

## – Sostenibilidad Ecodesign

**El Grupo Boticário presenta este podcast.**

**I: Hola a todos. Bienvenidos al podcast de Ecodesign. Soy Isabela Passarini, diseñadora de producto, y hoy vamos a tener una estupenda charla sobre el tema con Bruno Sezerban, que es el Gerente de Diseño y Sostenibilidad del Grupo Boticário. Bruno, ¡bienvenido!**

**B:** Gracias, Isa. Compañeros, es un gusto estar aquí con ustedes, hablando de un tema tan relevante para todos nosotros y para el planeta. Como Isa ya me ha presentado, soy Bruno Sezerban, Gerente de Diseño y Sostenibilidad aquí en I+D del Grupo Boticário.

**I: Bruno, cuéntanos: ¿qué es el Ecodesign?**

**B:** Perfecto, Isa. El Ecodesign también se conoce como Design for the Environment, y significa Diseño para el Medio Ambiente. En otras palabras, el Ecodesign es un conjunto de herramientas y estrategias que nos permiten diseñar o crear productos y servicios de una forma más consciente. Tenemos en cuenta no sólo las cuestiones medioambientales, sino también las económicas y sociales dentro de un proyecto o una nueva solución, de tal forma que aportemos impactos positivos para el planeta, principalmente, y un consumo muy consciente.

**I: Muy interesante. ¿Y cómo se convierte el Ecodesign en una solución sostenible dentro de este panorama?**

**B:** Pues bien, el Ecodesign ya tiene una serie de preocupaciones que cuestionan todas las soluciones o productos que creamos, es decir, ya estamos buscando materiales que sean menos agresivos con el medio ambiente, o que procedan de materias primas renovables, como la caña de azúcar, por ejemplo.

También se preocupa de toda la cadena de producción del producto, desde la extracción de la materia prima hasta la venta al consumidor y, sobre todo, la eliminación posterior de este producto. Dicho de forma más sencilla: en lugar de tener basura, ¿qué hago con ella? ¿Cómo convierto esta basura en una nueva materia prima para un nuevo producto, por ejemplo, o reutilizo esta basura para crear algo? De modo que surge esta preocupación y una mirada a toda esta cadena, a todo este ciclo de producción.

**I: Genial. ¿Y el Grupo Boticário hace Ecodesign? Si es así, ¿cómo lo hacen?**

**B:** Sí, sí, ¡por supuesto! De hecho, llevamos aplicando algunas soluciones desde 2007. Ahora, desde hace dos años, estamos profundizando mucho más en este tema, pero ya en 2007, cuando implantamos la metodología de ACV, que es la Evaluación del Ciclo de Vida de los productos para envasado, donde damos una mirada sistémica al desarrollo de nuestros envases, analizando los impactos ambientales, analizando toda una serie de cuestiones relacionadas con el producto y no solo con el embalaje, sino con los procesos de producción y todo lo demás.

Desde 2006 también llevamos a cabo una serie de acciones dirigidas a la sostenibilidad, que incluyen la formación de los empleados, materiales de orientación para el diseño secular y la economía secular, prestando mucha atención a la reciclabilidad y el reciclaje.

Además de las acciones anteriormente citadas, el Grupo también desarrolla otras prácticas, porque no podemos hablar sólo del producto. Prácticas como el aprovechamiento del consumo energético, de las materias primas en la fábrica, el desarrollo de fórmulas de alta tecnología compuestas también por materias primas de origen natural, la reducción de los residuos generados en la creación de envases (uso de papel certificado) y otra serie de soluciones, tanto en el producto como en nuestra fábrica y procesos de producción, que nos hacen contemplar el Ecodesign en grandes dimensiones para la mejora de nuestro planeta.

**I: Excelente, Bruno. Por último, ¿cuál es el impacto del Ecodesign en el GB?**

**B:** Incorporando el Ecodesign como herramienta para alcanzar nuestros objetivos de sostenibilidad, el Grupo Boticário en su conjunto busca tener un impacto positivo en los consumidores y en el planeta. Con esto en mente, creemos que el Ecodesign es una herramienta que nos ayuda a impulsar y crear nuevos productos para que todo esto sea posible.

Tenemos un compromiso muy fuerte con la legislación medioambiental, un mejor uso de las materias primas y los recursos, una reducción de las emisiones de CO2 en el transporte, una capacidad de innovación y nuevas tecnologías, principalmente para impulsar el consumo consciente de nuestros consumidores en nuestro mercado y, sobre todo, con una comunicación 100% transparente para los consumidores y en las redes sociales.

Y yo creo que eso es todo, intentamos tener un impacto positivo, reducir los residuos o lo que hacemos con nuestros residuos, cómo los devolvemos al proceso de producción y les damos una solución. Además, Isa, creo que vale la pena traer a colación algunos ejemplos de atributos sostenibles que están en este circuito con nosotros, y que estamos mirando mucho.

Cuando nos fijamos en nuestros productos y envases, algo que aporta mucha diferenciación, por ejemplo, es tener un solo material, o monomaterial en un envase, en lugar de tener varios tipos de plástico o varios tipos de materiales en un envase, si tenemos un solo material en todo el envase, hace que sea más fácil de reciclar, no hay necesidad de un proceso de desmontaje, por ejemplo. Quizás también envases reutilizables, reducción de peso: en lugar de utilizar tantos gramos de vidrio en un frasco de perfume, podemos utilizar mucho menos.

De modo que estamos empezando a estudiar todos estos puntos en los que podemos optimizar cada uno de esos detalles en nuestros productos, que sin duda marcan la diferencia. Creo que un punto muy interesante aquí es que el mercado también se está acostumbrando a este uso, que es la recarga, es decir, vendemos un producto con un envase más robusto, pero nos aseguramos de que el consumidor pueda utilizar este producto durante toda su vida útil, pero en lugar de comprar siempre un envase nuevo y completo, solo compra el recambio, solo el cosmético, solo el producto que va a utilizar y vuelve a aprovechar su envase.

Entre otras acciones del ciclo de vida o la reutilización de moldes, por ejemplo, también estamos estudiando detalle a detalle en cada etapa del proceso de creación y fabricación de envases de productos para garantizar este impacto positivo, un consumo consciente y un impacto positivo, especialmente para nuestro planeta.

**I: ¡Muchas gracias, Bruno! Nos has dado una excelente visión panorámica de las acciones llevadas a cabo por el GB y estoy segura de que has podido despejar muchas dudas sobre qué es el Ecodesign, cómo se puede aplicar y, principalmente, los impactos que tiene en la vida de todos y en el medio ambiente. Eso es todo y ¡muchas gracias por tu participación, Bruno!**

**B:** Gracias a ustedes, de mi parte espero haber contribuido un poco al conocimiento de todos. Espero que poco a poco podamos cambiar todas nuestras acciones y contribuir con nuestro planeta, que es uno solo, ¿verdad? Creo que ese es el

gran significado. No hay que tirar nada, siempre lo sacamos de un sitio y lo ponemos en otro, pero no lo tiramos porque el planeta es uno. Muchas gracias a todos. ¡Espero que les haya gustado!

**Usted ha oído: el podcast Belleza Transparente del Grupo Boticário.**