

## - Vegano, orgánico y natural

El Grupo Boticário presenta este podcast.

**P:** ¡Hola, a todos! Hoy estamos aquí con Claudia Kremer, especialista en asuntos regulatorios del Grupo Boticário, y vamos a hablar un poco sobre la diferencia entre orgánico, vegano y natural. Son conceptos que a menudo se confunden en la mente de los consumidores. Así que aquí vamos a conocerlos un poco, aclarar las diferencias entre los productos, los conceptos... Claudia, gracias una vez más por estar hoy con nosotros. Me gustaría empezar con una pregunta, sobre la diferencia entre estos productos. ¿Cuál es la diferencia, entonces, entre productos ecológicos, veganos y naturales?

**C:** De acuerdo. ¡Gracias por invitarme! Creo que esa es la cuestión principal que tenemos aquí, ¿no? ¿Cuál es la diferencia conceptual entre estos productos? Por lo tanto, voy a empezar hablando de vegano, cuál es la definición actual de los productos veganos.

Son cosméticos sin materias primas de origen animal y sin experimentación en animales, básicamente ese es el concepto general de vegano. Ahora, con respecto a los productos naturales, son cosméticos que en su mayoría tienen ingredientes de origen vegetal o ingredientes biotecnológicos, que son los de origen natural, son sintetizados, pero su origen realmente es natural, o también ingredientes minerales. En estos productos también podemos encontrar algún tipo de ingrediente de origen animal (no tenemos esta práctica dentro del Grupo), pero se puede encontrar.

Con respecto a los cosméticos ecológicos, se trata de cosméticos que contienen en su formulación ingredientes de origen orgánico certificado. Entonces tenemos la trazabilidad de algunos de los ingredientes que componen este cosmético y con dicha trazabilidad certificada.

**P:** Excelente, Claudia. ¿Y cómo pueden nuestros consumidores identificar estos productos en las tiendas, en los estantes? ¿Cómo podemos fijarnos y distinguir la diferencia a la hora de comprar?

**C:** Miren, básicamente pueden encontrar esta información en la etiqueta del producto, o en las páginas web de las empresas. Pero, a primera vista, la información está en las etiquetas, ya sea a través de un sello o de un certificador, como es el caso del sello orgánico de Ecocert, que contiene

producto orgánico, o de una información clara del propio fabricante, o del porcentaje de ingredientes naturales o de productos veganos, que puede describirse en el etiquetado o en forma de sellos en la parte frontal del producto o en la parte posterior del mismo.

**P:** Perfecto. Y en el Grupo Boticário, ¿tenemos algún ejemplo, Claudia, de las marcas que componen toda la red del Grupo Boticário?, ¿nos podría dar algún ejemplo?

**C:** Sí, tenemos varios ejemplos dentro del Grupo. Un ejemplo muy fuerte es Nativa SPA Orgánico, una línea especial de productos orgánicos certificados. Componemos esta línea con loción, champú y acondicionador, todos con etiqueta orgánica Ecocert.

También tenemos una línea dentro de la marca Eudora que constituye la definición de cosméticos naturales. Así que tenemos toda una línea con información para el consumidor sobre los ingredientes naturales, el porcentaje de ingredientes naturales que incluimos en ese producto. También trabajamos con la línea Vult, que incluye varios productos veganos a disposición de los consumidores.

**P:** Hoy tiene una cartera amplia, ¿no es verdad? Creo que el Grupo lleva muchos años trabajando para concienciar sobre cómo tener una cartera amplia que incluya productos veganos, orgánicos y naturales. Fantástico.

**C:** Exactamente, he dado algunos ejemplos aquí, pero hay muchos más ejemplos dentro del Grupo, algunos muy específicos, pero el Grupo trabaja muy duro para llevar estos productos diferenciados con estos beneficios al consumidor.

**P:** Estupendo, Claudia. Tengo una duda: ¿al fin de cuentas, cuál es el diferencial de estos productos? ¿Por qué elegir uno de estos productos? ¿Qué los diferencia de todos los demás del mercado?

**C:** Como verá, Paloma, estos productos no presentan ninguna diferencia en cuanto a eficacia y seguridad, son similares a lo que llamamos productos convencionales en el mercado. La diferencia interesante que tenemos aquí es que estos productos sensibilizan a la población sobre esta cuestión medioambiental, sobre el uso consciente, el compromiso con la sostenibilidad y el medio ambiente. No supone una diferencia en términos de suministro, porque realmente proporciona todos los beneficios que proporcionan los productos convencionales, pero se suma una cuestión relacionada con la sostenibilidad y el medio ambiente.

**P: Estupendo, Claudia, realmente esto se vincula mucho con el movimiento Belleza Transparente, ¿no es así?**

**C:** Exactamente.

**P: Que ha estado trabajando en el consumo consciente, nuestra responsabilidad social y ambiental, mucho de nuestro éxito responsable, que es grande. Y luego hay otra cuestión aquí, que son los beneficios medioambientales de estos productos, que están estrechamente entrelazados con esta preocupación nuestra, nuestra responsabilidad social y medioambiental. Cuénteme un poco sobre esto, ya que estamos hablando de que estos productos tienen las mismas características y ofrecen las mismas cosas que los productos convencionales, agregando además el valor de tener estos beneficios medioambientales. Hábleme un poco de estos beneficios, Claudia.**

**C:** Eso está muy bien. Cuando usamos cosméticos veganos, por ejemplo, estamos hablando de protección animal, sin sacrificio ni sufrimiento animal. Así que estamos hablando mucho de los derechos de los animales y la ética, e incluso estamos hablando de no utilizar los subproductos de estos procesos, del metabolismo del animal.

Entonces, por ejemplo, la miel: realmente estamos hablando de la causa animal, y no usar nada que provenga de animales y realmente usar las materias primas que ponemos en nuestro producto éticamente. Cuando hablamos de cosméticos naturales, nos referimos a materias primas que proceden de fuentes renovables y biodegradables, por lo que el uso de estas materias primas aporta realmente un beneficio medioambiental al producto.

Respecto a los cosméticos orgánicos, cuando los usamos, indirectamente promovemos el uso de la agricultura orgánica. Respetamos la biodiversidad, utilizamos los recursos naturales allí de forma responsable, respetando el medio ambiente, integrando el desarrollo del concepto de química verde del que tanto se habla hoy en el mercado, que en realidad son productos con el mayor número posible de materias primas naturales y orgánicas.

Por lo tanto, con todo esto, realmente generamos menos ecotoxicidad en la fabricación de los productos, es decir, minimizamos todas las formas de contaminación: del suelo, del agua y del aire, que pueden derivarse de las prácticas agrícolas. Estamos hablando realmente de una materia prima que genera menos ecotoxicidad.

También reducimos los residuos, porque podemos reciclar estos desechos orgánicos. Impactamos menos en el uso de la tierra, por lo que mantenemos o aumentamos la fertilidad del suelo a largo plazo. Y tenemos muchos impactos sociales positivos aquí, respetamos realmente la integridad cultural de las comunidades rurales, la integridad de los bosques, mantenemos la biodiversidad ecológica de los recursos hídricos.

Podríamos pasarnos aquí varias horas hablando de los numerosos beneficios que tenemos en estos productos, pero básicamente, en general, estos son los beneficios que brindamos cuando ofrecemos este tipo de productos al consumidor.

**P: Genial, Claudia. Es decir, realmente es un consumo consciente con beneficios para la naturaleza, para la sociedad, ¡qué maravilla! No conocía todas estas características, creo que ahora está mucho más claro para todos los que nos van a escuchar, estas diferencias, los beneficios que aportan estos productos no sólo para el consumidor, para la piel, para el cabello, en fin, para el cuidado, sino también para la naturaleza, ¿no? Todos salimos ganando con el uso de estos productos, ¿verdad?**

**C:** Así es.

**P: P: Gracias Claudia por el tiempo dedicado, gracias por responder a todas nuestras dudas, desmitificarnos muchos conceptos a todos y nos vemos en el próximo podcast. ¡Gracias!**

**C:** ¡Muchas gracias!

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