

BELLEZA<sup>+</sup>

## COSMÉTICA RECARGABLE

**Apuesta ecológica.** "Join the Refillution" es una tendencia mundial que se basa en el relleno de envases cosméticos para poder mejorar el medioambiente.

POR GEORGINA LACUBE / FOTOS: GENTILEZA DE LAS MARCAS

### REFILL.LAB

Una nueva marca dedicada al relleno de productos cosméticos y para el hogar.



**S**e sabe. La industria de la belleza es una de las más contaminantes, especialmente si se pone el foco en el alto porcentaje de desperdicios y plásticos de un solo uso que genera.

Una buena noticia es que los consumidores están cada vez más concientizados y buscan opciones que respeten al planeta. Los datos indican que el 55% perciben el embalaje de productos de cuidado personal como la principal causa de los residuos. Así, la preferencia recae en cosméticos con envases compostables, fáciles de reciclar, elaborados con materiales reciclados o que prescindan de envoltorios.

A nivel mundial, una tendencia que viene de la mano del *eco-packaging* es el *refillution*; es decir, la costumbre

de rellenar envases de diferentes productos cosméticos recurriendo a un repuesto o *refill*. De este modo, no sólo se generan menos desechos al dar la posibilidad de recargar una y otra vez el pote original, sino que además disminuye el precio del producto, ya que los *refill* se comercializan a un precio más bajo.

**Rellenar es la consigna**  
Como toda tendencia expansiva, las opciones recargables ya no son algo difícil de encontrar, dado que cada vez más firmas suman este formato a su portafolio.

Un referente es *Refill Lab*, una marca dedicada al relleno de productos cosméticos y para el hogar.

"Salimos al mercado en enero de este año, tras 10 meses de desarrollo de fórmulas, *blends*, *packaging* y certifica-

ciones, ya que apuntamos a la sustentabilidad. Nuestra premisa es que cada decisión que tomamos genere el menor daño posible en los cuerpos y en el ambiente", subraya Paola Pandra, CEO de este emprendimiento que fundó junto a Fernanda Meza.

Con ese fin, hoy ofrecen (junto a sanitizantes, alcohol en gel y fragancias para la casa), jabón líquido, cremas corporales, champúes y acondicionadores elaborados con ingredientes naturales (aloe vera, caléndula, palta), aprobados por el Anmat. Además, son *cruelty free*, veganas y no contienen parabenos, sulfatos ni colorantes.

"Todos vienen en bidones de dos litros para que los clientes puedan rellenar sus frascos en sus casas o lugares de trabajo. El impacto es con-

tundente, ya que con la compra de este formato, se evita tirar a los rellenos sanitarios entre 10 y 20 recipientes. Es más, desde el lanzamiento de la marca y hasta ahora, con cada compra evitamos que más de 50.000 envases sigan sumándose a los basurales de cada provincia", subraya Pandra.

Sus productos se consiguen en ocho fragancias distintas -desde geranio y rosa hasta lavanda, jazmín y vainilla- y su principal canal de distribución es la página web de la empresa, desde donde venden y entregan a todo el país, pero también a través de sus más de 40 distribuidores mayoristas. "Adicionalmente, sumamos un canal con el supermercado *Cero Market*, que acabamos de lanzar. La idea es que todos los clientes devuelvan sus bidones en to-

36 | VIVA | 28.11.2021

dos estos puntos, y a cambio los premiamos con cupones de \$100 para su próxima compra. Luego, nosotros los acondicionamos y sanitizamos en laboratorio y los reutilizamos. Otra novedad es que acabamos de inaugurar en Recoleta nuestro primer punto de recarga, con dispensers para que los clientes puedan rellenar ahí mismo todos sus productos", anuncian las socias.

**Apuesta internacional**  
Givenchy también apuesta fuerte por el sistema de rellenos. Como parte de su compromiso ambiental, lanzó *Le Rouge Sheer Velvet*, una barra de labios recargable disponible en los cuatro tonos más icónicos de la *maison*, incluido el N°37 *Rouge Grainé*. "Estos eco labiales estarán disponibles a partir de diciembre

en Argentina", señala Paula García Dentone, *Givenchy Product Manager*.

Otra novedad de esta firma de lujo es *Ressource*, el primer tratamiento hidratante antiestrés con envases recargables y ecológicos. La línea incluye una loción, un sérum concentrado y dos cremas faciales. "La optimización de los *packaging* reduce el impacto ambiental, ya que los estuches son de papel certificado por el Consejo de Administración Forestal, procedente de bosques sustentables, poseen líneas de base biológica y no contienen cartón interior para evitar el exceso de embalaje. Con este fin, tampoco incluyen instrucciones adicionales en su interior, ya que la información principal está impresa directamente en la caja", amplía García Dentone.

**CON CADABIDÓN DE DOS LITROS RECARGABLE SE EVITAN TIRAR A LOS RELLENOS SANITARIOS ENTRE 10 Y 20 RECIPIENTES, CALCULAN EN LA FIRMA REFILL.LAB.**

### ALIAJOS

1. Perfuma Phantom 150ml (\$16.330, Paco Rabanne).
2. Crema pulpa hidratante corporal (\$1445, Natura Ekos).
3. Cepillo TB (\$1.836,13, Proplanet).
4. Pasta dental Zero (\$405,92, Colgate).

A nivel mundial, una de las compañías pioneras en adoptar la política de repuestos es la multinacional brasileña Natura. "Acogimos esta medida en 1983, en sintonía con nuestra causa 'Más belleza, menos residuos'. Además de ser un motor de innovación, los *refills* son una clara expresión de sustentabilidad, ya que originan hasta un 78% menos de gases de efecto invernadero, un 97% menos de residuos y utilizan un 88% menos de plástico que un envase tradicional", detalla Florencia Violini, gerente de Marketing de Natura Argentina.

Hoy la firma cuenta con más de 90 productos en su portafolio, en líneas como *Ekos*, *Chronos*, *Lumina* o *Tododia*, "lo que contribuye a retirar del ambiente un total de 1,6 mil toneladas de plás-

recilable", anuncia Sergio Herrera, director de Marketing de Natura.

Colgate compartió la propiedad intelectual del tubo, que está fabricado con Polietileno de Alta Densidad (PEAD), un material reciclable que al ser recuperado sirve para fabricar otros productos, tales como sillas o macetas plásticas. "Nuestra idea es que todas las cremas dentales del mercado puedan cumplir con los mismos estándares de reciclaje que hemos logrado. Luego competiremos por su contenido", concluye Herrera.

**Participación activa**  
Con el objetivo de reducir o erradicar el impacto ambiental de sus productos, Garnier, marca de belleza *cruelty free*, presentó un plan de reciclaje en el marco de *Green Beauty*, su programa de sustentabilidad con objetivos a 2025. "Colocamos tachos de reciclado en 50 puntos de venta alrededor de todo el país en

**LOS REFILLS ORIGINAN HASTA UN 78% MENOS DE GASES DE EFECTO INVERNADERO, UN 97% MENOS DE RESIDUOS Y UTILIZAN UN 88% MENOS DE PLÁSTICO, INFORMAN EN NATURA, MARCA LÍDER EN SUSTENTABILIDAD.**

### SHOPPING

1. Polvera recargable (\$2463, Artistry Exact Fit).
2. Perfume Terracota Musk 120ml (Adolfo Domínguez).
3. Jabón Magic Combo (\$176, Villeneuve).
4. Powder Blush Palette Paleta Magnética Rubor con 4 tonos (D'arier).
5. Punto verde para depositar residuos de envases (Garnier).
6. Crema Ressource (\$8200, Givenchy).

alianza con algunos de nuestros principales clientes: Makro, Walmart, Carrefour, Jumbo, La Anónima, Libertad y Pigmento. Allí, los consumidores podrán llevar todos sus envases vacíos de cuidado personal, sin importar de qué marca sean, para su posterior reutilización. Esta acción estará vigente hasta diciembre del 2021, con posibilidades de ser replicado en el futuro, de manera escalada", precisa Ángeles Gineco, directora de Marketing de la División de Productos de Gran Público de L'Oréal Argentina.

La idea es fomentar el reciclado que se hace en la casa, para 2050 habrá más plástico que peces en los océanos, aseguran. "Para la gestión de los recipientes encaramos una alianza con la agencia *Business & Sustainability*, que reúne a todas las cooperativas de reciclaje de diferentes zonas del país", añade. Luego de recibir los reciclables, una cooperativa se encarga de

retirar el material y llevarlo al centro de recuperación correspondiente, según zona y provincia. Para hallar el punto de reciclaje más cercano basta con ingresar a la web de la firma, que también realizó talleres sustentables, *online* y gratuitos.

**Perfumes en sintonía**  
A tono con el lanzamiento de *Káiké Océano*, su nuevo perfume elaborado con alcohol orgánico y envasado en un frasco de vidrio reciclado que incluye componentes plásticos recuperados del mar y sin el celofán que suele recurrir este tipo de productos, Natura también inició una campaña para juntar reciclables que luego serán donados a distintas ONGs para su recuperación. Para eso puso a rodar el *Natura Truck*, un móvil que durante meses se encargó de recoger distintos puntos de la ciudad de Buenos Aires para recolectar envases de cualquier marca de belleza. ■

## TENDENCIAS

# Textiles biodegradables y reutilización de materiales: la sustentabilidad llegó a los productos esenciales

Ropa interior, bicicletas, anteojos, colchonetas para hacer ejercicio y cosmética son algunos productos que emprendedores argentinos decidieron fabricar en versión ecológica. En diálogo con Infobae cuentan cómo es el proceso



Por **Macarena Sánchez**  
10 de Julio de 2021  
msanchez@infobae.com

### Cosmética y productos esenciales



Entre sus productos hay alcohol sanitizante, alcohol en gel, crema, jabón líquido, fragancias para el hogar y difusores

**Paola Pandra y Fernanda Meza hace 16 años que están en el mercado de la cosmética** y tienen un emprendimiento que se dedica a desarrollar productos de cosmética y hogar para muchas marcas del país.

"Hace tiempo queríamos armar una nueva empresa, un B2C sustentable y que nos represente y con toda la experiencia que teníamos y las tendencias a nivel mundial de formulaciones naturales y concepto de refill, y decidimos durante la pandemia crear Refill Lab", cuentan sus fundadoras.

Si bien el proyecto se gestó rápidamente, fueron 10 largos meses de desarrollo de producto, fórmulas, blends, packaging, certificaciones, y pudieron finalmente en enero de 2021 hacer su primer lanzamiento con 42 productos. Sus productos cosméticos para el hogar son naturales, aprobados por ANMAT, cruelty free, veganos, sin parabenos, son libres de sufrimiento animal, sin sulfatos y sin colorantes.



Paola Pandra y Fernanda Meza, las creadoras de Refill Lab

"Nos apasionan las fragancias, disfrutamos del uso de cada producto y la energía que nos dan en los diferentes momentos del día. Nacimos pensando en ayudar a reducir los desechos y tu huella ambiental", fundamentan.

Dentro de sus productos ofrecen por ejemplo **sanitizante alcohol al 70%, con una fórmula más suave para tus manos. Contiene aloe vera, caléndula y glicerina vegetal**, lo que logra es que además de desinfectadas, tus manos van a estar suaves y humectadas todo el día. También cremas con fórmulas que dejan las manos y cuerpo humectados y suaves todo el día. Contiene aloe vera, caléndula, vitamina E, vitamina A y palta, y como otro destacado el alcohol en gel, de Aloe Vera & Caléndula que deja las manos desinfectadas, suaves y humectadas, este mata 99% de bacterias y gérmenes.

<https://www.infobae.com/tendencias/2021/07/10/textiles-biodegradables-y-reutilizacion-de-materiales-la-sustentabilidad-llego-a-los-productos-esenciales/>



## Negocios sustentables: crearon una empresa de refill cosmético y esperan facturar millones

Crearon una red de proveedores, para que los clientes puedan devolver los envases y tener beneficios a cambio

4 de agosto de 2021 • 10:23

Melisa Reinhold



Paola Pandra y Fernanda Meza crearon la primera empresa argentina de refill cosmético y del hogar

**N**o es novedad, sino una idea reciclada de cómo se compraban artículos 100 años atrás. Con el medio ambiente en el centro de la escena y la experiencia de 16 años en el rubro, Paola Pandra y Fernanda Meza decidieron lanzar la primera empresa argentina de **refill para productos cosméticos y del hogar. En su primer año de vida proyectan facturar \$30 millones.**

“Desde el momento cero pensamos en cómo generar menos desechos y reducir la huella ambiental. **Básicamente es desarrollar un negocio, pero sin comprometer al futuro.** En cosmética, pocos países del mundo tienen empresas con el concepto de refill, pero de a poco se suman nuevos jugadores. Para eso es necesario educar a la gente, para que adapten este tipo de productos. Por suerte a nosotras el mercado nos ayudó mucho, la repercusión fue buenísima”, contó Pandra.

PUBLICIDAD

Cuando la pandemia de coronavirus empezó a propagarse el año pasado, el mundo se detuvo y las emprendedoras tomaron ventaja de la cuarentena para bocetar un proyecto postergado hacía años. **La idea, que salió a la luz en enero de este año, se basó en un sistema de devolución de envases** para que los clientes reciban descuentos a cambio de colaborar. El famoso concepto de “3R”: reducir, reutilizar y reciclar.

**DÓLAR BLUE HOY: A CUÁNTO COTIZA EL MIÉRCOLES 4 DE AGOSTO**

“Cuando los compradores devuelven los envases, **les damos un voucher de \$100 para que se queden motivados y se acostumbren** a traer de nuevo los frascos. Tienen puntos físicos para dejarlos, aunque también pueden devolverlo en la próxima compra. Cuando llegan a la empresa, se sanitizan y reutilizan”, explicó la CEO de Refill Lab.

**Por el momento, el emprendimiento tiene seis productos** -jabón líquido, alcohol en gel, alcohol 70%, crema, fragancia y difusor-, cada uno de ellos en siete aromas diferentes. En las próximas semanas la compañía pondrá a la venta otros 18 productos más.

El tamaño de los productos llama la atención. No son envases pequeños, sino bidones de dos litros que sirven para recargar varios dispenser. Según la empresa, **por cada bidón que compra un consumidor se ahorran entre 10 y 20 frascos**, de entre 100 y 250 mililitros, que hubiesen necesitado para utilizar esa misma cantidad de producto.

**A LA CAZA DE LOS PRÓXIMOS UNICORNIOS: SILICON VALLEY APUESTA POR LOS EMPRENDEDORES ARGENTINOS**

“La idea es que se reemplazan esos envases, que terminan en un basural, tirados y contaminando. Si un solo cliente compra un jabón líquido, una fragancia y un producto capilar, ahorra entre 20 y 60 frascos, es un impacto altísimo. **Desde que tuvimos la primera venta hasta ahora, se ahorraron 56.000 envases y eso que empezamos hace seis meses.** La idea es que más empresas se sumen a esta tendencia, para mirar el mundo desde otro punto de vista”, aseguró Pandra.

Un dato no menor: los bidones grandes abaratan costos. Sin parabens, *cruelty free* y biodegradable, la elaboración de **este tipo de productos naturales suele costar casi el doble que uno estándar.** Para evitar alejarse de la capacidad de los bolsillos, la empresa eliminó etiquetas, *packaging* y elementos que no sumen al producto en sí. “Lo importante es el contenido, no el resto”, resumieron.

Si bien el principal canal de venta de Refill Lab es a través del *e-commerce*, desde un inicio la empresa desarrolló alianzas con 27 mayoristas de todo el país, entre ellos la cadena de supermercados sin envases Cero Market. **Para finales de este año, apuntan a llegar a 50 proveedores distribuidos en distintas provincias de la Argentina.**

Para Refill Lab, la sustentabilidad es negocio. **Tienen proyectado facturar \$30 millones en el primer año de vida de la empresa, aunque en el 2022 las expectativas es duplicar ese número.** “Tenemos tecnología, plataforma de venta, un montón de herramientas que nos ayudan a ser una empresa rentable. El foco está puesto en para qué nacimos, que es a reducir los desechos y la huella ambiental. Pero la clave es encontrar una actividad que garantice el equilibrio económico, el cuidado del medio ambiente y el bienestar”, sostuvo su creadora.

**CRISIS EDUCATIVA: TOYOTA ARGENTINA NO CONSIGUE 200 TRABAJADORES CON EL SECUNDARIO COMPLETO Y ADVIERTE QUE A LOS POSTULANTES “SE LES HACE DIFÍCIL HASTA LEER UN DIARIO”**

“La gente empezó a demandar este tipo de productos, estaba necesitada de este cambio de paradigma. **Ojalá se sumen más empresas, que seamos miles y que todas empujemos para el mismo lado.** Pero el impacto que tienen estos modelos de negocio son muy fuertes, tanto en el ambiente como en el consumidor. Hacen la diferencia”, cerró.

Por **Melisa Reinhold**

## Refill Lab Fragancias y productos para el hogar rellenables

**R**efill Lab es un emprendimiento que ofrece un sistema de relleno de productos cosméticos y de hogar. “Somos la primera empresa argentina que lo propone. Nuestros productos son naturales, aprobados por ANMAT”, dijo Paola Pandra, fundadora del emprendimiento junto con Fernanda Meza. Las dos empresarias tienen una vasta experiencia dentro del mercado, que venían desarrollando dentro del

segmento BtoB (de “empresa a empresa”), con el desarrollo de productos de cosmética y hogar para terceras marcas. Con Refill Lab se lanzaron a ofrecer sus productos con su propia marca, y con una propuesta comercial de “rellenado”, el cual ya tiene algunas propuestas en los productos de hogar, no así los de cosmética. “Hace tiempo queríamos armar una nueva empresa, un B2C sustentable y que nos represente. Con toda la experiencia que teníamos y las

tendencias a nivel mundial de formulaciones naturales y concepto de relleno decidimos durante la pandemia crear Refill Lab”, agregó Meza. “Fueron 10 meses de desarrollo de producto, fórmulas, blends, packaging, certificaciones, que lanzamos en enero de este año, con 42 productos (6 productos en 7 fragancias cada uno), además acompañamos esto con una extensa variedad de accesorios para poder usarlos”. El segundo lanzamiento fue en julio, con otros lanzamos 18 productos. “Además de la venta directa por nuestra web, también distribuimos a todo el país a través de 27 mayoristas que nos acompañan desde el inicio. Por cada bidón que un cliente compra, son entre 10 y



20 frascos menos que van a contaminar el medio ambiente. En pocos meses desde el lanzamiento, hemos ahorrado junto con nuestros clientes decenas de miles de frascos que hoy estarían en los basurales”.



PAOLA PANDRA

FERNANDA MEZA



## Lanzaron una firma con foco en el medioambiente y planean exportar en 2022

Laura Mafud

Luego de reconvertir la empresa familiar y con 16 años de experiencia en el sector, Paola Pandra y Fernanda Meza presentaron Refill Lab, una compañía de refill de productos cosméticos y para el hogar.

25 Julio de 2021 12:21

**H**ace 16 años que **Paola Pandra y Fernanda Meza** tienen experiencia en el mercado de la cosmética y desde hace tiempo tenían la convicción de armar una nueva empresa que fuera sustentable y que las representara. Tras analizar las tendencias a nivel mundial de formulaciones naturales y concepto de refill, decidieron en plena pandemia crear **Refill Lab**, una compañía dedicada al relleno de productos cosméticos y de hogar.

**Refill Lab comercializa sus productos bidones de dos litros para que los clientes puedan rellenar sus frascos en sus casas o lugares de trabajo.**

Actualmente, ofrecen jabón líquido, sanitizante al 70%, alcohol en gel, fragancias para el hogar, difusores y cremas corporales, todos productos naturales, aprobados por Anmat, cruelty free, veganos, sin parabenos, sin sulfatos ni colorantes.

"Lanzamos en enero de 2021, luego de 10 meses de desarrollo de producto, fórmulas, blends, packaging y certificaciones. Nuestro primer lanzamiento fueron seis productos en siete fragancias cada uno; además acompañamos esto con una extensa variedad de accesorios para poder usarlos", comparten Pandra, CEO de Refill Lab, y Meza, Head Operaciones, en diálogo con **Forbes** y adelantan que, de cara a agosto, **lanzarán 18 productos más**, entre línea capilar y nuevas fragancias.

Las socias son cuñadas. Pandra tiene un posgrado y master de la Universidad de San Andrés, varios cursos de perfeccionamiento en IAE Business School y se desarrolló en mundo corporativo, desempeñándose en áreas comerciales y de marketing para la Argentina y México. Hace nueve años, se volcó al mundo entrepreneur. Meza, en tanto, se formó en Administración de Empresas, con orientación a Finanzas y Operaciones. Toda su carrera laboral la desarrolló trabajando para pymes, gerenciando equipos de control de calidad, finanzas y administración.

**Juntas encontraron un gran complemento. Primero, reinventaron la empresa familiar de cosmética en la que ambas trabajaban y armaron María Casabal (B2B).**

**las 3 AM de la mañana, me desperté con la idea clarísima**, como si todo un rompecabezas se hubiera armado de manera perfecta, **anoté todo en el celular**, y a la mañana siguiente, con una energía y euforia enorme, armarnos la primer reunión de equipo para darle forma a la idea", recuerda Pandra.

Para lanzarla, "utilizaron la estructura de nuestra otra empresa para compartir recursos tecnológicos, de desarrollo producto, y logística, Y nos fundeamos con una inversión de capital de los socios más excedentes de caja de la otra empresa".



Refill Lab

Actualmente, su principal canal de distribución es la página web de la empresa, desde donde venden y entregan a todo el país a clientes finales, pero también se apoyan en sus más de 30 distribuidores mayoristas. "Adicionalmente, estamos desarrollando un canal con el supermercado Cero Market, que acabamos de lanzar y con ellos llegaremos a unos 12 puntos de venta adicionales de acá a fin de año", adelantan las socias, **que esperan cerrar 2021 con una facturación de \$ 30 millones.**

De cara a la segunda mitad del año, las socias de Refill Lab estarán desarrollando **dispensers** para que los clientes puedan rellenar sus productos en sus frascos. Y **los planes 2022 contemplan duplicar el tamaño de negocio en la Argentina y desarrollar al menos tres mercados fuera del país.**

Por el momento, Refill Lab comparte estructura con la otra empresa que comandan Pandra y Meza en sectores como administración, aprovisionamiento, compras. "Asimismo, elegimos socios estratégicos para tercerizar parte de algunas funciones, como marketing online y logística. Dedicados al negocio de Refill Lab, **somos un equipo de unas 10 personas en total**", agregan.

### Cómo se mide el impacto

"Parte de nuestras expectativas están en generar un proyecto que nos permita ayudar a ahorrar millones de desechos plásticos al planeta. Nos propusimos el desafío de reducción de 200.000 envases el primer año, y dar a conocer este nuevo concepto para contagiar a más y más gente", sostienen.



"Por cada bidón que un cliente compra, son entre 10 y 20 frascos menos que van a contaminar el medio ambiente. Como ejemplo, si un cliente nos compra un bidón de 2 litros de jabón líquido, uno de sanitizante y uno de home fragrance, implica que ese cliente y nosotros, de manera conjunta le estamos ahorrando al medioambiente entre 30 y 60 frascos entre 100 y 200 ml que van a la basura", comparten las socias.

En este aspecto, desde el lanzamiento de la marca, en enero de este año, hasta ahora, junto a sus clientes se ahorraron más de 50.000 frascos que estarían hoy aumentando los basurales. "Estamos seguros que esto seguirá creciendo y esperamos poder hablar de millones dentro de muy poco", dicen.

Emprendedoras

## Las cuñadas que vieron el negocio en donde otros ven basura y se animaron a ser socias para traerlo a la Argentina

Paola Pandra y Fernanda Meza son cuñadas, amigas y socias fundadoras de Refill Lab, una empresa que apunta a vender productos de cosmética y del hogar a granel y este año van a facturar \$ 30 millones.



EUGENIA IGLESIAS

Actualizado el 11/08/2021 11:13



ESCUCHAR  
4:00 minutos

Paola Pandra y Fernanda Meza son **cuñadas, amigas y socias fundadoras de Refill Lab**, una empresa que apunta a vender productos de cosmética y del hogar a granel para contribuir a reducir el uso de plástico.

Pandra, hizo carrera en el mundo corporativo, en áreas Comerciales y marketing en Argentina y México, y **se volcó al mundo entrepreneur hace 9 años. Meza, por su parte, es licenciada en Administración de empresas, y trabajó en Pymes durante toda su carrera laboral.**

Hace 16 años que están en el mercado de la cosmética, ya habían emprendido juntas en otra empresa y desde hace varios años tenían la idea de armar una nueva empresa sustentable. **Con toda la experiencia recolectada y las tendencias a nivel mundial de formulaciones naturales y concepto de refill (relleno)**, decidieron durante la pandemia crear Refill Lab.

**Lanzaron en enero 2021, luego de 10 meses de desarrollo de producto.** "Conocíamos mucho el mercado argentino y teníamos ganas de traer ideas innovadoras a la Argentina. **Sumado a las ganas de aportar valor desde un negocio sustentable al medio ambiente y nuestra sociedad**", explican.



### ¿Cómo surgió el proyecto?

Hace 16 años que estamos en el mercado de la cosmética, tenemos otra empresa y desde hace varios años teníamos **la convicción de armar una nueva empresa sustentable y que nos representara.** Con toda la experiencia que teníamos y las tendencias a nivel mundial de formulaciones naturales y concepto de refill decidimos, durante la pandemia, crear Refill Lab.

Lanzamos en enero 2021, **luego de 10 meses de desarrollo de producto, formulas, blends, packaging y certificaciones.** Nuestro primer lanzamiento fueron 6 productos en 7 fragancias cada uno, además acompañamos esto con una extensa variedad de accesorios para poder usarlos. A fines de agosto lanzaremos 18 productos más de **la línea capilar.**

Conocíamos mucho el mercado argentino y **teníamos ganas de traer ideas innovadoras.** Sumado a las ganas de aportar valor desde un negocio sustentable al medio ambiente y nuestra sociedad.

### ¿Qué es lo que hacen y cuál es su diferencial?

Somos la primera empresa de productos de refill de cosmética y home. Nuestras formulas naturales son exclusivas, los blends son personalizados y desarrollados por nosotros. Nuestro diferencial es ser la primera empresa refill **de cosmética y de hogar, empresa sustentable y con fragancias personalizadas.** Somos la mezcla perfecta de estas 3 variables. Nosotros solo vendemos a granel en bidones de 2 litros para rellenar envases que ya tenga el cliente.

### ¿Cuáles fueron los mayores desafíos que atravesaron en este camino?

Uno de nuestros principales desafíos fue **desarrollar productos realmente innovadores para lo cual trabajamos muy cerca con los proveedores** con quienes tenemos desarrolladas relaciones de muy largo plazo por nuestra experiencia en el negocio de la cosmética, pero queríamos algo distinto y tuvimos que trabajar mucho para lograr eso.

Por otro lado, **necesitábamos agregarle a nuestro conocimiento de desarrollo de producto, el conocimiento de e-commerce** necesario para alcanzar una escala grande en poco tiempo y llegar a todo el país, para eso último aprovechamos el conocimiento de alguno de nuestros accionistas en el mundo del **ecommerce** y de algunos nuevos proveedores que nos están impulsando a crecer en ese nuevo mercado para nosotros.

### Para el futuro, ¿qué proyectos de crecimiento tienen?

Nuestro foco este año es seguir desarrollando productos nuevos, vamos a lanzar 18 productos de la línea capilar que se sumarán a los 42 que ya tenemos en el mercado. Por otro lado, **queremos seguir mejorando la experiencia de compra de nuestros clientes en nuestra web** y continuar profundizando el proceso de aprendizaje sobre cómo impulsar el cambio a gran escala. Para la segunda mitad del año estamos desarrollando **dispensers para que los clientes puedan hacer refill de nuestros productos en sus frascos.**

Para este año, que es nuestro primer año, **esperamos tener consolidado el canal on line, los mayoristas, cadenas de supermercado que estén alineadas con nuestro concepto zero waste,** y eventualmente algunos puntos de venta propios o franquicias para completar la distribución. El año próximo esperamos duplicar el tamaño de negocio en Argentina y **desarrollar al menos 3 mercados nuevos** fuera de Argentina.

### ¿Qué impacto tiene su trabajo?

El impacto es muy significativo, **por cada bidón que un cliente compra, son entre 10 y 20 frascos menos que van a contaminar el medio ambiente.** Como ejemplo, si un cliente nos compra un bidón de 2 litros de jabón líquido, uno de sanitizante y uno de home fragrance, implica que de manera conjunta le estamos ahorrando al medio ambiente **entre 30 y 60 frascos de entre 100 y 200 ml que van a la basura.** Por lo tanto, el impacto es muy relevante, nosotros sabemos que, desde enero hasta ahora, que recién estamos comenzando, **hemos ahorrado junto a nuestros clientes más de 56.600 frascos que estarían hoy aumentando los basurales.** Estamos seguros que esto seguirá creciendo y esperamos poder hablar de millones dentro de muy poco.



Economía circular

# Ganar plata y hacer el bien: este es el ejemplo de 10 empresas argentinas exitosas

Ser una empresa sostenible es un factor fundamental para las empresas. Y no se trata sólo de una contribución social, sino de una manera de actuar que garantiza el éxito comercial a largo plazo



## La economía circular es necesaria y rentable

Ser una empresa sostenible es un factor fundamental para las empresas. Y no se trata sólo de una contribución social, sino de una manera de actuar que garantiza el éxito comercial a largo plazo

Redacción



Por su parte, **Refill Lab** es la **primera empresa argentina de refill de productos cosméticos y de hogar**. "Nuestros productos son naturales, aprobados por ANMAT, cruelty free, veganos, sin parabenos, libres de sufrimiento animal, sin sulfatos y sin colorantes", detalla **Paola Pandra**, su CEO.

Actualmente, el mundo atraviesa uno de los mayores cambios en el paradigma de desarrollo: la migración del modelo económico lineal a uno circular, una lógica que reduce el impacto ambiental en la actividad productiva y genera oportunidades de negocios. Nuestro país tiene muchos ejemplos de empresas que surgieron con la circularidad como propósito o decidieron reintentarse con ella.

Daravi es una empresa que desarrolla productos con desechos industriales. Contamos con líneas de deco, de accesorios y textil", cuenta Lorena Núñez, su cofundadora. "Desarrollamos una línea de productos que personalizamos para más de 70 empresas. Un ejemplo es el de Carreirar, que desde 2019, ofrece en todos sus hipermercados nuestras laboeras y yanos para cepillos que forman parte de su bazar eco-amigable".

Fracking Design es otra empresa de triple impacto liderada por tres hermanas que fabrica accesorios de marroquinería premium con residuos de big bag o botones plásticos que descartan las petroleras en Vaca Muerta. "La empresa surgió en el 2018 como una transformación de Basiflora, nuestra empresa anterior. Queríamos incorporar una cápsula de accesorios sostenibles y de ropa con fibras naturales", cuenta Graciela Basiflora, creadora y diseñadora de la empresa. "En un viaje a Neuquén conocimos una planta tratadora de residuos petroleros y cuando vimos el material de la bolsa de arena que se consideraba un desecho, lo vimos como una tela y nos enamoramos. A esa cápsula le dedicamos tanta energía que terminó absorbiendo a la empresa anterior".

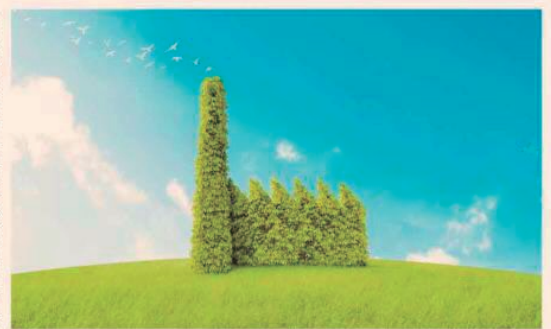
Rivera es otra pyme que nació en el 2012 para fabricar uniformes para oficinas y en

ca Reintegro, un concepto que suma un proceso de reciclaje y reutilización de materiales. "Tenemos un proceso de reciclaje de botellas de plástico que se convierte en una línea de productos de papas fritas, entre otros que forman parte del packaging con el que estamos en contacto habitualmente", detalla Sebastián Sajoux, CEO y fundador de la firma.

En el rubro de alimentos, Adolfo Rouillon, cofundador y CEO de Fritada, la foodtech que comercializa alimentos congelados directo al consumidor, comparte: "Acabamos de certificar Plastic Neutral, un proceso que permite financiar la recuperación de la mayor cantidad de desechos plásticos que utilizamos en nuestro packaging y distribución. A través de nuestra asociación con Refill Global, la compañía está

respaldando proyectos de gestión de desechos examinados en Colombia para recolectar y procesar flujos de desechos difíciles de reciclar que, de otro modo, serían de muy bajo valor para ser recuperados del medio ambiente. Con esta acción, estamos desviando casi 25 mil kg de plástico de la naturaleza".

**IMPACTO AMBIENTAL**  
"Si cualquier organización puede comenzar a incorporar indicadores de impacto ambiental y social a sus modelos de negocio y con una estrategia bien desarrollada, estará abriendo a su rentabilidad, en el corto, mediano y largo plazo", asegura Federico Manuel Gómez Guinot, director ejecutivo y socio fundador de Kolibri, una consultora de gestión estratégica enfocada en conectar y empoderar a las personas para



"La lógica de economía circular reduce el impacto ambiental en la actividad productiva y genera oportunidades de negocios"

"Nuestro país tiene muchos ejemplos de empresas que surgieron con la circularidad como propósito"

integrar las variables ambientales a los modelos de negocio de cada organización.

Frente a la pregunta de si es posible ser rentable y a la vez generar impacto, Leandro y Lucas Barriobueno fundadores de Pura, empresa de purificadoras de agua y botellas reutilizables apoyada por el programa Scaleup de Endeavor, plantean que es el gran desafío de las empresas. "En nuestra concepción, la misión de las empresas es regenerar el planeta, tienen que producir bienes que incluyan en beneficios y no a costas de explotar los recursos del planeta, si no regenerándolos, garantizando la prevalencia de la especie humana en el mundo", destacan.

La vocera de Daravi añade: "No damos cuenta de que no hay impacto sin escala y fue por eso que decidimos apostar a crear nuestra fábrica que además de producir nuestra marca propia, pudiera ser proveedora de grandes empresas. De este modo la escala genera el impacto social y ambiental que buscamos, ya que, a mayor cantidad de productos desarrollados, utilizamos más desechos y damos más trabajo a mujeres. El impacto económico es el pilar fundamental para cumplir nuestro propósito". En 2020 eran 50 mujeres trabajando en el proyecto y fueron 85.000 las unidades vendidas. Para 2021 la empresa se propone duplicar el número de empleadas y llegar a las 250.000 unidades vendidas. En lo que a impacto ambiental refiere, Daravi se ha propuesto pasar de dos a tres toneladas de material reciclado.

"Cuanto más vendemos, más plástico y cantidad de botones reciclamos y más impacto ambiental positivo tenemos", dice la responsable de Fracking Design. "Cuanto más fabricamos, más talleres se involucran en nuestra cadena productiva". "La rentabilidad es lo que hace posible la creación de este tipo de productos", asegura Pedro Basman, Fundador y CEO de Martha, una marca de accesorios hecha con telas sobrantes de otras marcas. "Si no hubiese rentabilidad, no existiría la oferta y no podríamos llegar a un consumo responsable. El mercado está haciendo que la elaboración de productos sea más rentable, y a medida que se va adoptando este tipo de tendencias, la misma economía se va adaptando, mejorando los procesos y eficientizando los costos. También va haciendo que el producto que está siendo demandado sea viable".

"El éxito de una empresa, en este caso las primeras, está cada vez más determinado por la capacidad de proporcionar valor, valor como proveedora de bienes y servicios y también como empleadora. Y la sostenibilidad se ha convertido en una de las variables fundamentales al momento de tomar decisiones o concretar negocios, las posiciona como uno de los factores competitivos más importantes y diferenciadores". "La tendencia es a posar menos y circular más", entiende la vocera de Space Gurú. "El modelo lineal de producción es insostenible en el tiempo y, por lo tanto, lo que hacemos para participar en la economía circular es rentable porque es de largo plazo. Ojalá no veamos los resultados de manera inmediata, pero llegará".

Plus

lunes 19 de julio | 2021

## Refill Lab: la primera empresa argentina de productos cosméticos y del hogar que permite recargar los envases

(Por **Rosana Guerra / RdF**) Es la primera empresa del país de productos cosméticos y del hogar que permite aprovechar los frascos vacíos que tenés en tu casa, llenándolos con los productos eco friendly de su marca. Entre los planes de **Refill Lab** está continuar expandiéndose por el país a través de nuevos puntos mayoristas.

“**H**oy tenemos 42 productos disponibles en bidones de 2 litros y en quince días tendremos las máquinas de dispenser en Buenos Aires donde se podrá recargar tus frascos y bidones vacíos”, adelanta **Paola Pandra**, CEO de **Refill Lab**.

Como forma de incentivar el consumo consciente, la empresa le regala a los clientes un voucher de \$ 100 cada vez que llevan el bidón para recargar nuevamente. “Es un premio para el cliente que les permite seguir reutilizando los envases, propiciando un cambio de hábitos”, explica **Paola**. Se pueden comprar por la web y devolver los bidones en alguno de los puntos mayoristas que trabajan con esta marca.

**Paola** junto con **Fernanza Maza** son las socias creadoras de **Refill Lab**, quienes desde hace 16 años se dedican al mercado de la cosmética. En enero de este año en plena pandemia decidieron reconvertir su negocio y lanzarse al mercado. “Hace tiempo queríamos armar una nueva empresa, un B2C sustentable que nos represente”, cuenta **Paola**.

Les llevó un año desarrollar los productos, fórmulas, blends, packaging y certificaciones. Los productos son naturales, vegetales y están elaborados en laboratorios aprobados por **Administración Nacional de Medicamentos Alimentos y Tecnología Médica (ANMAT)**. Además, son biodegradables, cruelty free, veganos, sin parabenos, libres de sufrimiento animal, sin sulfatos y sin colorantes. “Nos apasionan las fragancias y disfrutamos del uso de cada producto. Nacimos pensando en ayudar a reducir los desechos y tu huella ambiental”, agrega **Fernanda Maza**, Head de Operaciones de **Refill Lab**.

Actualmente tienen bidones de dos litros sanitizantes de alcohol al 70% con aloe vera, caléndula y glicerina vegetal. El jabón líquido contiene palta, vitamina E y A, mientras que el alcohol en gel está elaborado con aloe vera y caléndula que desinfecta las manos, pero las deja suaves y humectadas. Las cremas corporales están elaboradas con aloe vera, caléndula, vitamina E, vitamina A y palta. También tienen la línea de Home Fragrance con difusores para los distintos espacios del hogar.

En **Refill Lab** también tienen una línea de accesorios como embudos, envases de vidrios cuadrados, difusores, envases de PET redondos, envases de PET de vidrios y varillas. Además, disponen de distintos kits que van desde \$ 2.400 el Soap Kit al Starter Kit que cuesta \$ 6.413. Ofrecen una variedad de fragancias a partir de aromas florales como geranios, verbenas, higo, lavanda, jazmín y vainilla que pueden ser elegidas por los clientes.

### Una empresa pensada en verde

Cada persona que compra un producto de **Refill Lab** utilizando un solo bidón de 2 litros, ahorra entre 10 y 20 frascos de 100 a 200 ml de productos. Además, se evita que los envases y frascos terminen en los vertederos mitigando el impacto ambiental. “Desde enero hasta el 10 de julio ahorramos más de 50.000 frascos que estarían en los vertederos urbanos”, señala **Paola**.

“Las actitudes y costumbres sostenidas en el tiempo hacen que podamos pensar en verde como filosofía de vida. Es algo que se logra de forma gradual y con pequeñas acciones”, describe **Paola**. Por eso el desafío es que el consumidor se sume a este concepto de devolución de los envases para que puedan ser reutilizados.

Su principal canal de venta es la web [www.refill-lab.com.ar](http://www.refill-lab.com.ar). Los clientes pueden comprar online desde cualquier punto del país y recibir sus productos en su casa. Además de la venta directa por la web, también distribuyen a todo el país a través de 33 mayoristas, 2 de los cuales están en Córdoba: **Rococó Deco Home** (Ituzaingó 565) y **Ame Deco&Home** (Rivadavia 445).

### Nueva línea capilar

Consultadas sobre su plan de crecimiento, tanto en desarrollo de productos como de canales de distribución, las emprendedoras adelantaron que en quince días lanzan una línea capilar completa con 18 productos nuevos. Además, tienen un plan de expansión para sumar a nuevos mayoristas en el país y firmaron una alianza con **Cero Market**, el primer supermercado libre de envases en Argentina, para distribuir sus productos de cosmética. “Siempre quisimos ser parte del cambio, aunque en Argentina este paradigma venga un poco más lento, y haya que educar mucho al consumidor, nos encanta lo que hacemos y queremos contagiar al resto. Cuidar el planeta y los productos que usamos en el cuerpo es clave”, finaliza **Paola**.

<https://infonegocios.info/plus/refill-lab-la-primera-empresa-argentina-de-productos-cosmeticos-y-del-hogar-que-permite-recargar-los-envases>



## Cómo funciona la primera empresa argentina de refill de productos cosméticos y de hogar

Dos emprendedoras reconvirtieron su negocio en pandemia tras 16 años de trabajar en cosmética. Hoy cuentan con más de 42 productos y venden a todo el país.

ES Carla Melicci 28.06.2021



Desde la empresa afirman que la **recepción por parte de los consumidores** ante esta nueva forma de adquirir productos como **jabón líquido, alcohol en gel, crema y fragancias**, fue "desde el momento cero buenisísima".

"Tuvimos pedidos también de dietéticas, casa de deco, supermercados, que querían incorporar algunos productos. Hoy **tenemos 27 que son mayoristas a lo largo del país**", dicen.

### Envases sustentables

Además del producto en sí, los **envases sustentables son una de las claves del negocio**. "Se entrega en bidones de varios litros, entonces vos hacés el reuso de todos los frascos que tenés en tu casa, o podés comprar algunos de los accesorios por única vez que tenemos, y una vez que lo terminás, lo podés devolver -hay 27 puntos para hacerlo- o entregás el bidón vacío a la hora de recibir el nuevo", explica Pandora.

Como "**motivación**" para que la rueda siga girando, te dan "un cupón de descuento para tu próxima compra de **refill**". ¿Qué pasa con los bidones una vez que llegan a la empresa? Se reutilizan. "**Se sanitizan primero y luego se vuelve a meter el proceso productivo**", agrega.

Ante la demanda, Pandora cuenta que tienen planes de seguir creciendo en canales de distribución: van a lanzar una alianza con **Cero Market**, el primer mercado sin envases del país para que se pueda recargar directamente en el local los productos llevando los envases.

### Largo camino

Desde Refill Lab sostiene que, si bien hay un "**larguísimo camino por recorrer**", ya que "**no hay mucho**" de este tipo de productos en Argentina, "**es muy satisfactorio ver cómo se va sumando mucha gente**".

"Es un tema de cambio de hábito. **Nosotros nacimos como refill, lo que importa es que vos pienses ya con este concepto**", dice y agrega: "Salimos primeros para poder ocupar ese lugar y ojalá que seamos miles el día de mañana subidos a esta movida porque está buenisimo".



**A**nte el impacto en los costos del packaging y la tendencia mundial de consumir productos para el cuerpo más amigables con el medioambiente, Paola Pandora y Fernanda Meza detectaron una oportunidad para desarrollar una línea de cosmética y hogar sustentables en Argentina.

Con cierto know-how previo en el mercado, decidieron dar un giro 100% sustentable en 2020 y, en enero de este año, lanzaron Refill Lab, la primera empresa del país de refill (rellenar en inglés) de productos cosméticos y de hogar.

Y agrega: "Es algo diferente y que suma a todos, al medioambiente, y al cuerpo, porque la sustentabilidad que le dimos está por todos lados: en la usabilidad, ya que es un producto refill, lo podés rellenar y devolver el bidón, y por otro lado, parte del concepto es **cuidar muchísimo lo que ponés en tu cuerpo**".

En este sentido, la CEO de la empresa B2C sustentable, precisa que todos los productos **están aprobados por ANMAT** y son **cruelty free** (no testados en animales). Además, "**no tienen sulfatos parabenos, ni siliconas, ni colorantes y son veganos**".



Los productos de la marca son reutilizables y 100% sustentables (Crédito: Refill Lab)



De izquierda a derecha: Paola Pandora (CEO) junto a Fernanda Meza (Head Operations) de Refill Lab.

En este sentido, en Refill Lab ponen mucho énfasis en **reeducar al consumidor**. "Tiene como un **costo asociado esto de educar de manera gradual** y le ponemos mucho tiempo y recurso en todo lo que es comunicación", dice la emprendedora.

Pandora cuenta que la **pandemia aceleró el desarrollo**, y "medio empujadas por la crisis", salieron al mercado. "**Cambió un montón la forma de vivir**, de disfrutar nuestras casas, de poner más cuidado en las cosas, entonces nos pareció un **buen momento para armarlo**", dice la emprendedora. Comenta que **ya lanzaron 42 productos y "se vienen 18 más en julio"**.

<https://economiasustentable.com/noticias/como-funciona-la-primera-empresa-del-pais-de-refill-de-productos-cosmeticos-y-de-hogar>

# Refill: un emprendimiento que se reinventa en pandemia y genera impacto positivo



Por Florencia Tuchin

13 Jul 2021 · 6 min



¡Hola! La industria de la belleza es una de las más contaminantes, especialmente si nos fijamos en el elevado porcentaje de desperdicios y

Hace 16 años Paola Pandra trabaja en el mercado de la cosmética y hace tiempo quería armar una nueva empresa con un ADN sustentable. “Junto a Fer, mi socia, decidimos durante la pandemia crear REFILL LAB. Fueron 10 meses de desarrollo de producto, fórmulas, blends, packaging y certificaciones”, cuenta la CEO del emprendimiento, que se lanzó en enero 2021.

- La marca se suma a la tendencia de ofrecer frascos refill. La propuesta genera menos residuos al dar la posibilidad de rellenar una y otra vez el envase original. En general, este tipo de emprendimientos permite hacer el refill directamente en la tienda o comprar una recarga online que suele tener un packaging menos complejo y, por tanto, más fácil de reciclar. Muchas veces, este modelo disminuye el precio del producto.
- En el lanzamiento REFILL LAB ofreció 42 productos (6 productos en 7 fragancias cada uno) con una extensa variedad de accesorios para poder usarlos. Este mes prevén lanzar 18 productos más. Su principal canal de venta es la [web](#) desde donde abastecen a todo el país. Las emprendedoras también cuentan con distribución a través de 27 mayoristas.
- “Antes, desarrollábamos productos para otras marcas y el costo del packaging era altísimo, significaba el 50% del total y se terminaba tirando. Entendimos que había algo ahí para mejorar. Vimos que en Europa y Australia hay algunas marcas que hacen refill de productos de cosmética y nos gustó el concepto de que los clientes traigan el frasco para reutilizar. Queríamos estar alineados con eso, que viene pasando en otras partes del mundo”, expresa Pandra.
- Todos los productos vienen en bidones de dos Litros. Estos son: sanitizante alcohol al 70%, jabón líquido, alcohol en gel, crema, home fragrance y un difusor. “La gente está feliz con el concepto y con los productos. Tenemos un plan de crecimiento tanto en desarrollo de productos como de canales de distribución que seguirá incrementando el alcance en los próximos meses. Siempre quisimos ser parte del cambio, aunque en Argentina este paradigma venga un poco más lento y haya que educar mucho al consumidor”, dice Pandra.



PROYECTO SUSTENTABLE 19-07-2021 14:28 Hs.

## Una empresa que pone el foco en la recarga de fragancias

Durante la pandemia, Paola Pandra y Fernanda Meza crearon Refill Lab

**BAE** Por BAE Negocios



Luego de diez meses de desarrollo de producto, en enero de 2021, lanzaron sus fórmulas, blends, packaging y certificaciones y se convirtieron en la primera empresa del país de refill de productos de cosmética y hogar. En el lanzamiento **presentaron 42 productos con siete 7 fragancias**, con una extensa variedad de accesorios para poder usarlos. En agosto prevén lanzar 18 productos más. Su principal canal de venta es la web desde donde abastecen a todo el país, y cuentan con distribución a través de 35 mayoristas.

La propuesta genera menos residuos al dar la posibilidad de rellenar una y otra vez el envase original. Todos los productos vienen en bidones de dos Litros. Estos son: sanitizante alcohol al 70%, jabón líquido, alcohol en gel, crema, home fragrance y un difusor. Todos los productos son naturales, aprobados por Anmat, cruelty free, veganos, sin parabenos, son libres de sufrimiento animal, sin sulfatos y sin colorantes.

"Siempre quisimos ser parte del cambio, aunque en Argentina este paradigma venga un poco más lento, y haya que educar mucho al consumidor, nos encanta lo que hacemos y queremos contagiar al resto. **El impacto es muy significativo**, por cada bidón que un cliente compra, son entre 10 y 20 frascos menos que van a contaminar el medio ambiente", aseguran las emprendedoras.

<https://www.baenegocios.com/suplementos/Una-empresa-que-pone-el-foco-en-la-recarga-de-fragancias-20210719-0042.html>

# Medioambiente: cómo fomentar el consumo responsable

Ante la ausencia de políticas públicas claras, el cuidado del medioambiente queda en mano de las decisiones individuales de cada persona.



**Marcos Teijeiro**

Periodista de Información General.

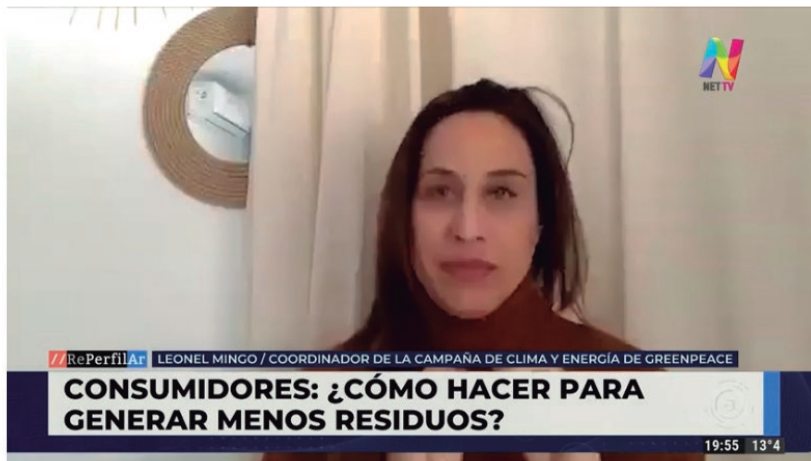
teijeiomarcos ▶ Más notas de Marcos Teijeiro

30-07-2021 22:53

**R**efill Lab es la primera empresa argentina de productos cosméticos que incentiva a sus clientes a implementar el consumo responsable, un concepto clave para fomentar el cuidado del medioambiente.

“Consideramos el consumo responsable como aquel consumo que sea sustentable y que parta de la premisa de las Triple R, es decir, recuperar, reutilizar y reciclar“, informó Leonel Mingo, coordinador de la campaña de Clima y Energía de Greenpeace.

“Somos la primera empresa argentina de refill de productos de cosmética y de hogar, todos nuestros productos vienen en bidones de 2 litros para que vos hagas el refill de los frascos que tenés en tu casa”, aseguró Paola Pandra, fundadora y CEO de Refill Lab.



*Vídeo | Medioambiente: cómo fomentar el consumo responsable*

<https://www.perfil.com/noticias/reperfilar/medioambiente-como-fomentar-el-consumo-responsable.phtml>





Home / ELLAS HACEN / Se reconvirtieron en...



Hace 16 años Paola Pandra (CEO) y Fernanda Meza (Head Operaciones) están en el mercado de la cosmética y desde un largo tiempo trabajan con la convicción de armar una nueva empresa sustentable que las represente. Con toda la experiencia acumulada y las tendencias a nivel mundial de formulaciones naturales y concepto de REFILL decidieron durante la pandemia crear **REFILL LAB**.

Luego de 10 meses de desarrollo de producto, en enero de 2021, lanzaron sus fórmulas, blends, packaging y certificaciones y se convirtieron en la primera empresa del país de Refill de productos de cosmética y hogar. En el lanzamiento presentaron 42 productos (6 productos en 7 fragancias cada uno) con una extensa variedad de accesorios para poder usarlos. En agosto prevén lanzar 18 productos más. Su principal canal de venta es la web desde donde abastecen a todo el país, y cuentan con distribución a través de 35 mayoristas. Para finales de este año, apuntan a llegar a 50 proveedores distribuidos en distintas provincias de la Argentina.

En su primer año de vida proyectan facturar \$30 millones.

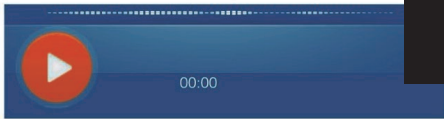
La propuesta genera menos residuos al dar la posibilidad de rellenar una y otra vez el envase original. Todos los productos vienen en bidones de dos Litros. Estos son: sanitizante alcohol al 70%, jabón líquido, alcohol en gel, crema, home fragrance y un difusor. Todos los productos son naturales, aprobados por ANMAT, cruelty free, veganos, sin parabenos, son libres de sufrimiento animal, sin sulfatos y sin colorantes.

“Siempre quisimos ser parte del cambio, aunque en argentina este paradigma venga un poco más lento, y haya que educar mucho al consumidor, nos encanta lo que hacemos y queremos contagiar al resto. El impacto es muy significativo, por cada bidón que un cliente compra, son entre 10 y 20 frascos menos que van a contaminar el medio ambiente. Desde que tuvimos la primera venta hasta ahora, se ahorraron 56.000 envases y eso que empezamos hace seis meses.”

<https://agendapyme.com.ar/2021/09/02/se-reconvirtieron-en-pandemia-y-crearon-una-marca-de-cosmetica-con-envases-rellenables/>



Escúchanos en VIVO



Entrevista a Paola Pandra CEO  
Programa Business Plan  
Gustavo Grimaldi

trend 1 59min

**REFILL LAB: UNA COMPAÑÍA DE REFILL DE PRODUCTOS**

@REFILL\_LAB

Refill Lab es una compañía dedicada al relleno de productos cosméticos y de hogar 100 % naturales, aprobados por Anmat, cruelty free, veganos, sin parabenos, sin sulfatos ni colorantes.

La marca comercializa sus productos en bidones de dos litros para rellenar los frascos. Ofrecen jabón líquido, sanitizante al 70 %, alcohol en gel, fragancias para el hogar, difusores y cremas corporales.

Por cada bidón que uno compra, son entre 10 y 20 frascos menos que

@Trendsity Latam