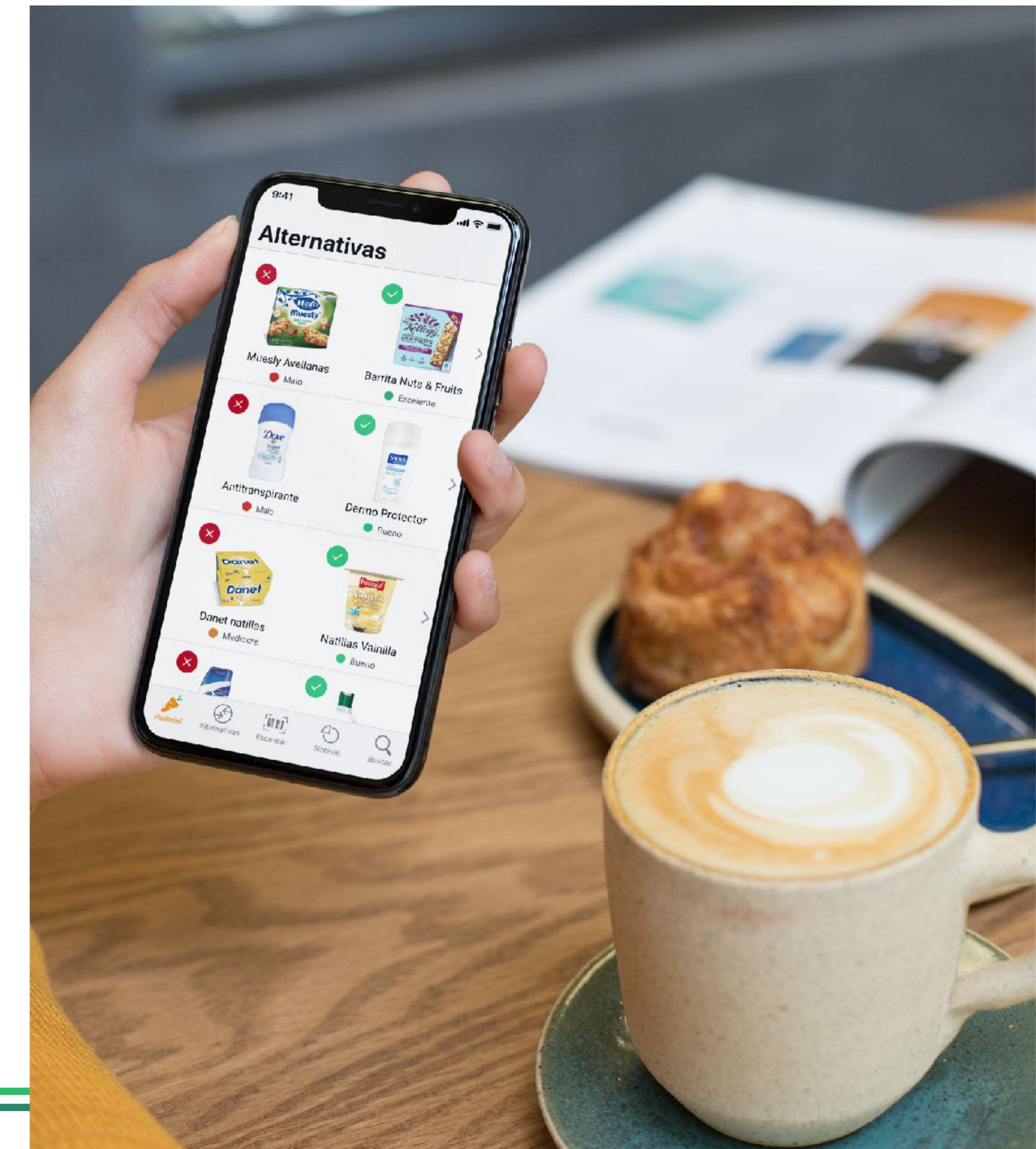
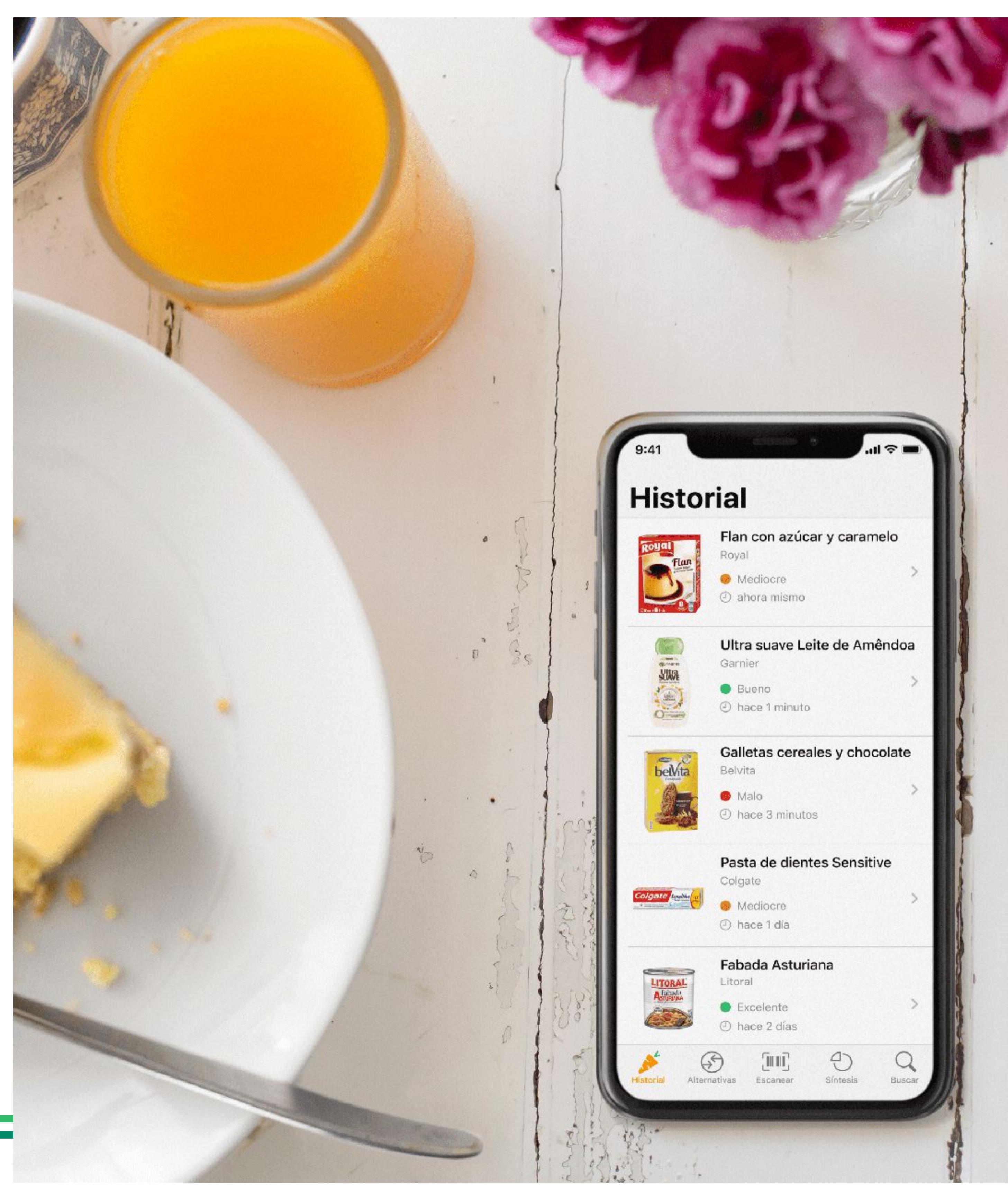




DOSSIER DE PRENSA

Actualización : 12/02/2020



3

LA APP QUE DESCIFRA LO INDESCIFRABLE

4

EL IMPACTO DE YUKA

5

ANÁLISIS DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS

6

ANÁLISIS DE PRODUCTOS COSMÉTICOS

7

INDEPENDENCIA A TODA PRUEBA

8

UNA BASE DE DATOS CONSECUENTE

9

EL EQUIPO QUE ESTÁ DETRÁS DE LA ZANAHORIA

11

YUKA EN NÚMEROS

13

YUKA BAJO LOS FOCOS

LA APP QUE DESCIFRA LO INDESCIFRABLE

¿Cómo saber qué productos alimentarios son saludables entre el mar de posibilidades que existen actualmente en los supermercados? Este fue el problema al que ha tenido que enfrentarse Benoit al mirar de cerca la composición de los productos para sus hijos.

« ¡Tienes que ser un experto en nutrición para entender las etiquetas »

Con su hermano François y su amiga Julie, decidió hacer que la composición de los productos fuese más transparente para elegir con mayor facilidad. Así nacía la aplicación Yuka en enero de 2017.

En un escaneo, Yuka evalúa los productos mediante un código de color que va del verde al rojo. Luego se proporciona al usuario una ficha con los detalles de la evaluación. Cuando el impacto del producto es negativo, Yuka recomienda productos similares con mejor puntuación.

Debido a una gran demanda de los usuarios, en junio de 2018, Yuka también empezó a analizar productos cosméticos y de higiene.

Desde sus inicios, la aplicación ha tenido un crecimiento notable. Tres años después de su lanzamiento, en enero de 2020, superó la barrera de los 15 millones de usuarios.

Además de ayudarnos a elegir productos más saludables, Yuka también desea transformar a los consumidores en “consumactores”.

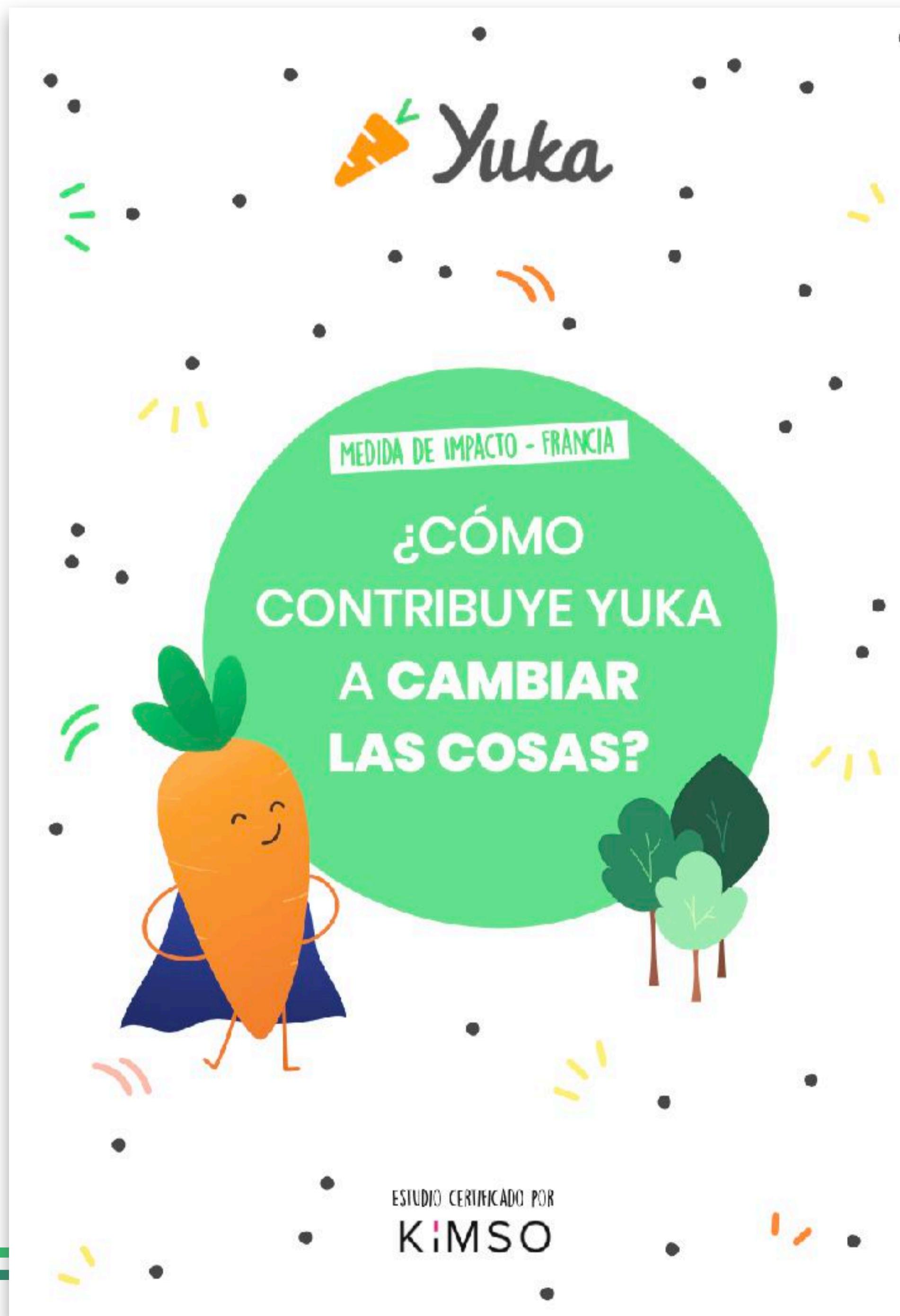
« Los consumidores recuperan el poder. »

El objetivo es que, gracias a unas elecciones más conscientes, los consumidores fuercen a los fabricantes a ofrecer productos mejores. Desde su lanzamiento, Yuka ha visto cambios en la composición: varias marcas ya han eliminado algunos aditivos polémicos.

“**ESCANEO,
LUEGO
EXISTO.**”



EL IMPACTO DE YUKA



LA MEDIDA DE IMPACTO YUKA

YUKA publicó en septiembre de 2019 una gran medida de impacto realizada con **230,000 usuarios franceses** y **21 fabricantes** como Nestlé o Alcampo.

Todos los resultados están disponibles [aquí](#).

USUARIOS : CIFRAS CLAVE

El estudio revela que Yuka no solo ayuda los usuarios a comprar mejores productos, sino que contribuye de manera más general a situar la alimentación en el centro de las preocupaciones:

- 92% de los usuarios devuelven los productos cuando están clasificados como rojos en la aplicación.
- 83% de los usuarios compran menos pero de mejor calidad.
- 84% de los usuarios compran más productos sin procesar y 78% compran más productos ecológicos.

FABRICANTES : TESTIMONIOS IMPORTANTES

El estudio también revela que el 90% de los usuarios están convencidos de que Yuka puede empujar a las marcas a ofrecer mejores productos. La prueba concreta fue proporcionada por el testimonio de 21 fabricantes:

- 21 empresas de alimentos y cosméticos han testificado de la manera de la cual Yuka impactó la formulación de sus productos. Estas empresas incluyen Nestlé, Alcampo, Intermarché, Unilever, Caudalie, Leclerc, Fleury Michon...
- Estas empresas ofrecen ejemplos concretos de productos cuya composición se ha mejorado gracias a Yuka.

ANÁLISIS DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS

La nota se basa en 3 criterios:

- **La calidad nutritiva** representa un 60 % de la nota y se basa en el método de cálculo del Nutriscore.
- **La presencia de aditivos** representa un 30 % de la nota: nuestro referente se basa en el estado de la ciencia en ese día. Tenemos en cuenta la opinión de la EFSA, de la ANSES, del CIIC y de otros muchos estudios independientes.
- **El aspecto ecológico** representa un 10 % de la nota y se basa en la presencia de la etiqueta bio europea.



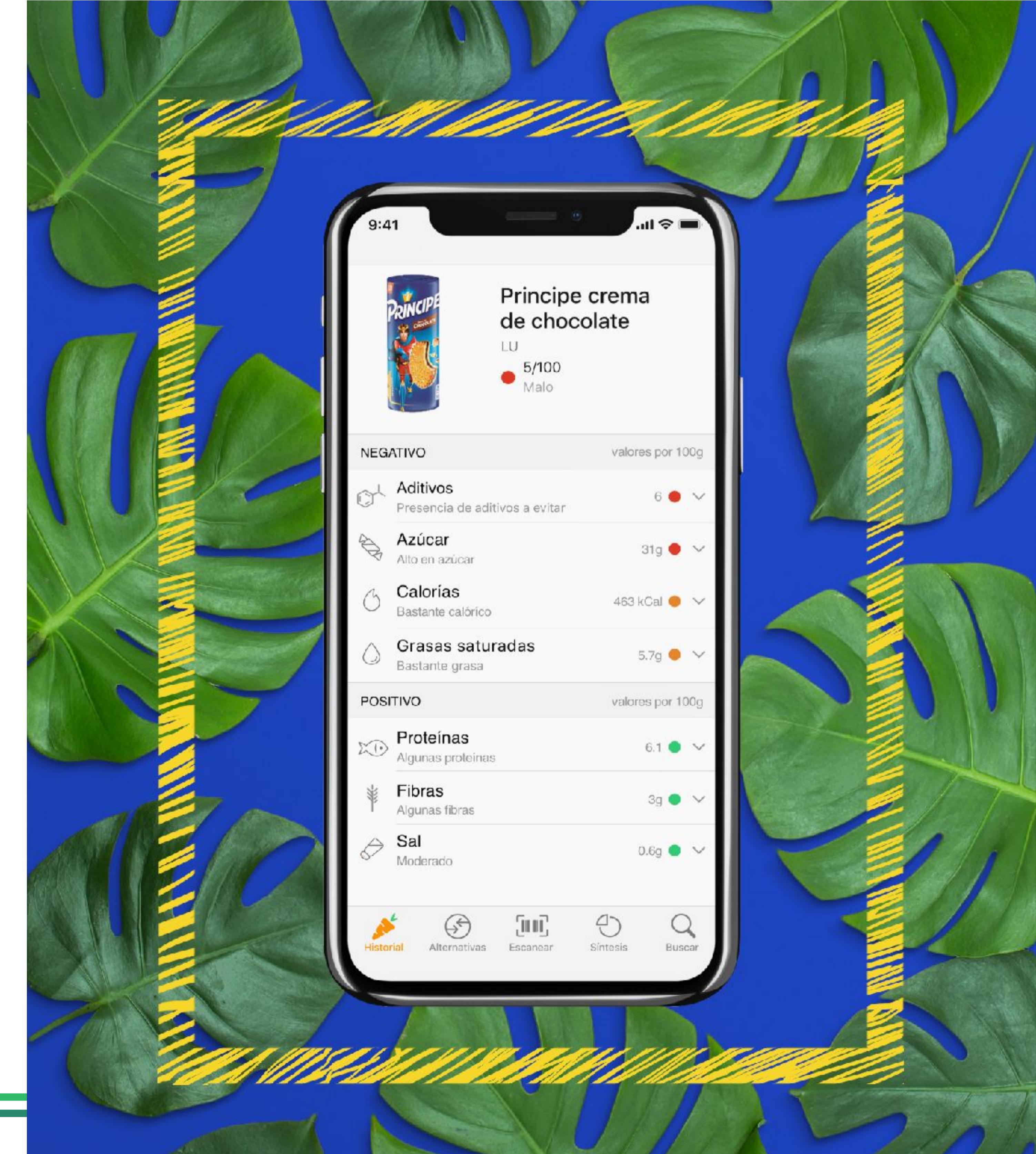
Esta nota se calcula de forma totalmente neutra e independiente.

Las recomendaciones también se seleccionan con imparcialidad.



La elección de las alternativas se realiza mediante un algoritmo que tiene en cuenta 3 criterios: **la categoría del producto** para recomendar productos que más se le parezcan, **la nota del producto** para recomendar únicamente productos con una buena calificación y **la disponibilidad del producto** para contar con recomendaciones fáciles de encontrar en las tiendas.

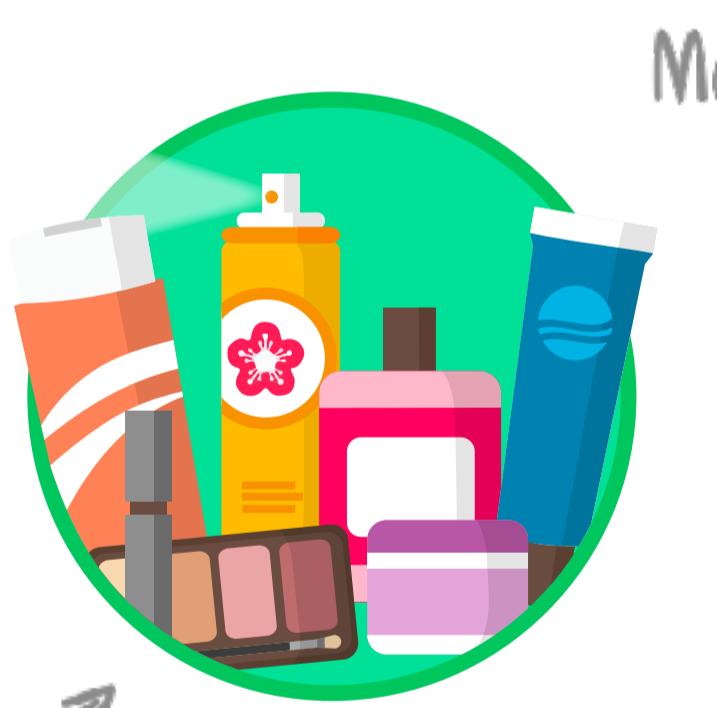
Yuka analiza los productos alimentarios que cuenten con un **código de barras**, teniendo en cuenta todas las marcas. Sin embargo, algunos productos no se analizan debido a su composición específica: alcoholes, leches infantiles, polvos proteicos, etc.



ANÁLISIS DE PRODUCTOS COSMÉTICOS

Frente a la enorme demanda de los usuarios, Yuka empezó a analizar productos cosméticos y de higiene **en junio de 2018**. Esta funcionalidad ha sido integrada en la aplicación existente y es completamente gratuita.

Yuka amplió así su misión de hacer que **las composiciones de los productos sean más transparentes**. Nuestra nota se basa en el análisis del conjunto de los ingredientes presentes en el producto.



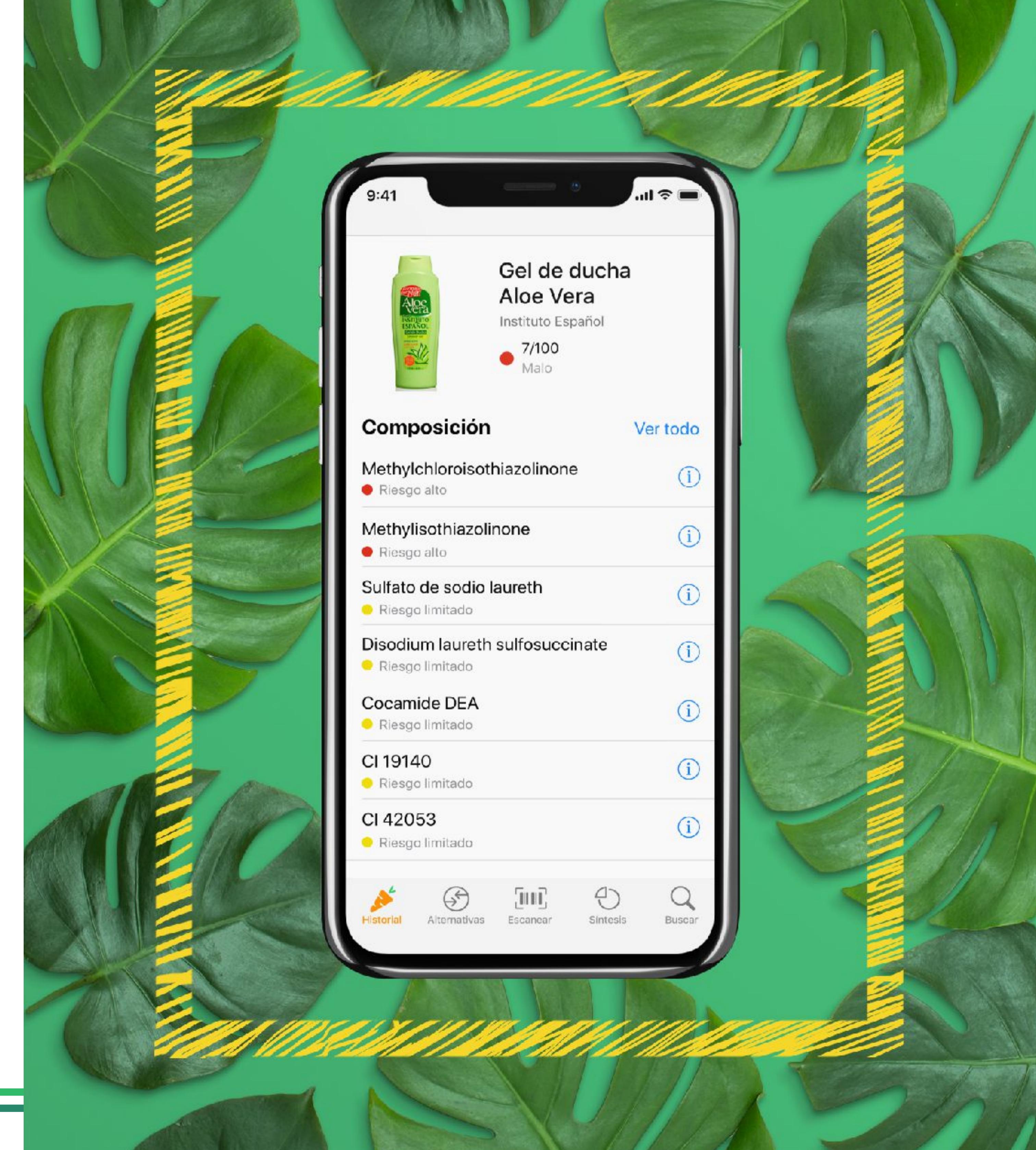
Cada ingrediente tendrá un nuevo riesgo atribuido en función de los efectos que cause o que pueda causar: **disruptor endocrino, cancerígeno, alérgeno, etc.**

El nivel de riesgo viene determinado en función del estado de la ciencia hoy en día y se basa sobre todo en la ANSES, el CCSC, el CIIC, la lista SIN o en muchos otros estudios independientes.



Hay que decir que, si las composiciones de los productos alimentarios son difíciles de descifrar, es aún más complicado para los cosméticos, donde **los ingredientes se mencionan con su nombre científico... ¡en latín!**

Igual que en la alimentación, cuando la nota de un producto es mala, **Yuka recomienda alternativas similares** que contengan menos ingredientes controvertidos y con más independencia.



INDEPENDENCIA A TODA PRUEBA

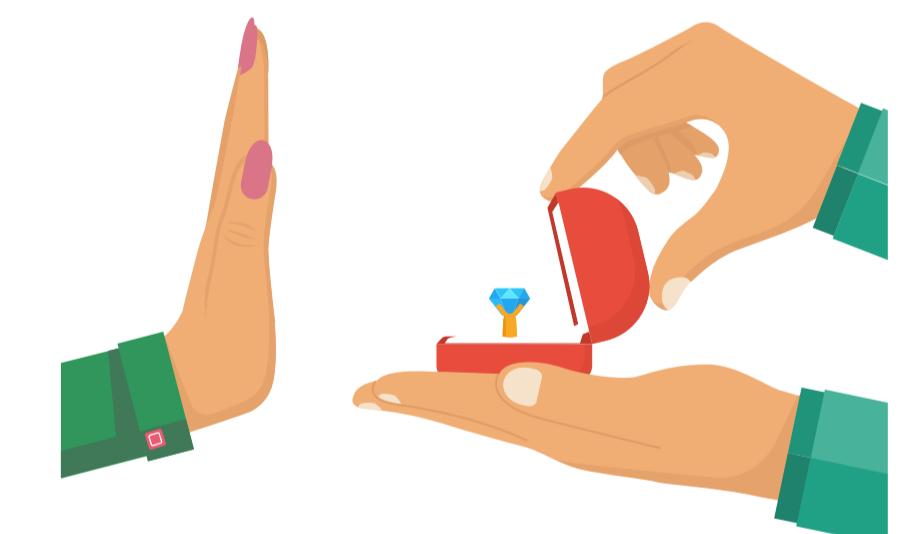


EL SENTIDO, ANTE TODO

Con Yuka, queremos hacer un proyecto que tenga sentido. Nuestro principal objetivo es **maximizar nuestro impacto positivo en la sociedad** antes de maximizar nuestro volumen de negocios. Esta filosofía nace de nuestra participación en el programa Ticket for Change en 2016. Por eso rechazamos cualquier financiación que pueda venir de marcas o distribuidores. Así, tampoco **explotamos ni revendemos ningún dato** de nuestros usuarios. ¡El contenido de su nevera es un secreto muy bien guardado!

LA PUBLICIDAD BANEADA

La nota de los productos alimenticios y cosméticos, así como las recomendaciones, se basa en un **algoritmo totalmente imparcial** en el que **ninguna marca puede influir**. Dos productos de marcas diferentes con composiciones idénticas tendrán siempre la misma nota en Yuka. Además, en cuanto a las recomendaciones, Yuka propone hasta 10 alternativas y permite filtrar por distribuidor.



LA NOTA Y
LAS RECOMENDACIONES
SE REALIZAN DE MANERA
TOTALMENTE NEUTRA



YUKA HA DESARROLLADO
UN MODELO DE NEGOCIO SANO
QUE LE PERMITE SEGUIR
SIENDO 100 % INDEPENDIENTE

UNA FINANCIACIÓN SALUDABLE

Yuka se financia a través de 3 fuentes de ingresos. Nuestra primera fuente de financiación es la versión premium de la aplicación. Es una versión de pago (15 €/año) que permite el acceso a funcionalidades adicionales: modo fuera de conexión, barra de búsqueda para buscar un producto sin tener que escanearlo, alertas personalizables

basadas en preferencias alimentarias.

Además de la versión premium, también tenemos dos otras fuentes de ingresos:

- Un **Programa Nutricional** (solo en francés) vendido en nuestro blog por 59€, que permite adquirir los conceptos básicos de una alimentación saludable en 10 semanas.
- Un **calendario de frutas y verduras de temporada**, para colgar o poner en la cocina. Se vende en nuestro sitio a 14.90 € (solo disponible para Francia)



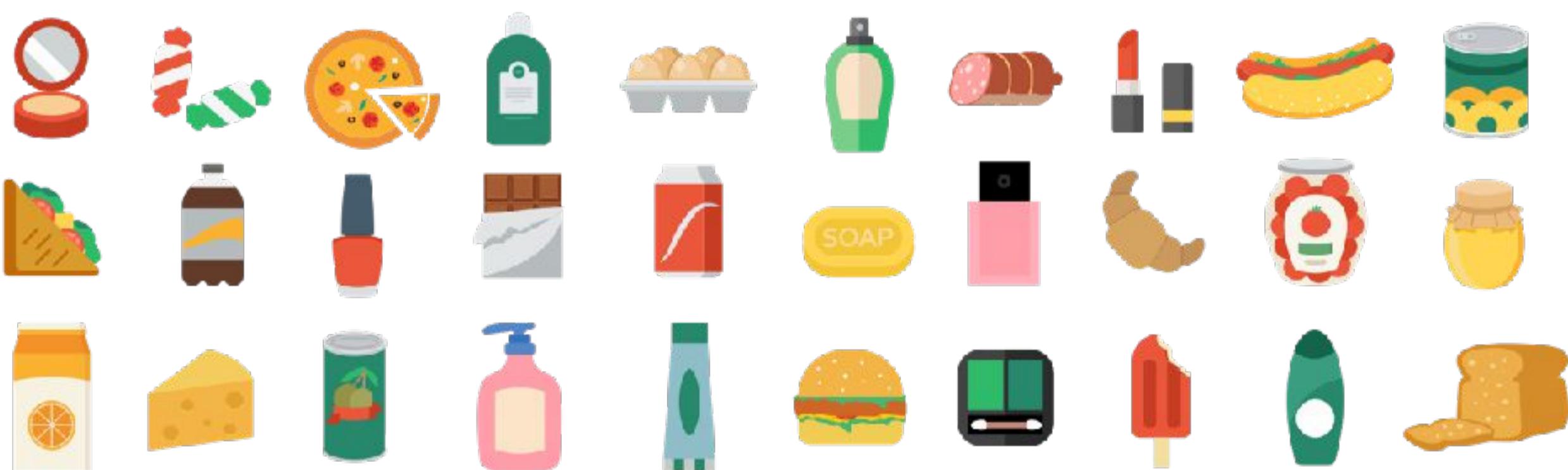
BASE DE DATOS CONSECUENTE

1 500 000 PRODUCTOS RECOGIDOS EN LA BASE YUKA

Yuka ha ido construyendo desde enero de 2018 su propia base de datos. Actualmente tiene registrados **1,5 millones de productos** (incluyendo un 70% de productos alimentarios y un 30% de productos cosméticos).

Esta base se alimenta de dos fuentes de información :

- 1) **Las contribuciones de los usuarios**, que pueden proporcionar información directamente a través de la aplicación sobre productos no reconocidos por Yuka, agregando fotos de los productos y su composición. Muchos sistemas de control permiten garantizar la precisión de la información. Se registran más de 2000 contribuciones / día.
- 2) **Las aportaciones de las marcas**. Hoy trabajamos con muchas marcas y grupos industriales en la transmisión de datos de productos. Esta información corresponde a la que se escribe necesariamente en las etiquetas de los productos: por lo tanto, no existe conflicto de intereses.



UN SISTEMA DE CONTROL COMPLETO

Para asegurar las informaciones que aparecen en la aplicación, Yuka implementó varios medios de control. Primero, existen **muchos controles automáticos en la aplicación** que detectan los datos erróneos o incoherentes e impiden que se introduzcan.

Luego, **tres personas trabajan a tiempo completo en la base de datos**. Verifican los datos de los productos y se encargan de corregirlas cuando es necesario. También controlan las contribuciones diarias y prohíben a los usuarios que completen información incorrecta para que ya no puedan usar la app.

EL EQUIPO QUE ESTÁ DETRÁS DE LA ZANAHORIA



Crédits : Evelyne de Brauw



Julie Chapon se encarga del marketing, del servicio de atención al cliente y de la creación de contenido. Primero, pasó 5 años en aconsejar las empresas sobre su transformación digital antes de unirse a esta **aventura emprendedora, que tenía más sentido**. Es gracias a ella que más de 10 millones de personas descargaron la aplicación sin que Yuka gaste en publicidad. **Le apasiona la nutrición** y le encanta redactar artículos sobre ese tema. También considera importante valorar el emprendimiento femenino, especialmente en el sector de las tecnologías.



François Martin pilota los temas técnicos de Yuka. Se encarga, sobre todo, de desarrollar la aplicación en iOS, el backend y la infraestructura. El friki del equipo siempre ha tenido alma de emprendedor, al terminar sus estudios, **creó una**



agencia web con dos amigos. Se pasó 6 años desarrollando páginas web y aplicaciones de móvil para asociaciones y emprendedores. Luego, quiso poner sus competencias al servicio de su propio proyecto. También **le apasiona el diseño** y le preocupa el aspecto estético de la aplicación y que sea fácil de usar.



Benoit Martin está a cargo de desarrollo de la aplicación en Android. También es el hermano mayor de François, ¡por eso se parecen! Antes de Yuka, Benoit trabajó durante 10 años en las ventas de banca y seguros. Luego, **quiso reconvertirse del todo** y dedicarse a una curiosidad que nunca había podido satisfacer: el código. Hizo un curso online y **aprendió a codificar en unos meses**, antes de sacar la aplicación para Android. También es padre de 3 maravillosos hijos, gracias a los cuales tiene que empezar a trabajar muy temprano.



YUKA EN NÚMEROS

1,5M
PRODUCTOS INDEXADOS

70% en alimentación y
30% en cosmética



5M
DE PRODUCTOS
escaneados cada día



8 PAÍSES LANZADOS

Francia, Bélgica, Suiza, Luxemburgo,
España, Reino Unido, Canadá, EE. UU.

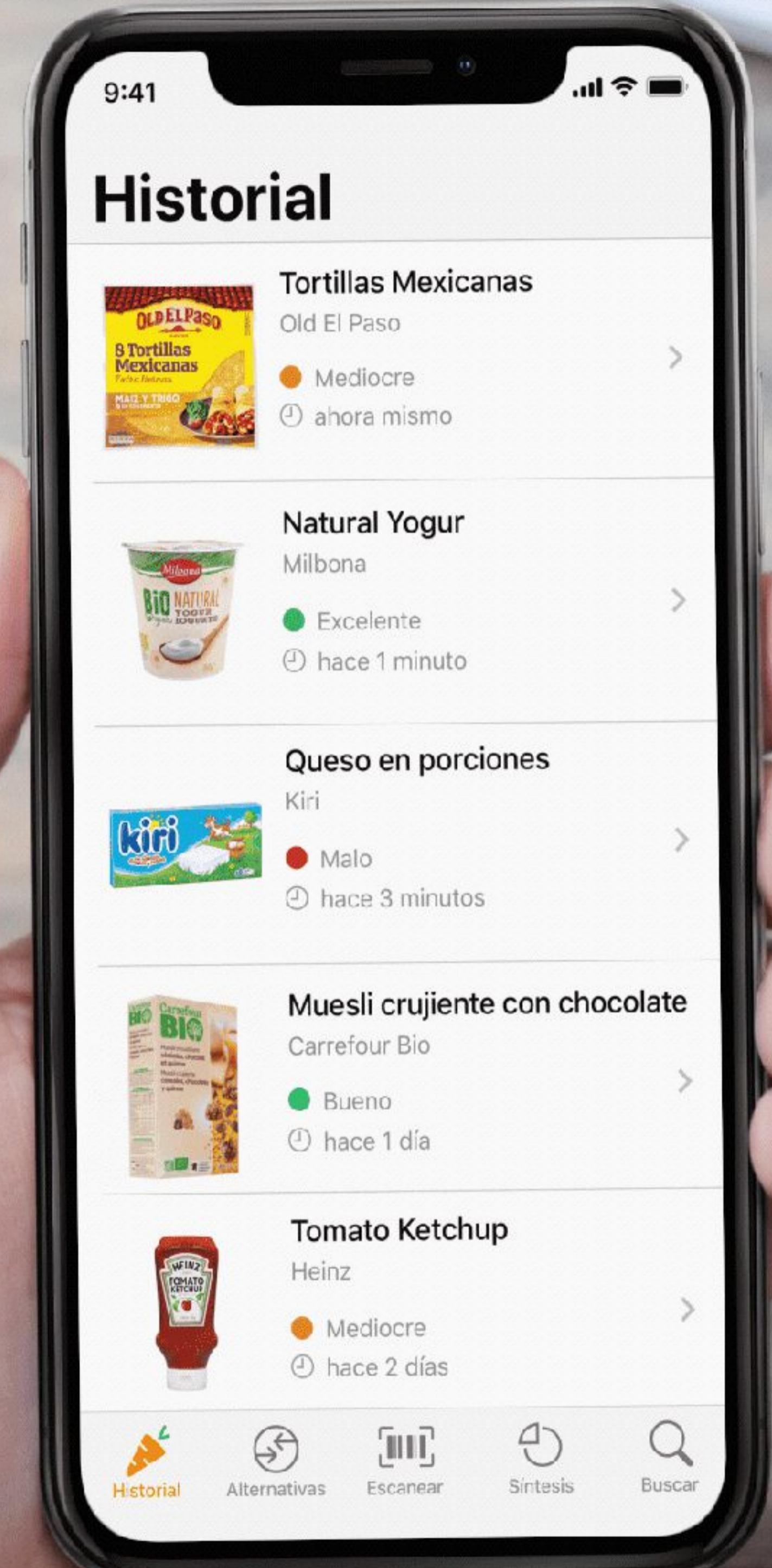
1,5M

DE VISITANTES ÚNICOS
en el blog cada mes, que se puede
ver desde la página web



55

ESCANEOS / SEGUNDO
durante las 24 horas, con picos de
100 escaneos/segundo



EL MUNDO

BUSINESS
INSIDER

EL PAÍS

woman
madame FIGARO

20
minutos

VOGUE



EL ESPAÑOL

LA VANGUARDIA

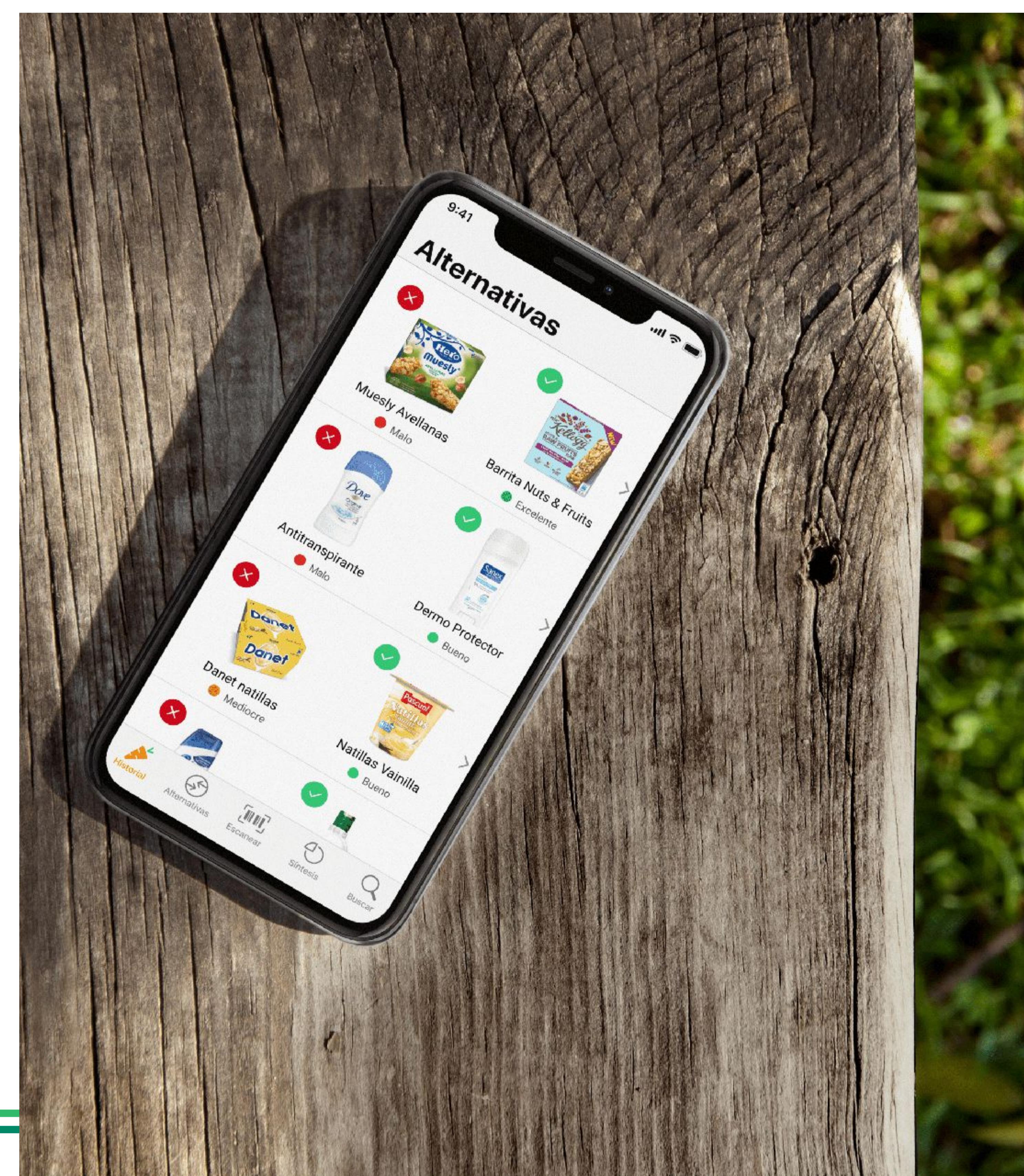
 **EL INDEPENDIENTE**


ANTENA 3


el Periódico

ELLE

CONTACTOS PARA LA PRENSA



Julie CHAPON
Cofundadora
julie.chapon@yuka.io



Ophélia BIERSCHWALE
Responsable de prensa
ophelia@yuka.io