



Yuka

MEDIDA DE IMPACTO - FRANCIA

¿CÓMO CONTRIBUYE YUKA A CAMBIAR LAS COSAS?



ESTUDIO CERTIFICADO POR

KIMSO

Resumen

1.

Editorial

2.

Principales conclusiones

3.

Acerca de Yuka

4.

Metodología

5.

Nuestro impacto

6.

¿Y después?

EDITORIAL



JULIE

Cofundadora



BENOÎT

Cofundador



FRANÇOIS

Cofundador

Al crear Yuka en Francia hace dos años, hacíamos una apuesta loca : ayudar a los consumidores a hacer la elección adecuada para su salud y constituir todos juntos una palanca de acción para llevar a los empresarios a mejorar sus productos.

Rápidamente se ha despertado un gran interés por la aplicación de análisis de productos alimentarios. Esto nos ha mostrado que existe una verdadera necesidad de transparencia en la composición de los productos. Además, recibimos cientos de solicitudes para ampliar nuestros análisis a los productos cosméticos y de higiene, algo que hicimos en junio de 2018.

Actualmente, Yuka está disponible en 6 países y más de 13 millones de personas la han descargado. Recibimos todos los días numerosos mensajes de agradecimiento de usuarios que han cambiado sus hábitos de compra. Queremos medir realmente nuestro impacto y comprender en qué medida Yuka contribuye a que las cosas cambien.

Por este motivo hemos llevado a cabo un estudio de impacto entre nuestros usuarios: más de 230 000 personas han dedicado unos minutos a responder a nuestro cuestionario. Asimismo, hemos recogido el testimonio de 21 empresarios de la industria alimentaria y cosmética que han modificado sus productos. Estamos orgullosos y felices de compartir estos resultados y esperamos que la aplicación tenga el mismo impacto en España.

Julie Chapon, François Martin y Benoît Martin



Principales conclusiones

91%

de los usuarios
considera que Yuka
es una de las
aplicaciones más
útiles de su teléfono



94%

de los usuarios ha
dejado de comprar
ciertos productos



83%

de los usuarios
compra menos pero
de mejor calidad



90%

de los usuarios
considera que Yuka
puede empujar a las
marcas y a los
empresarios a ofrecer
mejores productos





UN PROYECTO 100% INDEPENDIENTE

SIN PUBLICIDAD

Yuka no muestra publicidad. Ninguna marca puede remunerar a Yuka para promocionar sus productos en la aplicación.

NINGUNA INFLUENCIA

Ninguna marca ni grupo industrial puede influir en las evaluaciones y recomendaciones emitidas.

PROTECCIÓN DE DATOS

Yuka no explota ni vende ningún dato de sus usuarios. Estos datos se tratan con estricta confidencialidad.

Acerca de Yuka

¿QUÉ ES YUKA?

Yuka es una aplicación móvil francesa que permite escanear los códigos de barras de productos alimentarios y cosméticos para analizar su composición y conocer su impacto sobre la salud.

Yuka es un pequeño equipo de 10 personas que cada día ponen sus energías al servicio de un proyecto lleno de sentido: **una aplicación gratuita para ayudar a las personas a tomar las decisiones adecuadas para su salud.**

Estamos convencidos de que todos juntos podemos tener un gran impacto. Gracias a un consumo mejor informado, podemos ser una palanca de acción para que las industrias mejoren sus productos.

El principal objetivo de Yuka :

« MAXIMIZAR NUESTRO IMPACTO POSITIVO EN LA SOCIEDAD ANTES DE MAXIMIZAR NUESTRO VOLUMEN DE NEGOCIO. »



LA INDEPENDENCIA :
ES CLAVE EN NUESTRA MISIÓN

El proyecto Yuka es 100% independiente: no aceptamos dinero de los empresarios, no hacemos publicidad en la aplicación y no explotamos los datos personales de nuestros usuarios.



UN FINANCIAMIENTO
SANO

Yuka ha desarrollado diferentes medios de financiación responsables que no permiten ningún conflicto de intereses que pueda influir en la objetividad de los análisis.

Nuestra financiación se basa hoy en tres fuentes de ingresos :

Una versión premium de pago que permite acceder a funciones adicionales: búsqueda de productos, modo fuera de línea para escanear sin red, historial ilimitado, detección de alérgenos.

Un Programa de Nutrición (en francés) que es un programa en línea disponible en nuestro sitio web que permite conseguir las bases de una alimentación sana en semanas.

Un calendario de frutas y verduras de temporada (únicamente para Francia) para favorecer un consumo más respetuoso con el medio ambiente.



UN DESARROLLO
INTERNACIONAL

En vista del gran entusiasmo despertado por Yuka en Francia, hemos decidido no quedarnos aquí y aumentar nuestro impacto en otros países.

En marzo de 2019 lanzamos la aplicación en Bélgica, Suiza y Luxemburgo. Les siguieron España en mayo y Reino Unido en junio.

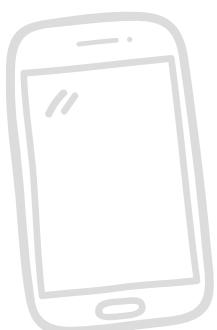
Nuestro deseo es continuar con este desarrollo internacional para contribuir a cambiar las cosas a gran escala. Por eso, tenemos previsto lanzar la aplicación en Canadá y Estados Unidos antes de fin de año.

Metodología y muestra

- ✓ ESTUDIO REALIZADO ENTRE USUARIOS FRANCESES.
- ✓ MÉTODO DE RECOLECCIÓN DE DATOS : CUESTIONARIO EN LÍNEA – DATOS DECLARATIVOS.
- ✓ MÉTODO DE EVALUACIÓN DEL CAMBIO : ANÁLISIS A POSTERIORI.
- ✓ RECOGIDA POR CORREO ELECTRÓNICO : DEL 25 AL 29 DE ABRIL DE 2019.
- ✓ CIFRAS VERIFICADAS POR LA AGENCIA* KIMSO

74%

de los encuestados lleva usando la aplicación más de 2 meses y está en condiciones de poder detectar una evolución en sus hábitos.



65%

de los encuestados vive en una zona urbana, y el 35 %, en una zona rural.



67%

son mujeres

33%

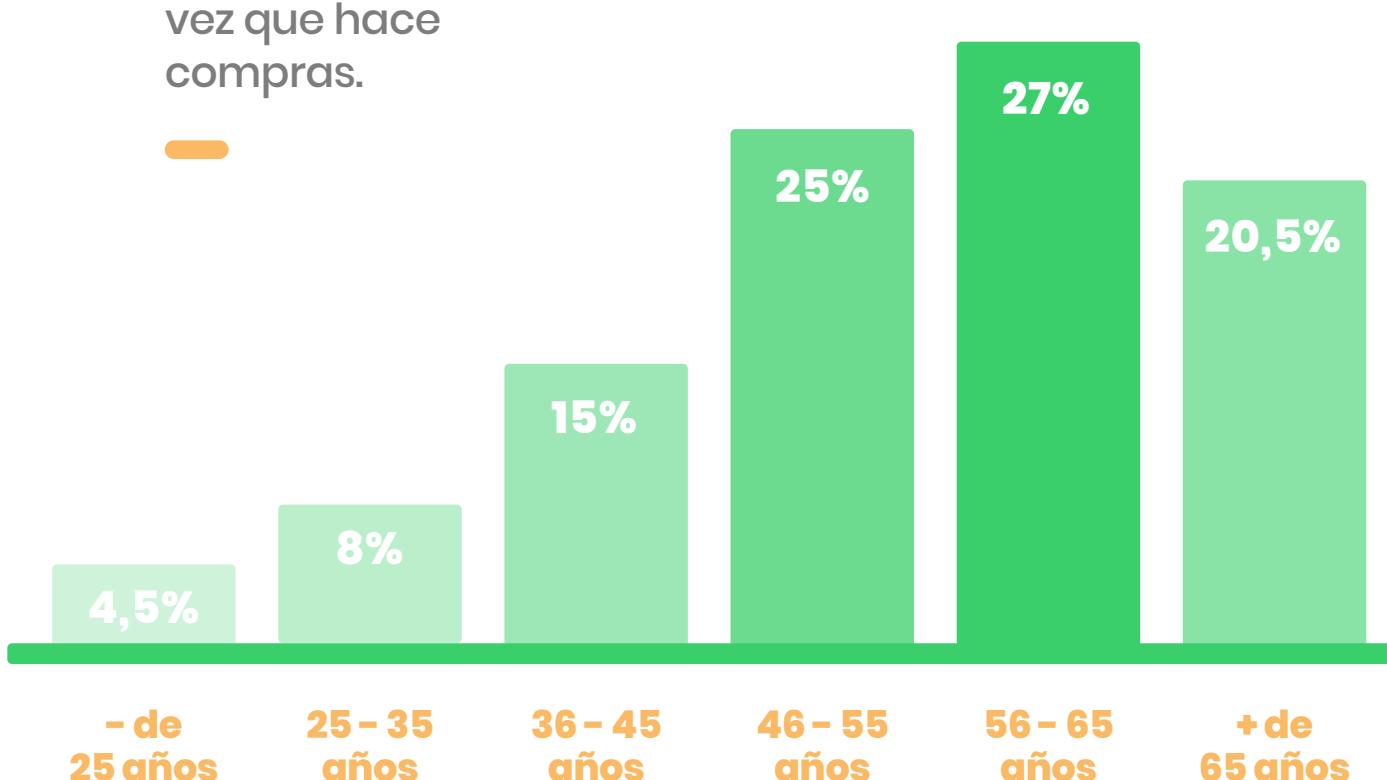
son hombres



229 005
encuestados

47%

de los encuestados utiliza Yuka cada vez que hace compras.



*Agencia francesa especializada en la medición de impacto. Clasificación de la fiabilidad de los datos: 9,1/10, atribuida con respecto al Referencial de Análisis de Datos de Impacto Social (entre 9 y 10 = datos muy fiables).

NB : Para facilitar la lectura, nos referiremos a los encuestados como "usuarios" a lo largo de todo el informe.

45%

escanea productos alimentarios y cosméticos



53%

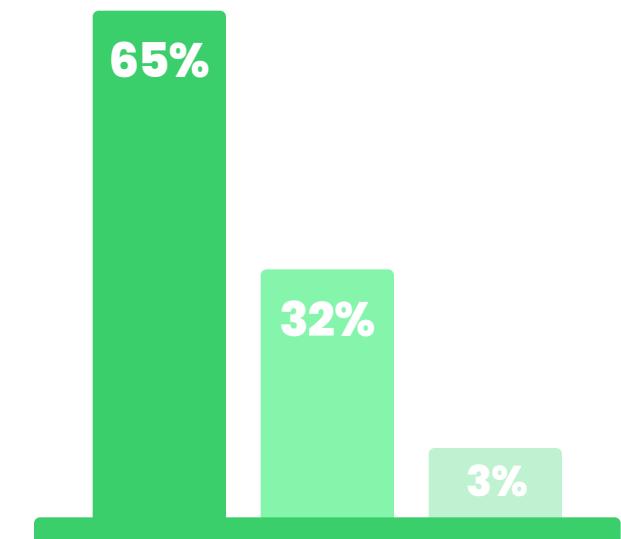
escanea principalmente productos alimentarios

2%

escanea principalmente productos cosméticos

Los encuestados utilizan Yuka al menos una vez ...

- a la semana
- al mes
- al año



LÍMITES DEL ESTUDIO

- ESTUDIO REALIZADO A POSTERIORI, SIN GRUPO DE CONTROL
- SESGO DE AUTOSELECCIÓN: LAS PERSONAS QUE SE SIENTEN CERCANAS A LA MARCA PUEDEN RESPONDER MÁS FÁCILMENTE AL ESTUDIO
- TRATAMIENTO DE ESTADÍSTICAS SIMPLE



yuka

PERMITE COMPRAR
MEJORES
PRODUCTOS

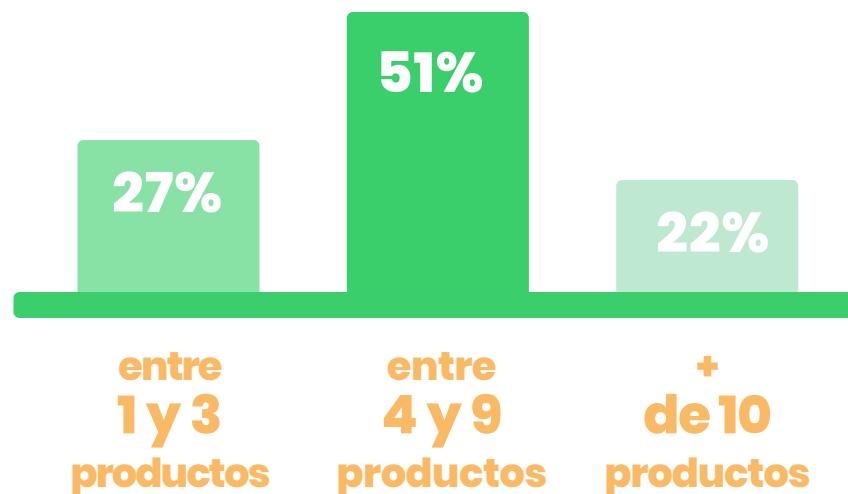
94%

de los usuarios ha
dejado de comprar
ciertos productos



95%

de los usuarios ha dejado de comprar los productos que contenían aditivos controvertidos.



Número de productos que los encuestados han dejado de comprar con Yuka.



84%

compra cada vez más productos sin procesar.



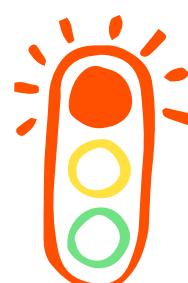
78%

compra cada vez más productos ecológicos.



92%

devuelve los productos cuando están clasificados como rojos en la aplicación.



"DESDE QUE UTILIZO LA APLICACIÓN YUKA, HE CAMBIADO TODOS MIS PRODUCTOS DE BELLEZA! Además, uso muchos menos!".



Melou, usuaria desde hace más de 6 meses

"NO ERA CONSCIENTE DE QUE TANTOS PRODUCTOS DE USO DIARIO PODÍAN CONTENER TANTAS SUSTANCIAS PELIGROSAS".

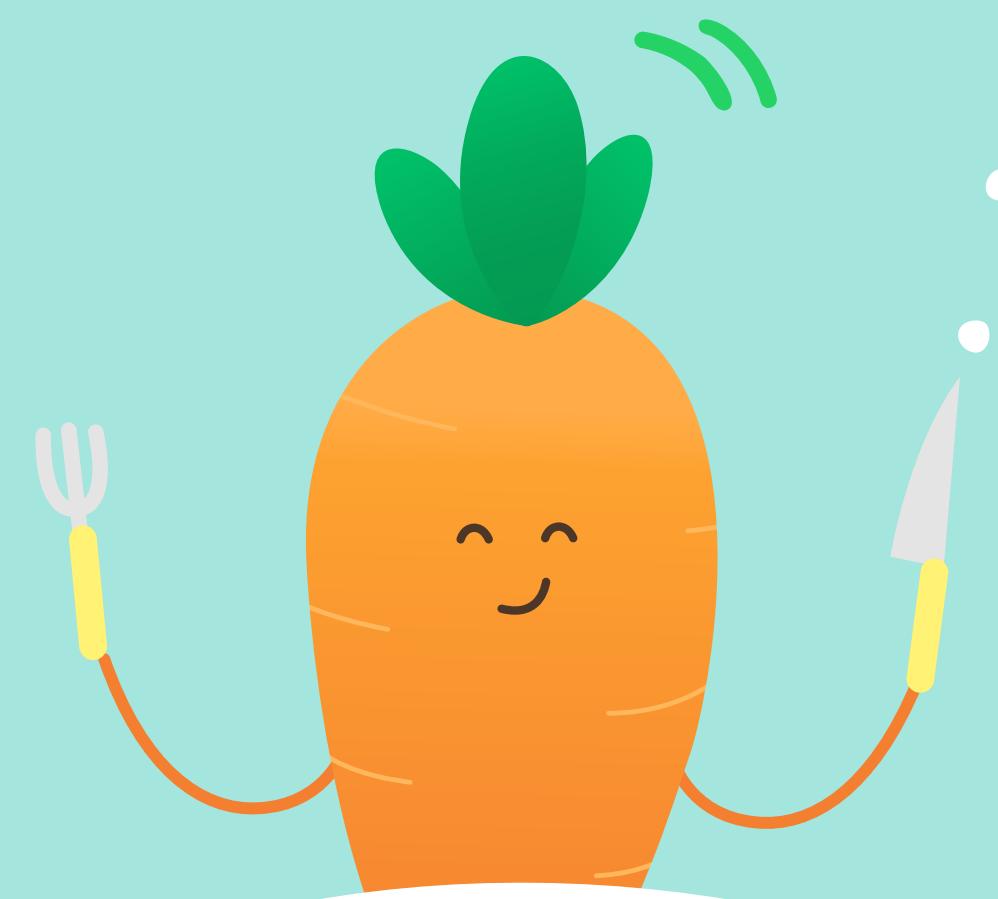


Coralie, usuaria desde hace más de 6 meses

"GRACIAS A YUKA HE CAMBIADO ABSOLUTAMENTE TODO, TANTO LA ALIMENTACIÓN COMO LOS COSMÉTICOS, ¡MIS ARMARIOS SON VERDES! "



Usuaria desde hace más de 6 meses



Yuka
SITÚA
LA ALIMENTACIÓN
EN EL CENTRO DE
LAS PREOCUPACIONES

83%

de los usuarios
compra menos
pero de mejor
calidad

57%

de los usuarios declara cocinar más.



96%

de los lectores del blog* de nutrición ha aprendido leyendo los artículos.



66%

de los padres utiliza la aplicación con sus hijos y la emplean como herramienta de sensibilización.



83%

de los lectores del blog* de nutrición Yuka ha puesto en práctica acciones concretas que ha aprendido en los artículos.



"GRACIAS, AHORA COCINO LOS INGREDIENTES "EN BRUTO" E INTENTO COMPRAR LO MÁXIMO POSIBLE A PRODUCTORES LOCALES!".



Usuario desde hace menos de 6 meses

"ESTOY IMPRESIONADA AL VER QUE MIS HIJOS UTILIZAN YUKA Y QUE ELLOS MISMOS LIMITAN LOS PRODUCTOS CON ADITIVOS".



Gima, usuaria desde hace más de un año

"EL CONTENIDO DEL BLOG, COMO POR EJEMPLO, LOS ARTÍCULOS SOBRE EL AGUA, EL SALMÓN O EL PAN, SON EXCELENTES Y REALMENTE HAN CAMBIADO MIS HÁBITOS DE CONSUMO".



Adrien, usuario desde hace más de un año



Yuka TIENE IMPACTO SOBRE LOS EMPRESARIOS

90%

de los usuarios considera
que Yuka puede empujar
a las marcas y a los
empresarios a ofrecer
mejores productos



TIME FOR
CHANGE

84%

de los usuarios está convencido de que Yuka puede tener un mayor impacto que los poderes públicos a la hora de cambiar las cosas.



88%

de los usuarios afirma que Yuka puede contribuir a cambiar la legislación sobre las sustancias autorizadas en los productos.



"INCREÍBLE EL PESO QUE UNA APLICACIÓN TAN PEQUEÑA PUEDE TENER PARA HACER CAMBIAR LAS COSAS MIENTRAS QUE EL GOBIERNO NO LO CONSIGUE POR LOS GRUPOS DE PRESIÓN."



Dine, usuario desde hace más de un año

"CON YUKA, TENGO LA IMPRESIÓN DE TENER UN PAPEL QUE DESEMPEÑAR Y DE ESTAR MENOS SOMETIDO AL PODER DE LA INDUSTRIA."



Usuario desde hace más de un año

"CADA VEZ SOMOS MÁS «CONSUMACTORES» Y YA PERCIBIMOS LOS CAMBIOS EN LOS INGREDIENTES DE NUESTROS PRODUCTOS".



Martine, usuaria desde hace menos de 2 meses

Estos comentarios de usuarios se han complementado con testimonios de trabajadores del sector industrial francés acerca del impacto de Yuka en su proceso de mejora de productos.

- La petición de testimonios de trabajadores del sector industrial fue pública y abierta a cualquier empresa que desease relatar el impacto de Yuka sobre sus productos.
- Al ser Yuka un proyecto 100 % independiente, ningún trabajador industrial ha recibido compensación por aportar su testimonio a este estudio.
- Los testimonios de los trabajadores industriales solo tratan acerca del impacto de Yuka y su objetivo no es, en ningún caso, promocionar sus marcas y productos.
- Se trata de una lista de ejemplos que no incluye a todos ellos: Yuka probablemente ha tenido un impacto sobre muchas otras industrias y productos.

Cambios concretos en los productos



Buitoni

Reducción de sal en las pizzas
Fraich' Up.
Abril de 2019



TUC

Reducción de la sal entre un 15 % y un 25 %, según la variedad ; reducción de las grasas saturadas en un 70 %
Marzo de 2018



Carte d'Or

Lanzamiento de una nueva gama de sorbetes bio con menos ingredientes y solo 2 aditivos.
Abril de 2019



Saint Eloi - Intermarché

Supresión del ascorbato de sodio y del nitrito de sodio en la Poêlée paysanne.
1er trimestre de 2020



Caudalie

Supresión del salicílico de bencilo en los espráis y cremas solares.
Abril de 2020



Cosmia - Auchan

Supresión del fenoxietanol, metilsotiazolinona y metilcloroisotiazolinona en la crema limpiadora de manos Fleur de coton.
Julio de 2019

Se pueden encontrar otros ejemplos en la página 14 del documento francés.



Sylvie WILLEMIN, Nestlé Francia

Directora de nutrición

« Yuka, que utiliza el Nutri-Score, al que nos hemos adherido, nos empuja a acelerar la mejora de nuestros productos, la simplificación de nuestras listas de ingredientes y el desarrollo de nuestras ofertas ecológicas y vegetales ».



Thierry COTILLARD, Intermarché

Presidente

« Yuka es una tendencia de fondo, por tanto es esencial para nuestros Intermarché, que somos productores y vendedores, ser proactivos para tener los productos con la mejor calificación. Por ello vamos a reformular 900 de nuestras recetas suprimiendo 142 aditivos ».



Mathilde THOMAS, Caudalie

Fundadora

« Hemos pasado de 65 % de referencias verdes en Yuka a 80 % en 1 año. Nuestro objetivo es que todo sea verde en Yuka en 2021 ».



Sophie CREUSOT JAYET, Unilever Francia

Directora de Comunicación y de Relaciones Exteriores

« Hemos formulado nuevos productos para responder a las necesidades y expectativas de los consumidores que están muy alineados con los criterios de evaluación de Yuka ».



Louise DANIEL, Auchan

Responsable calidad DPH (Droguería, Perfumería, Higiene)

« Yuka nos permite mejorar las fórmulas cosméticas de los productos de marcas Auchan, para que estén compuestas por los mejores ingredientes posibles para nuestros consumidores ».

¿Y DESPUÉS?

LA APLICACIÓN

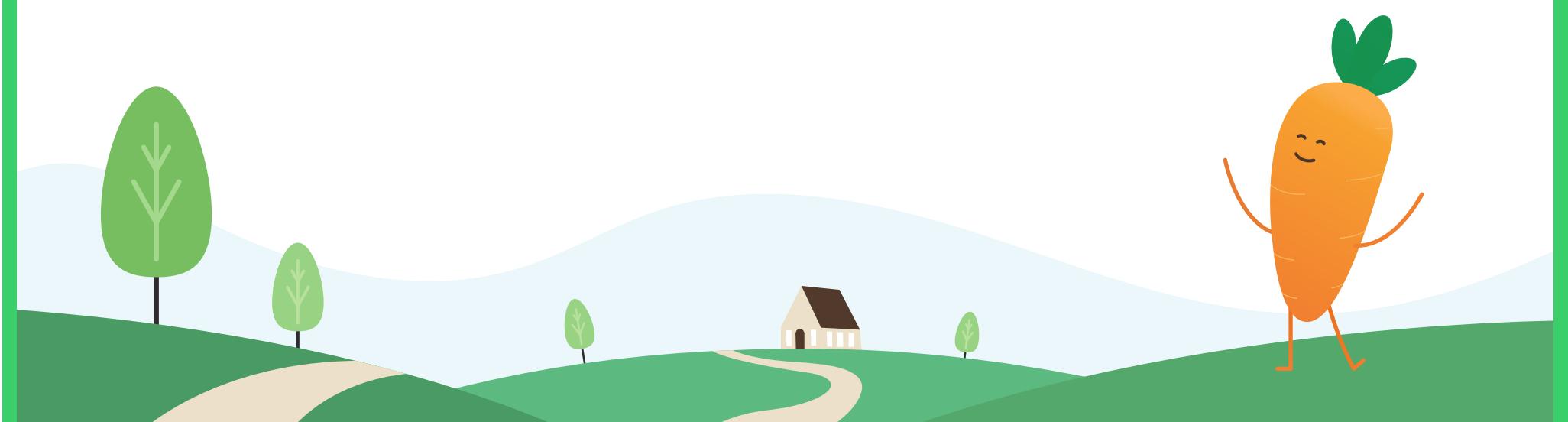
Los resultados de este estudio confirman el impacto del proyecto, tanto en la salud de las personas como en la industria. Por eso, no nos vamos a detener aquí y vamos a seguir desarrollando Yuka a mayor escala : ¡tenemos previsto lanzar la aplicación en Canadá y Estados Unidos a finales de 2019!

Nuestra ambición es poder ir más allá en la información que proporcionamos a los consumidores. Así, desearíamos, con el tiempo, poder analizar el impacto medioambiental de los productos. Es un terreno complejo, pero estamos convencidos de que se trata de un verdadero reto social en el que también podríamos tener un gran impacto.

ASPECTO NUTRICIONAL

A la vista del interés generado por los artículos del blog de nutrición (que pronto se traducirán), que contribuyen también a sensibilizar a todas las personas en el ámbito alimentario, hemos decidido publicar un libro (en francés). Del desayuno a la cena, explicará de forma amena la nutrición a través de las 4 comidas del día: desayuno, almuerzo, merienda y cena. Asimismo, incluirá recetas para cada una de estas comidas. Su publicación está prevista para abril de 2020.

¡GRACIAS A TODOS!





<https://yuka.io/es>