostrar que es posible abordar simultáneamente desafíos ambientales, sociales y económicos, promoviendo prácticas que beneficien a las personas y al planeta. La experiencia de PedidosYa puede servir de modelo para otras empresas y organizaciones que buscan implementar iniciativas similares, contribuyendo así a un futuro más sostenible y justo para todos.