

– Sustentabilidade Corporativa

Este podcast é apresentado pelo Grupo Boticário.

P: Bom dia, pessoal! Hoje temos a honra de receber a Letícia Boeing, gerente de SG do Grupo Boticário. Tudo bem, Letícia?

L: Oi, Paloma, tudo bem e você? Bom dia.

P: Tudo joia. Vamos falar um pouquinho dos Compromissos do Futuro que o Grupo Boticário assumiu recentemente né, Letícia? São desafios e metas ousadas. A gente queria saber um pouquinho mais sobre esses Compromissos para o Futuro. Como que vocês já atuavam com essa estratégia de sustentabilidade dentro do Grupo? Me conta um pouquinho do histórico que a empresa já vem atuando em SG (antigamente chamado de sustentabilidade)? Me conta um pouquinho como que foi essa trajetória, um pouco dos Compromissos para o Futuro?

L: Acho que sustentabilidade é algo que já está no DNA do Grupo. O nosso fundador, o dr. Miguel, ele é super engajado com o tema, ele tem um carinho especial pelo tema. E a gente, como Grupo, tem uma história muito bonita em relação a sustentabilidade.

Lá em 1990 teve a criação da Fundação Grupo Boticário que é super reconhecida mundialmente pela atuação em sustentabilidade. Em 2004 a gente cria o Instituto Grupo Boticário e em 2006 a gente começa o nosso programa de reciclagem, de logística reversa nas nossas lojas que hoje é o problema de reciclagem (número de pontos de coleta do Brasil). Então, o programa de reciclagem de logística reversa com mais capilaridade no Brasil.

Em 2012 a gente cria a nossa primeira estratégia de sustentabilidade, com foco em quatro pilares: produto, logística reversa, ponto de venda e ecoeficiência. Ali, a gente já vem sendo pioneiro no tema, colocando metas de longo prazo e olhando para temas que na época, e ainda são, mas na época eram super relevantes.

Em 2016, graças a esse plano, a gente já começa a olhar para as nossas lojas. A gente tem uma loja de QdB que tem Certificação Leed de Sustentabilidade, a gente tem uma fábrica na Bahia que tem Certificação Leed de Sustentabilidade. Em

2017, a gente já consegue números muito legais em questão de ecoeficiência como, por exemplo, redução de 61% de água nas nossas operações.

Em 2020 a gente cria os nossos Compromissos para o Futuro, que são compromissos super robustos que tem um olhar além dos muros do Grupo; ele olha muito para a cadeia, olha muito para os nossos fornecedores, olha muito para o varejo, como a gente pode maximizar esse nosso impacto positivo em relação aos temas tanto de meio ambiente, quanto social na nossa cadeia de valor. Os Compromissos pegam toda essa história que a gente já construiu e começam a olhar para isso para fora dos muros, a gente expande o nosso olhar, pega tudo o que a gente já fez de bom e tenta maximizar ainda o nosso impacto.

P: Legal, Lê! Me conta um pouquinho por que esses Compromissos, o que eles trazem de novo, então? Vocês olham para além dos muros, existe uma preocupação com a sociedade, com o meio ambiente, mas quais são esses novos desafios do planeta que exigem, então, novas atitudes empresariais, rever realmente essa estratégia e pensar além e ir além. Conta um pouquinho sobre esses Compromissos, como eles estão divididos e o que eles trazem de novo para a atuação do Grupo Boticário?

L: Acho que os nossos Compromissos hoje são super conectados ao nosso negócio e olhando para a nossa cadeia. A gente tem duas metas que são super inspiracionais, a primeira fala de mapear e solucionar 150% de todo resíduo sólido gerado na cadeia do Grupo Boticário – isso já é super inovador porque nenhuma empresa no mercado fala em 150%, trazer só um tipo de impacto, que é o positivo, e além da nossa obrigação que seriam os 100%; e reduzir a desigualdade social de 1 milhão de brasileiros, transformando a realidade da gestão de resíduos no Brasil – essa segunda meta é muito linkada ao social e ela faz com que ajude a gente a chegar na primeira meta que é ambiental, mas fazendo com que os resíduos sejam uma fonte de renda e diminua a desigualdade social de 1 milhão de brasileiros.

São metas super, super robustas essas duas principais, duas metas mais inspiracionais. Elas são seguidas de outros 14 Compromissos que a gente chama de Foundations aqui que são divididas em quatro pilares:

Um pilar que fala de neutralizar o impacto ambiental – aqui, a gente fala de água, energia, gás de efeito estufa, e a gente fala de operação direta, mas também fala de cadeia, reduzir o nosso impacto em meio aquático, utilizar insumos de fonte renovável, esse pilar fala muito do impacto das nossas operações e da nossa cadeia.

O segundo pilar fala de potencializar a conservação da biodiversidade – olhar para projetos de biodiversidade dentro da própria cadeia, expandir as nossas áreas preservadas tanto direta quanto indiretamente.

A gente tem um pilar que fala de estimular o consumo responsável – trazer rastreabilidade, comunicar o nosso impacto, trazer informação para o nosso consumidor.

É um pilar que fala de alavancar a diversidade e inclusão – que fala muito de garantir representatividade e aqui também a gente traz muito a nossa cadeia, os nossos produtos, a nossa comunicação, como a gente traz esse tema que é tão importante para dentro, tanto internamente quanto na nossa cadeia e nas nossas comunicações.

Eu acho que, se a gente olhar a estratégia como um todo, ela é inovadora porque a gente convida os nossos parceiros para estarem com a gente aqui, a gente quer expandir o nosso impacto, a gente quer ter um único impacto, que é o impacto positivo.

P: Lê, que bacana! E eu queria saber com que a gente consegue conhecer melhor esses Compromissos para o Futuro. Existe algum portal, algum lugar que a gente consegue acessar, conhecer mais sobre essas metas e esses objetivos?

L: Sim, sim, Paloma. Vocês podem encontrar na nossa plataforma: www.umabelezadefuturo.com.br. Lá, vocês vão conseguir ver um vídeo explicando um pouco do que são os nossos Compromissos, o detalhamento de cada compromisso, como eles estão conectados com as nossas ODSs, tanto em inglês quanto em português. Toda informação e detalhamento de cada um dos nossos objetivos e o que a gente espera com eles. No futuro, a gente vai trazer também os nossos resultados para os nossos stakeholders para mostrar como que a gente vem evoluindo em cada um dos temas.

P: Puxa, que legal, Lê. Trazendo um pouquinho desse olhar dos stakeholders, como que isso muda para nós, consumidores? Eu, super consumidora do Grupo Boticário, de todas as marcas. Conta um pouco como que isso nos afeta, como que chega até nós esses compromissos? Como que eles saem realmente da empresa e da área de SG do Grupo e chega até nós? A gente também tem como contribuir para esses compromissos?

L: Claro, a gente sempre fala que o consumidor está no centro de tudo aqui no Grupo, então cada produto que a gente desenvolve, cada campanha que a gente leva, cada coisa

que a gente comunica, ela é para o consumidor. Vocês vão encontrar nas gôndolas e nas nossas comunicações cada vez mais atributos e comunicações sobre sustentabilidade e sobre os nossos produtos. Vendo o consumidor fazer as melhores escolhas com o que a gente vai poder entregar, a gente vai tentar trazer o melhor possível para vocês. E tem que ser uma escolha de vocês.

Acho que é uma via de duas mãos aqui. Essas metas, esses objetivos a gente não vai atingir sozinhos, a gente precisa que o consumidor e os nossos stakeholders estejam junto com a gente. Por exemplo, além de escolher produtos mais sustentáveis para o consumo como refil, por exemplo, a gente também pede que vocês tragam as embalagens de volta, para que elas possam ser recicladas.

Esse é um exemplo de como o consumidor pode fazer a parte dele: escolher o melhor produto, escolher a melhor embalagem – tem nas nossas embalagens quais são atributos de sustentabilidade que ela tem. Depois que consumir, ir atrás de um refil que é onde a gente coloca menos resíduo no meio ambiente e, por fim, trazer esse resíduo de volta para a loja para que a gente possa reciclar.

P: Poxa, que legal, Lê! E eu também vi que vocês trabalham muito com os cinco “R’s”. Quereria que você falasse um pouquinho sobre esse conceito de Repensar, Reciclar, Reutilizar... como que isso se atrela à Economia Circular? Como que o Grupo trabalha com esse conceito e como isso está atrelado também aos Compromissos?

L: Sim, a gente trabalha muito com os cinco “R’s”, eles derivam dos três “R’s”.

Acho que a primeira coisa que a gente tem que fazer é Recusar, evitar resíduo que a gente não precisa gerar, desde a produção do produto. Eu preciso dessa caixa? Eu preciso desse plástico? Posso evitá-lo? Acho que esse é o primeiro passo, olhar para todo o processo e ver o que pode ser evitado, recusado.

Depois, a gente olha para Refletir. Dentro dos nossos produtos, o que eu posso fazer de redesign? O que eu posso fazer com que ele possa ser mais inteligente, mais eficiente, consuma menos material, possa ser reutilizado? Então, o design das nossas embalagens, refletir sobre eles e ver se aquele é o melhor possível, se aquilo é o melhor possível que a gente possa entregar. Aqui, a gente fala muito de colocar, por exemplo, matérias-primas mais inteligentes, consumir menos matéria-prima e olhar sempre para se o que a gente está fazendo é o melhor que a gente pode fazer dentro do design das nossas embalagens e lojas.

Depois, a gente olha para Reduzir. Reduzir ao máximo o que a gente pode reduzir. Eu preciso de uma embalagem com tanta matéria-prima ou ela pode ser um pouco mais leve? Vai afetar a embalagem ou não vai afetar? Vai afetar a aparência da embalagem ou não vai afetar? Então, a gente olha para reduzir ao máximo o que a gente pode colocar no

mercado, tanto na distribuição quanto na produção. Depois, a gente olha para Reutilizar, o que a gente pode reutilizar. Vou dar um exemplo: dentro das nossas fábricas, a gente pode reutilizar a caixa que sai da fábrica para a do centro de distribuição? Podemos, então não precisamos de uma nova caixa, a gente pode utilizar aquela caixa durante todo o processo.

E, por último, Reciclar. O que eu não conseguir recusar, refletir, reduzir ou reutilizar, eu vou ter que reciclar. Tem resíduo que a gente não consegue olhar para os outros quatro "R's", então eu consigo reinserir ele dentro da própria cadeia e reciclar aquele resíduo.

E aqui a gente tem o nosso programa de logística reversa, que tem mais de 4 mil pontos, em que o consumidor pode trazer as embalagens dele para que a gente recicle junto as nossas corporativas parceiras.

P: Poxa, que legal, Lê. E são mais de 4 mil lojas, né? Não faltam espaços para que a gente possa deixar as nossas embalagens. O Boti está presente aí em vários lugares do Brasil, então lugares não faltam para que a gente possa também reciclar de uma forma correta as nossas embalagens. Por fim, queria te perguntar: qual é o legado que vocês querem deixar? No final do dia você falou muito sobre o impacto, que é o positivo, mas queria que você contasse uma mensagem final para concluir para os nossos ouvintes, qual legado que os Compromissos para o Futuro vão deixar, que compromisso que é esse que o Grupo Boticário está assumindo com o mundo?

L: Acho que aqui é como que a gente pode potencializar o nosso impacto positivo junto com a nossa cadeia. Os problemas do mundo não foram criados por uma empresa só, por uma sociedade... eles foram criados por uma sociedade, por empresas, governos, países, enfim. Eles só vão ser resolvidos por todo mundo junto.

Então, acho que aqui é: como a gente pode fazer parcerias e junto com nossos parceiros alavancar os nossos resultados e trazer só um tipo de impacto em 2030, que é o positivo. Então, se o Grupo Boticário sumir do mundo em 2030, o mundo só vai estar perdendo.

É isso o que a gente quer: através de gestão de resíduos, através de ecoeficiência, a gente quer deixar um legado tanto ambiental, quanto social, para que a gente consiga deixar um impacto positivo no mundo.

P: Obrigada, Lê! Bem inspiradora a nossa conversa, tenho certeza de que os nossos ouvintes vão conhecer os compromissos e se engajarem para que todos consigam essa meta. Não é uma meta só do Grupo, é uma meta de todos nós. Afinal de contas, gestão de resíduos, um mundo mais diverso, um mundo mais equilibrado e mais justo é papel de todos nós. Muito obrigada pelo seu tempo! Obrigada pela nossa conversa, foi ótima, saindo daqui com bastante inspiração para deixar, realmente, um mundo mais justo,

bonito, limpo e mais belo! Obrigada, Letícia!

L: Obrigada, Paloma.

Você ouviu: podcast Beleza Transparente do Grupo Boticário.