

PREMIADA EN EL INNOVASUMMIT 2024:

Coca-Cola Andina se une con startups para promover un ecosistema de reusabilidad para envases retornables

La compañía, junto a Inky, Owo y Reciclapp, está rediseñando los procesos de retornabilidad y venta para canales modernos y tradicional.

Generar un impacto positivo en el medio ambiente y las comunidades, y contribuir a la construcción de un futuro más sustentable, son dos ejes que las organizaciones han incorporado fuertemente en sus estrategias de negocios.

En esa línea, el trabajo colaborativo es un motor fundamental para lograr estos objetivos. Es así que establecer alianzas estratégicas con el ecosistema startup hoy es un camino que muchas compañías están recorriendo para alcanzar las metas sustentables, pero también para acercar y poner a los clientes al centro, con soluciones innovadoras y disruptivas.

Por ello, Coca-Cola Andina estableció una alianza estratégica con tres startups que apoyan y fortalecen el uso de envases retornables en nuestro país, con foco en la reusabilidad, recolección y logística inversa. De esta manera, la compañía continúa su propósito que es "llegar juntos a todos los rincones para refrescar momentos y abrir oportunidades".

Los buenos resultados de este proyecto llevaron a que Coca-Cola Andina haya obtenido el primer lugar en la categoría "Mejor Alianza Estratégica Corporativa-Startup" en la quinta versión del InnoVaSummit 2024. En esta categoría, se reconoce la mejor alianza estratégica durante el último año y se evalúan distintas métricas: retorno económico, impacto estratégico en el negocio, impacto en el corporativo e impacto en la startup.

"El enfoque colaborativo de nuestra iniciativa, donde buscamos unir el mundo físico y digital, nos permitió desarrollar un ecosistema que aborda de manera eficiente la recolección y virtualización de envases retornables, con una fuerte orientación hacia la sostenibilidad y la conveniencia para el consumidor, entregando una herramienta asincrónica, virtual y digital", explica Sergio Yáñez, gerente corporativo Productos Digitales RTM operacional de Coca-Cola Andina.

En esta línea, Lilliam Cabrera, product owner de Innovación de Coca-Cola Andina, destaca que "esta iniciativa surge como parte de nuestro propósito de

trabajar de manera colaborativa. En ese sentido, unirnos y avanzar juntos es esencial, ya que no llegaríamos tan lejos solos como lo hacemos junto a nuestros partners estratégicos. Por ello, queremos impulsar a empresas disruptivas, integrarlas a nuestra estrategia y hacerlas parte de este gran proyecto".

A juicio de Laura Chicurel, fundadora y directora de InnoVa360, "Coca-Cola Andina destacó porque no solo impactó a una startup, sino que, a múltiples proyectos, los hizo partícipes y hubo un trabajo de creación de diseño colaborativo; y también por la oportunidad de escalar el proyecto que podría tener un gran impacto".



¿De qué se trata?

La retornabilidad es muy importante no solo para la compañía sino también para las personas, quienes pueden adquirir productos a precios muy convenientes y al mismo tiempo cuidar el medio ambiente. Por este motivo, Coca-Cola Andina busca hacer más fácil la experiencia de compra de las personas.

Con este objetivo en mente, el equipo de Coca-Cola Andina junto con Inky, Owo y Reciclapp trabajaron en el rediseño de los procesos de retornabilidad y venta de envases a través del canal moderno, para "llegar a los clientes y consumidores con soluciones innovadoras, que faciliten la retornabilidad para ellos", dice Yáñez.

"Parte de la transformación de cómo nos conectamos con nuestros clientes tiene que ver con desarrollos digitales. Sin embargo, la retornabilidad siempre la pensamos como un desafío desde lo físico, pero nos dimos cuenta de que también es un desafío digital. Por eso, hicimos el proceso asincrónico de retornabilidad, es decir que hoy puedes ir con tus botellas, entregarlas, digitalizarlas y no necesariamente comprar", indica el ejecutivo.

Para llegar a eso, el equipo de Innovación Digital de la compañía, en conjunto con InnoVa360, levantaron a los mejores candidatos para este nuevo ecosistema, que comenzó con una convocatoria de innovación abierta y luego un spin-off de más de 50 propuestas, siendo elegidas las tres startups que más se alinearon con los objetivos de la compañía y de adaptación a sus necesidades.