

INFORME DE SUSTENTABILIDAD 2017
GRUPO BOTICÁRIO

EL VALOR DE
LA BELLEZA
TRANSFORMA
EL MUNDO
A NUESTRO
ALREDEDOR



grupo boticário
beleza é o que a gente faz



INSTITUCIONAL

CONSTRUIMOS EL FUTURO HOY

ÍNDICE GRI Y ANEXOS

INTRODUCCIÓN

ORIENTADOS POR UN PROPÓSITO

MAPA

MENSAJE DEL FUNDADOR

MENSAJE DEL CEO

CICLO SUTENTABLE DE VALOR

NUESTRAS MARCAS

SUSTENTABILIDAD EN LOS NEGOCIOS Y DE LOS NEGOCIOS

GOBIERNO CORPORATIVO

ÉTICA E INTEGRIDAD

RELACIONES INSTITUCIONALES

NUESTRA VISIÓN DEL FUTURO

CONSERVAMOS EL PRESENTE

TRANSFORMACIÓN A NUESTRO ALREDEDOR

VALORAMOS A QUIEN ESTÁ CON NOSOTROS

ECOEFICIENCIA

AGUA Y EFLUENTES

ENERGÍA

EMISIONES

DESECHOS

CONSERVACIÓN

PASIÓN AL INNOVAR

INVERSIÓN SOCIAL PRIVADA

REPRESENTATIVIDAD EN LOS PRODUCTOS

PROVEEDORES

PRÁCTICAS DE COMPRA

INNOVACIÓN PARA TOMAR MEJORES DECISIONES

SUSTENTABLE POR DENTRO Y POR FUERA

PUESTO DE VENTA

INICIATIVAS RECONOCIDAS

LA BELLEZA ES PARA TODOS

TODO LO BUENO QUE HACEMOS, REGRESA

ACCIONES 2017

DIVERSIDAD Y EMPODERAMIENTO DE LA MUJER

UNA MIRADA DIFERENTE

UNIDADES MÁS ACCESIBLES

COMPOSICIÓN DE LOS GRUPOS RESPONSABLES POR LA GESTIÓN

EDUCACIÓN CORPORATIVA: APRENDIENDO CADA DÍA

EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

PARA LEER ESTE INFORME

MATERIALIDAD E INDICADORES

VERIFICACIÓN EXTERNA

GRI INDEX



En Grupo Boticário, creemos en un Brasil exitoso. Todos somos emprendedores.

O Boticário
Produtos naturais

Over **4 mil** tiendas y quioscos, más la presencia en farmacias y tiendas multimarca

1.750 ciudades en Brasil

40 toneladas de materias primas

10 mil colaboradores directos
30 mil indirectos

+ de **300 millones** de ítems producidos en 2017

R\$ 3,4 billiones in en compras

3,5 mil proveedores
90% nacionales

12 países

BR\$ 12,3 billiones facturación

EL VALOR DE LA BELLEZA TRANSFORMA EL MUNDO A NUESTRO ALREDEDOR

[GRI 102-1 a 102-8, GRI 102-10]

A través de nuestras marcas, dialogamos con nuestros consumidores y asociados y compartimos la visión de convertir desafíos en oportunidades. Buscamos ser un agente generador de desarrollo en los mercados en que actuamos.

Somos **emprendedores**, soñamos alto y trabajamos todos los días para construir un legado para la gente y para la sociedad. Bajo un modelo de actuación de multinegocios, en cuarenta años el Grupo Boticário se ha convertido en **la más grande red de franquicias de cosméticos del mundo**, reuniendo a las marcas O Boticário, Eudora, *quem disse, berenice?*, The Beauty Box y, más recientemente, MultiB y Vult.

A través de nuestras marcas, dialogamos con nuestros asociados y consumidores y compartimos la visión de **convertir desafíos en oportunidades**. Nuestros más de 10 mil colaboradores hacen llegar a clientes, en Brasil y en otros 12 países, más de 300 millones de unidades producidas en los departamentos de perfumerías, cosméticos e higiene personal.

En abril del 2018, llevamos a cabo la compra de la marca Vult, como parte de un movimiento para aumentar todavía más nuestro alcance en el escenario nacional. La marca complementa el portafolio de belleza y trae oportunidades significativas para el negocio, como el fortalecimiento de nuestra presencia y actuación en todo Brasil.

Nuestras marcas, cada una con su personalidad, comparten los valores practicados por el Grupo Boticário. Mantenemos, en nuestros canales de venta y por todos los puntos de contacto, una relación cercana, respetuosa y de intercambio con nuestros consumidores. Para esto, buscamos entender sus demandas y comportamientos y, principalmente, corresponder con aquello que ellos esperan de nosotros.

Con un modelo de negocio presente desde la fabricación hasta la venta al por menor y pasando por la distribución, cuidamos que nuestra cadena de valor esté en sintonía con las mejores prácticas.



Nuestro diseño de producción y venta busca siempre las mejores prácticas de calidad e innovación, en un **ambiente de trabajo saludable** para nuestros colaboradores, beneficiando a nuestra cadena de valor. Este modelo busca **reducir los impactos negativos en el medio ambiente** y aumentar los impactos positivos en las personas.

Las empresas del Grupo Boticário son personas jurídicas de capital cerrado y, por filosofía, siguen las mejores prácticas de gestión y gobierno corporativo. Tienen como principio el no colocar la competitividad por encima de la calidad de sus productos y servicios, ni de su responsabilidad con el medio ambiente y de su papel en la sociedad. Buscamos ser un agente generador de desarrollo en los mercados en que actuamos.

Tenemos más de 4 mil puestos de venta, en 1750 municipios brasileños, cubriendo todos los Estados. Recibimos a nuestros clientes en tiendas propias, franquicias, quioscos y también por medio del e-commerce y de la venta directa por catálogo – la **Loja de Bolsa** en O Boticário y la **Guía de Eudora**. Firmamos asociaciones con grandes comercios minoristas para aumentar nuestra capilaridad y hoy las marcas del Grupo Boticário están presentes en diversas redes de farmacias y tiendas multimarca.

Nuestras Instalaciones Industriales están situadas en Sao José dos Pinhais (PR) y en Camaçari (BA). Los Centros de Distribución están localizados estratégicamente en Registro (SP), Sao Gonçalo dos Campos (BA) y Serra (ES). Nuestras unidades administrativas están en Curitiba (PR), sede del grupo, en Sao Paulo (SP) y en oficinas en Colombia y Portugal.

EL VALOR DE
LA BELLEZA
TRANSFORMA
EL MUNDO
A NUESTRO
ALREDEDOR

Orientados por un propósito

[GRI 102-16]



Fundado en 1977, el Grupo Boticário trabaja con un propósito: **que la belleza transforme la vida de cada uno para así transformar el mundo a nuestro alrededor.** Para nosotros, el concepto de generación de valor viene de una búsqueda por el buen desempeño, generando resultados para nuestros accionistas, socios comerciales y franquiciados, pero que mantiene como principio la **transformación de la personas, de la realidad en que vivimos y de la sociedad** a través de la belleza.

Nuestro propósito nos recuerda a dónde queremos llegar como grupo de multinegocios. El Código de Conducta orienta a nuestros colaboradores, asociados y las otras partes interesadas sobre lo que esperamos en términos de actitudes y comportamientos para alcanzar el desempeño deseado.

Nuestro propósito

Crear oportunidades para que la belleza transforme la vida de cada uno y así transformar el mundo a nuestro alrededor.

Nuestros valores

Compromiso con los Resultados, Integridad, Valoración de las Personas y de las Relaciones y Pasión

**La capilaridad es una pieza activa
de nuestro negocio. ¿
Saben qué es lo más increíble?**

**Todo esto empezó con una pequeña
farmacia de manipulación en 1977.**



PALABRAS DEL FUNDADOR

Miguel Krigsner

Fundador de O Boticário y Presidente del Consejo de Administración del Grupo Boticário

LA SUSTENTABILIDAD ES UN EJERCICIO CONTINUO

[GRI 102-14]

La creencia en que la belleza transforma el mundo nos ha traído hasta aquí y confío en que será ella la que nos llevará más allá. Este poder de transformación se ha reflejado, desde el principio de nuestra historia, con nuestras primeras tiendas y franquicias, en una visión que se apoya en el emprendimiento y la asociación. Crecemos más porque crecemos juntos y contribuimos para la sociedad, pues tenemos un propósito en común.

Cada año, renovamos nuestro compromiso con la sustentabilidad. Por eso seguimos de cerca y medimos nuestro desempeño en cuanto al uso de los recursos materiales y naturales, como se puede ver en este informe. Pero es importante entender que, cuando hablamos de sustentabilidad, estamos pensando en el futuro de nuestro negocio, de la gente y del planeta.

El mundo ha cambiado y sigue cambiando cada vez más rápido. Vemos esto con muy buenos ojos. Nuestra opción siempre ha sido la de, a la par de nuestros socios, adaptarnos a los cambios sin renunciar a nuestros valores. Muy al contrario, son ellos quienes nos vuelven capaces también de ser agentes transformadores. Sabemos que todos los momentos de cambio son una oportunidad para innovar, en un ciclo sin fin de aprendizaje.

Observamos las nuevas exigencias de la sociedad en cuanto a actitudes, diversidad e inclusión y acercamos a nuestros colaboradores y clientes para hacer la misma diferencia junto a nosotros. Estamos conscientes de los cambios climáticos y del uso racional de los recursos naturales, pues nos sentimos responsables por la tierra que nos alimenta, que nos da trabajo y a la que llamamos hogar.

Con esta postura, el Grupo Boticário es una organización abierta a la creatividad, a la innovación y a relacionarse, un trípode que sustenta nuestra capacidad de diálogo con la sociedad de manera positiva y colaborativa, de encontrar oportunidades para construir valor para el país y para la economía pero, antes que cualquier otra cosa, para las personas. Nuestras inversiones pioneras en la Fundación Grupo Boticário de Protección a la Naturaleza y, más recientemente, en el Instituto Grupo Boticário, nos ayudan a llevar nuestros valores e ideas más allá de los muros de nuestras unidades.

Este es el Grupo Boticário del cual tengo orgullo de haber creado y fundado y que quiero que ustedes conozcan mejor en las próximas páginas.

Disfrute su lectura!



PALABRAS DEL CEO

Artur Grynbaum
Presidente del Grupo Boticário

EL COMPROMISO Y LA VALENTÍA PARA SEGUIR ADELANTE

[GRI 102-14]

Los valores del Grupo Boticário nos conducen naturalmente en busca de resultados sustentables y de promoción de la belleza como elemento transformador del mundo. Cada año, nuestros desafíos, esfuerzos e iniciativas están motivados por este propósito. Por eso, compartir el Informe de Sustentabilidad del Grupo Boticário con nuestros públicos relacionados y con la sociedad en general no es solamente el resultado de nuestro compromiso con la transparencia, pero es sobre todo un momento de extrema satisfacción, una verdadera celebración de nuestras conquistas.

Para nuestro Grupo, que nació y se desarrolló con la vocación de hacer del emprendimiento su principal herramienta de superación, los desafíos de una economía que todavía está lejos de recuperarse por completo de la crisis exige una postura atenta y valentía para seguir invirtiendo no sólo en negocios, pero en las personas y el medio ambiente.

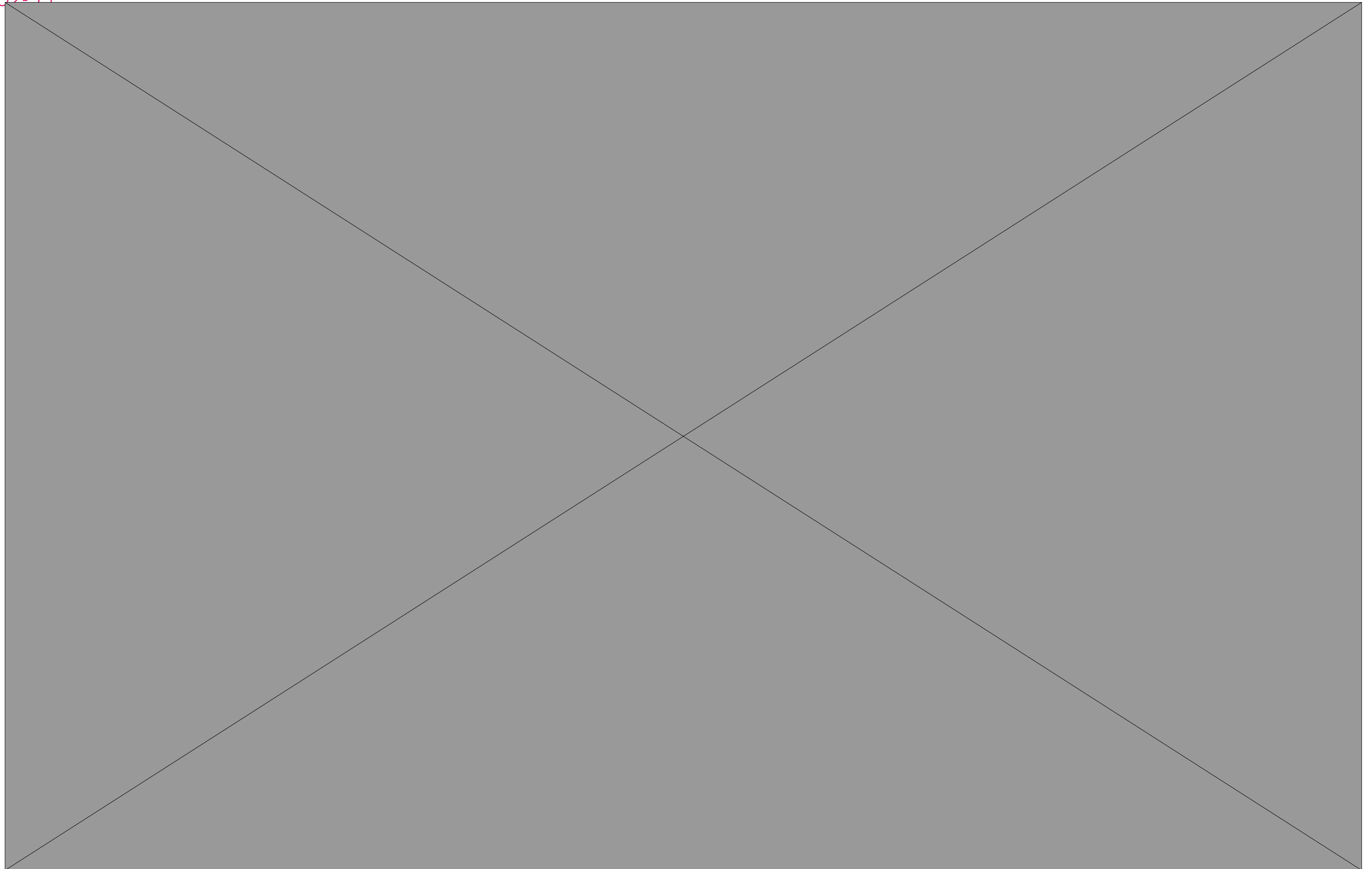
A pesar de las dificultades económicas enfrentadas en el país, actuamos con optimismo y determinación para alcanzar, en 2017, un crecimiento de 7,5% en la facturación, el doble del sector y muy por encima del promedio nacional. Pretendemos seguir de la misma forma para vencer los desafíos del 2018, un año con una perspectiva positiva pero que requiere de cuidado debido al escenario electoral y a los efectos de la crisis económica de los últimos años.

Aquí en el Grupo Boticário, observamos una mejora creciente en nuestro desempeño en cuanto a ecoeficiencia y seguimos esforzándonos para compartir estos valores y herramientas con nuestros proveedores. Como resultado, nuestro Programa de Asociación en Ecoeficiencia permitió un ahorro del agua, energía, recursos financieros y la reducción de emisiones de carbono en nuestra cadena de valor.

Más recientemente, ya en 2018, asumimos junto con otras empresas el compromiso de promover una mayor eficiencia hídrica en nuestras operaciones y de potencializar las iniciativas conducidas por la Fundación Grupo Boticário, a través del Compromiso Empresarial para la Seguridad Hídrica. Nuestro objetivo es demostrar que, como la más grande red de franquicias de cosméticos en el mundo, es posible crecer utilizando recursos naturales de forma sustentable.

El respeto, la inclusión y la diversidad rigen nuestra relación con la gente. Colaboradores, clientes, comunidades y otros públicos con quienes nos relacionamos han encontrado en nuestra forma de hacer y de hablar el compromiso por avanzar juntos hacia una empresa y una sociedad más plural e igualitaria.

[GRI 102-9]



EL VALOR DE
LA BELLEZA
TRANSFORMA
EL MUNDO
A NUESTRO
ALREDEDOR

Nuestras marcas



EL VALOR DE
LA BELLEZA
TRANSFORMA
EL MUNDO
A NUESTRO
ALREDEDOR

Nuestras marcas

oBoticário



O Boticário está presente en la vida de los brasileños desde hace más de **40 años** y hemos conquistado la confianza de los consumidores en más de 11 países desde 1980. En 2017 lanzamos un nuevo concepto de puesto de venta, la **Tienda Ánfora**, en Rio de Janeiro, cuyos atributos en sustentabilidad permiten un ahorro de energía del 63%. Nuestra red de más de 3.700 puestos de venta nos permite mantener el mayor programa de logística inversa de Brasil, en números de puestos de recolección, y tiendas cada día más accesibles. Nuestro portafolio de productos cuenta con más de 850 ítems y seguimos **innovando en sustentabilidad** con fórmulas, procesos de producción, envases y distribución, donde se destacan las líneas Floratta, Zaad, Malbec y Nativa Spa.



-63%
en consumo de
energía en la nueva
tienda nueva



3.700
puestos de
venta en Brasil

+ de **850**
productos en
portafolio

Sustainability

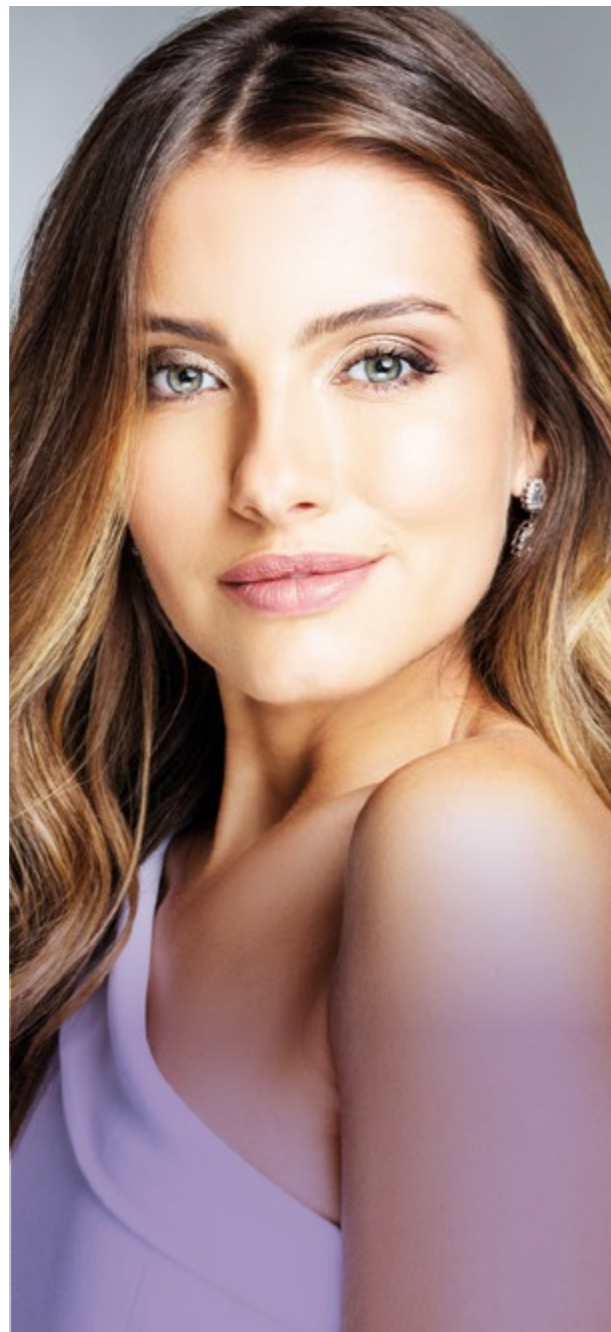
Floratta Zaad Malbec Nativa Spa



EL VALOR DE LA BELLEZA TRANSFORMA EL MUNDO A NUESTRO ALREDEDOR

Nuestras marcas

Eudora



Eudora cree que la belleza crea **confianza e inspiración** para que cada mujer llegue a donde quiera y cumpla sus sueños. Nació como una start-up multicanal y hoy ha llegado a ser una de las **principales marcas de belleza de Brasil** en ventas directas, con tiendas propias, quioscos y e-commerce. La marca del Grupo Boticário quiere que sus más de 600 productos formen parte de estas trayectorias, que sean uno de los estímulos para que ella conquiste, cada vez más, sus objetivos.

El uso del **plástico vegetal** en los envases de productos, como la ampolla *Reconstrói*, de la línea *Siège* y la fabricación en frío de productos cremosos, como la base líquida *Skin Perfection*, empodera a nuestras Representantes a tratar la sustentabilidad como un ítem que agrega valor para sus clientes.



46

Espacios de la Representante



15

Quioscos



EL VALOR DE LA BELLEZA TRANSFORMA EL MUNDO A NUESTRO ALREDEDOR

Nuestras marcas



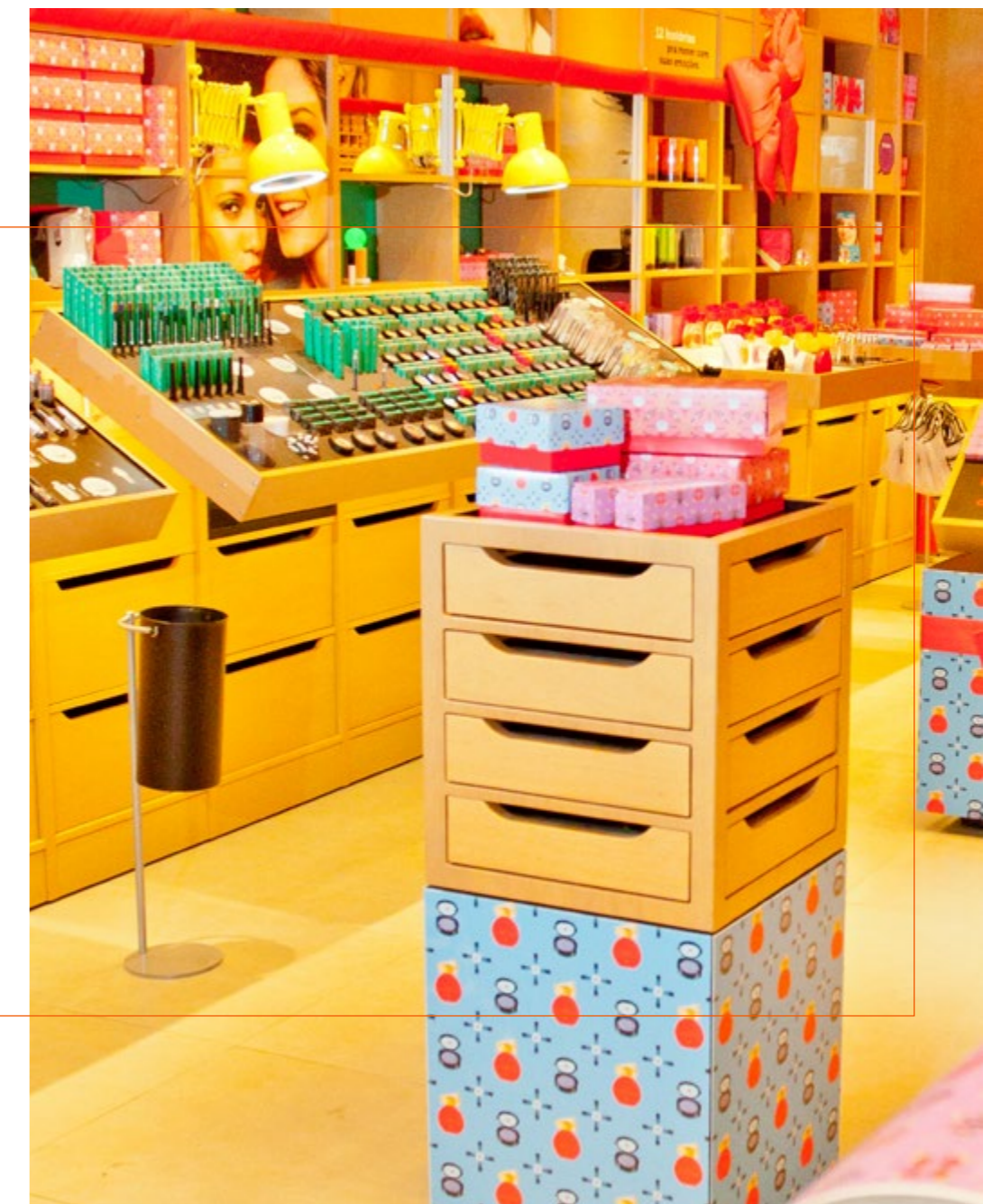
Con cinco años de existencia, la marca sigue **inspirando mujeres** a ser libres para sentirse más bonitas y probar diferentes posibilidades. En 2017, **quem disse, berenice?** ganó 292 espacios nuevos, entre ellos tiendas propias y puestos de venta en farmacias. El uso del papel y plástico reciclados y del **plástico vegetal** en los envases de productos llevaron más sustentabilidad para nuestras consumidoras en diversos ítems de maquillaje y cuidado del cabello. Vencedora en premios de **envases sustentables**, nuestra paleta de sombras con refill es la mimada de nuestras consumidoras.



000000
292
nuevos
puestos de venta



envases premiados
por sus atributos
sustentables



EL VALOR DE
LA BELLEZA
TRANSFORMA
EL MUNDO
A NUESTRO
ALREDEDOR

Nuestras marcas



THE
beauty
BOX

000000

47

nuevos
puestos
de venta



+ 100

marcas
nacionales e
importadas



La más grande empresa minorista multimarca de belleza Premium de Brasil, con 47 tiendas en 9 estados, **The Beauty Box** ofrece más de 100 marcas internacionales a sus consumidores. La entrada de Gosh Copenhagen, marca **socialmente responsable**, que cuenta con una línea totalmente vegana, marcó el primer semestre de 2018.

La marca cuenta además con un e-commerce que ofrece recursos de accesibilidad, el hashtag #ParaCegoVer en todos los posts de la marca en Instagram y la iniciativa "Sustenta+Beauty" que promueve el **reciclaje de los envases** de la marca propia a cambio de un nuevo producto.

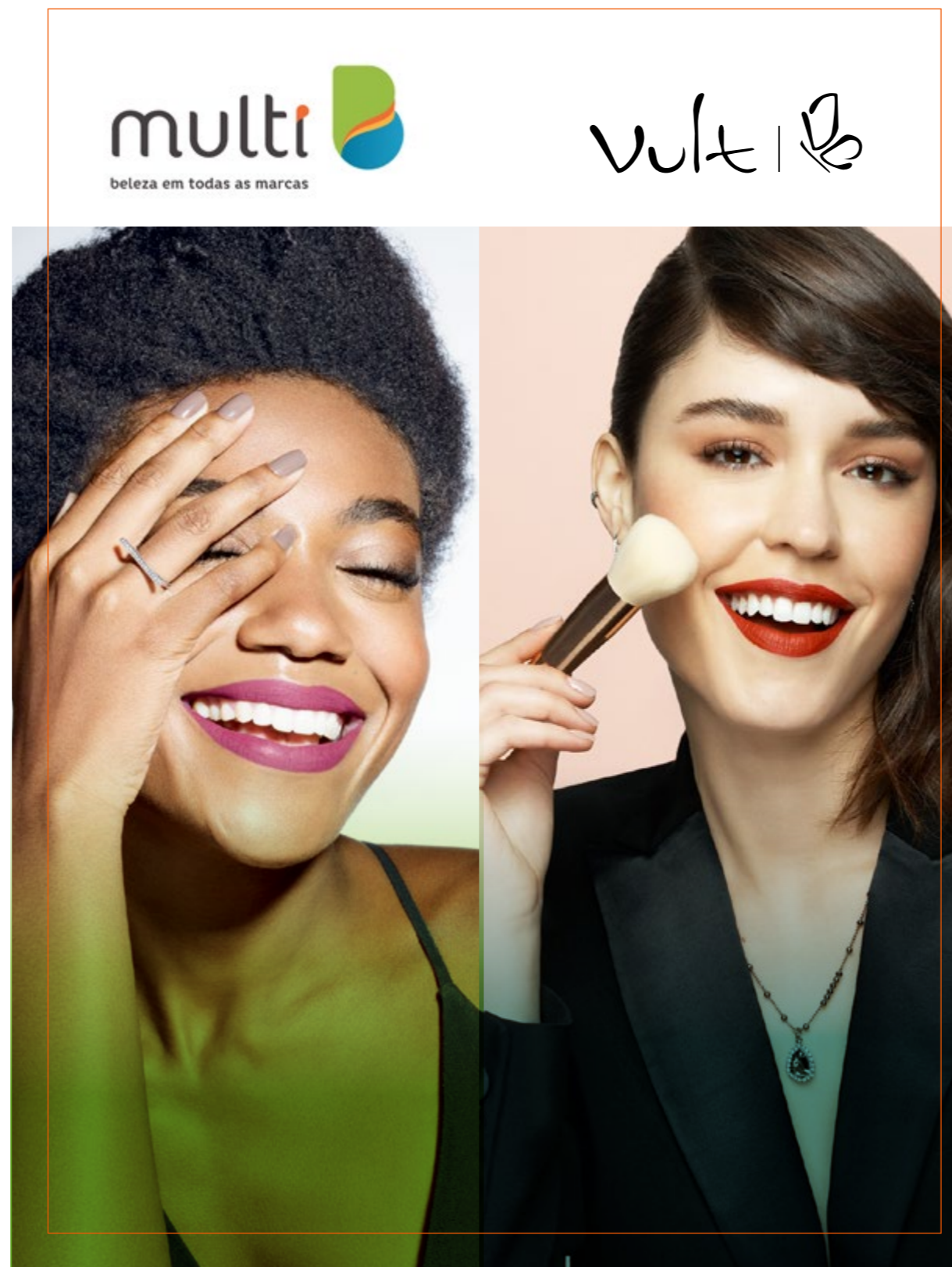


EL VALOR DE LA BELLEZA TRANSFORMA EL MUNDO A NUESTRO ALREDEDOR

Nuestras marcas

000000
 enfoque en la venta multimarca al por menor y en travel retail

Una novedad del 2017, **Multi B** es una marca de la unidad de negocios del Grupo Boticário que refuerza la estrategia de diversificación de canales. Es la responsable por atender la **venta multimarca al por menor**, o sea, farmacias, redes selectivas, tiendas departamentales y *travel retail*. Distribuye, **exclusivamente** en el mercado brasileño, marcas internacionales como **Revlon**, Australian Gold, Bio-Oil, Nuxe, Lee Stafford y Sinfulcolors, así como marcas pertenecientes a nuestro grupo, como quem disse, berenice? y Eudora.



Adquirida por el grupo en 2018, es una marca en constante búsqueda por **el cambio y la transformación**, conectada siempre con las grandes tendencias. **Líder en maquillajes en farmacias y tiendas multimarca**, está presente en más de 35 mil puestos de venta por todo Brasil, desde la pequeña venta minorista hasta la grande, además de quioscos propios.

“Vult complementa nuestro portafolio y fortalece nuestro negocio, que es multimarca y multicanal”, afirmó el presidente del Grupo Boticário, Artur Grynbaum, en nota.

“Nuestra unión a una empresa que es **referencia en éxito**, como lo es el Grupo Boticário, fortalece a la marca. Seguiremos en la empresa para estimular nuestro crecimiento en los próximos años”, afirmaron los fundadores de Vult, Murilo Reggiani y Daniela Cruz.

Presente en más de 35 mil puestos de venta por todo Brasil

EL VALOR DE
LA BELLEZA
TRANSFORMA
EL MUNDO
A NUESTRO
ALREDEDOR

Sustentabilidad en los negocios y de los negocios



Hace mucho tiempo que entendemos, como empresa, que la **sustentabilidad** de nuestros negocios exige que adoptemos las **mejores prácticas de producción**, operación y comercialización. Asumimos, como grupo, el papel de generar transformaciones en la sociedad, **contribuyendo con el crecimiento del negocio y de la preservación del medio ambiente**, considerando los desafíos del futuro. En este camino, la sustentabilidad rige nuestras decisiones en todos los procesos, desde la alta gestión del grupo hasta el puesto de venta, y en la relación con nuestros consumidores.

En reuniones con el Consejo de Administración, los altos directivos de Sustentabilidad y Asuntos Institucionales presentan de manera rutinaria los principales proyectos e iniciativas que serán debatidos con el consejo. Las decisiones son tomadas con la participación activa del alto directivo, que actúa como corresponsable para mantener los aspectos sustentables transversales en la totalidad de la cadena.



Adoptamos, en 2014, nuestra posición en sustentabilidad, que vale para todas nuestras operaciones, en las diferentes unidades de este negocio, para así orientar mejor la aplicación constante y creciente de las medidas necesarias para mejorar nuestros impactos sociales y reducir los impactos ambientales de nuestros negocios, dentro de sus cadenas de valor respectivas y en la sociedad.

Este documento contiene **metas** para el ciclo de vida de nuestros productos, para los puestos de venta, en logística inversa, y para los indicadores ambientales de agua, emisiones, desechos y energía. También incluye las directrices para **mejorar los indicadores sociales**, observando especialmente la **igualdad de oportunidades por género y raza**. La plataforma ya pasó por el ciclo de desarrollo entre 2013 y 2015, recopilando los resultados de estos tres años, y actualmente esta en fase de evolución de estos planes de acción para alcanzar las metas, que se concluirán para el 2024 (léase más en **Conservamos el presente**, en la página 34). Todos los proyectos o procesos que ya están en marcha en cualquiera de las etapas de producción consideran aspectos sustentables.

EL VALOR DE
LA BELLEZA
TRANSFORMA
EL MUNDO
A NUESTRO
ALREDEDOR

Sustentabilidad en los negocios y de los negocios



Fundación Grupo Boticário de Protección a la Naturaleza

22 políticas públicas influenciadas en materia de conservación de la naturaleza, incluyendo la creación de 6 unidades de conservación

Lanzamiento del Guía de Valorización para Unidad de Conservación, incluida en el plan de manejo

Pago de Servicios ambientales: lanzamiento del Guía de Políticas Públicas Estaduales y Municipales

17 nuevas especies descritas sólo en 2017

Colección Medio Ambiente

3 mil profesores involucrados

73 mil alumnos alcanzados

8 estados

Creada en 1990, la **Fundación Grupo Boticário** es una de las primeras instituciones de Brasil aliada a una iniciativa privada para promover y realizar acciones de conservación de la naturaleza.

Su primera actuación fue posible con acciones e investigaciones científicas a favor de la biodiversidad brasileña. Sumando las 30 iniciativas apoyadas en 2017, ya contamos con 1.528 proyectos y programas apoyados, consolidando así a la Fundación como una de las principales financiadoras de proyectos ambientales en el país. Hace casi tres décadas que su papel ha sido **sensibilizar a la sociedad sobre los asuntos de carácter ambiental y promover acciones por la preservación.**

La Fundación actúa en todas las regiones de Brasil, gracias a proyectos apoyados y acciones propias. Mantiene las Reservas Naturales de Serra do Tombador (GO) y de Salto Morato (PR), conservando más de 11 mil hectáreas de Cerrado y Mata Atlántica, los dos biomas más amenazados del país. Trabajando en red y fomentando **estudios sobre biodiversidad**, la Fundación ya catalogó más de 150 nuevas especies de fauna y flora brasileña a lo largo de sus años de trabajo.

Entre sus focos de trabajo se encuentra la promoción de **políticas públicas** nacionales de conservación. Todo esto para mostrar que el medio ambiente no es sólo una inspiración, pero es una razón para llegar a un futuro más sustentable para todos (*conozca los principales resultados de la Fundación en la página 42*).

EL VALOR DE LA BELLEZA TRANSFORMA EL MUNDO A NUESTRO ALREDEDOR

Sustentabilidad en los negocios y de los negocios

Instituto Grupo Boticário



57 proyectos apoyados en 2017

937.633 personas alcanzadas

9.995 empleos creados

El Instituto Grupo Boticário cree que el arte es capaz de **transformarnos y conectarnos** con la verdadera esencia de la belleza. Gracias a la Política de Inversión Social Privada del Grupo Boticário y de la destinación de recursos a través de leyes de incentivo, el Instituto patrocina **proyectos culturales, sociales y deportivos** e iniciativas orientadas hacia la **preservación de la memoria** organizacional del grupo (lea más sobre los proyectos del Instituto en la página 46).

EL VALOR DE
LA BELLEZA
TRANSFORMA
EL MUNDO
A NUESTRO
ALREDEDOR

Gobierno corporativo

[GRI 102-18]

El Consejo de Administración del Grupo Boticário es la más alta esfera de liderazgo de la organización. Está formado por siete integrantes de renombre en el mercado y con experiencia en sus áreas de actuación, que se **reúnen bimestralmente**. Son integrantes del Consejo del CEO y socio del grupo, de los cuales, una integrante del sexo femenino, un socio controlador del sexo femenino, un socio controlador y cuatro consejeros independientes. El mandato de los consejeros es anual y son **electos** en reunión de socios.

Es la responsabilidad del Consejo definir todas las directrices estratégicas, que deben ser seguidas por el Comité Ejecutivo (presidente y vice-presidentes) en su **propósito, visión y misión, estrategia, políticas y metas** del Grupo Boticário y sus unidades de negocio. El Consejo de Administración ha actuado junto a los negocios, participando de los comités de consulta y de los **foros trimestrales de gestión**, que cuentan con la participación de los gerentes y directores del Grupo Boticário.

Actualmente, el grupo cuenta con cinco comités de consulta – Comité de Riesgos y Auditoría, Comité de Conducta, Comité de Planeación y Estrategia, Comité de Remuneración y Comité de Seguridad de la Información. El objetivo de los comités es **analizar y hacer recomendaciones** en materias estratégicas para los negocios del grupo.

GESTIÓN DE RIESGOS OPERACIONALES Y CORPORATIVOS

[GRI 102-11]

Los riesgos estratégicos son evaluados anualmente por el Consejo de Administración, que es asesorado por el Comité de Riesgos y Auditoría, responsable por la revisión del proceso de gestión de riesgos de la organización. Este comité se reúne bimestralmente y por convocatorias extraordinarias para evaluar y monitorear los temas de su aptitud. Las agendas del Comité de Riesgos y Auditoría están predefinidas y contemplan temas como **gestión de riesgos, del ambiente de controles internos y de las auditorías internas y externas** del Grupo Boticário.

Como una industria que mueve materias primas, personas, recursos y servicios para producir más de 300 millones de unidades por año, que mantiene una cadena logística y de venta al por menor que llega a 1.750 municipios, gracias a franquicias, tiendas propias, quioscos, revendedores y a la presencia en redes de farmacias, el Grupo Boticário **analiza continuamente sus riesgos**, considerando los aspectos que pueden tener un impacto en los procesos y la estrategia de los negocios.

Todos los riesgos son gestionados considerando los aspectos financieros, económicos, operacionales, sociales y ambientales. Cada riesgo tiene un “risk owner” responsable, que realiza efectivamente la gestión, monitoreo, elaboración de planes de acción y la implementación de controles y herramientas preventivas.

En 2017, fue realizada la primera evaluación del Consejo de Administración del Grupo Boticário. Los principales temas analizados fueron los procesos de trabajo, la interacción entre los integrantes del consejo, actuación estratégica, gobierno, aspectos de liderazgo y de cultura. El proceso estuvo compuesto por una etapa de autoevaluación de cada integrante y la evaluación global de la actuación realizada por los consejeros y por el Presidente del Consejo de Administración. En esta etapa, fueron evaluados los resultados, principalmente en la esfera financiera, social y ambiental. Los inputs de la evaluación contribuyeron a que el grupo continuase a mantener un ambiente sano y transparente para los negocios.

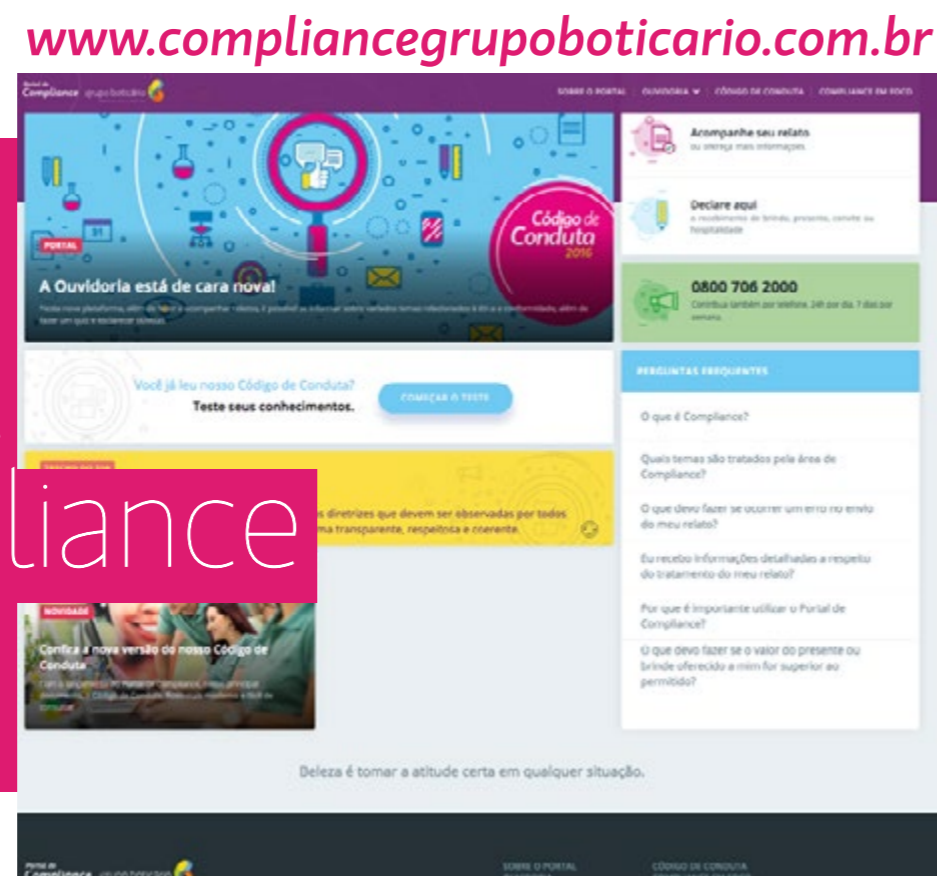
EL VALOR DE LA BELLEZA TRANSFORMA EL MUNDO A NUESTRO ALREDEDOR

Ética e integridad

Compartimos con nuestras partes interesadas los instrumentos para que toda nuestra cadena de valor esté alineada con los **compromisos que asumimos con la sociedad**. Resaltamos la Política de Salud, Seguridad y Medio Ambiente y el Guía de Sustentabilidad para Proveedores, disponibles en nuestro sitio web, y el Código de Conducta, actualizado en 2016. La revisión de este instrumento se dio en un proceso natural de actualización frente a la evolución de los negocios y de la sociedad. Entre las directrices revisadas están las cuestiones que pueden implicar conflictos de interés y la conducta esperada en las relaciones gubernamentales. Para uso interno, mantenemos una Política de Relación con los Consumidores, disponible para funcionarios y franquiciados, y nuestra Política de inversión Social Privada, que orienta sobre cómo el grupo dirige sus recursos en prácticas de responsabilidad social y ambiental.

El grupo mantiene, **abierto para todos los públicos, un Canal de Servicio de Atención al Cliente**, administrado por una empresa tercerizada e independiente, que recibe los relatos (anónimos o identificados) y hace el análisis previo. También reúne las evidencias y las presenta a la Dirección de Compliance y al Comité de Conducta, que definen cómo se van a remitir los relatos, de acuerdo con el gobierno establecido. Este procedimiento fue actualizado en 2016. El panorama de los relatos y acciones de educación interna promovidos por el Canal de Servicio de Atención al Cliente son reportados anualmente por la Dirección Jurídica y Compliance al Comité de Riesgos y Auditoría.

Portal Compliance



En 2017, el tema Compliance se destacó en nuestras prácticas internas y con los stakeholders. En actividad desde 2010, nuestro Canal de Servicio de Atención al Cliente ha sido modernizado, ampliado y convertido en un Portal de Compliance.

La plataforma, más allá de albergar el canal, que funciona 24h por día para todos los públicos, pone a disposición el Código de Conducta y otros contenidos diversos sobre el tema, abiertos a todos los stakeholders y también exclusivos para colaboradores.

EL VALOR DE
LA BELLEZA
TRANSFORMA
EL MUNDO
A NUESTRO
ALREDEDOR

Relaciones Institucionales

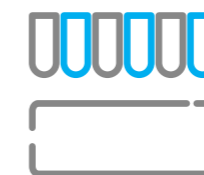
El diálogo abierto con la sociedad y con las entidades que rodean a nuestro negocio y a nuestra cadena de valor es fundamental para la actuación del Grupo Boticário y sus marcas. Mantenemos relaciones institucionales con entidades que agregan información a nuestro negocio, en la industria y en la venta al por menor – y en este ámbito también estamos enfocados en la sustentabilidad – y trabajan a favor de los mejores intereses del mercado en que actuamos, con la intención de discutir sobre las buenas prácticas y contribuir para el desarrollo de políticas más eficientes en todas las esferas.

Organizadas según sus frentes de trabajo en términos de sustentabilidad, mencionamos aquí algunas instituciones con quienes mantuvimos diálogos relevantes en 2017:



Materias primas y Envases [GRI 102-12]

Como integrantes de la Asociación Brasileña de Industrias de Higiene Personal, Perfumería y Cosméticos (ABIHPEC), participamos de discusiones en torno a la Ley nº 7.814 sobre pruebas en animales para el desarrollo de productos. Nuestra intención es promover la **homogenización legislativa nacional**, facilitando el acuerdo entre empresas en relación a etiquetas y otras exigencias y fortaleciendo así la innovación de métodos alternativos. También somos miembros del Consejo Empresarial Brasileño para el Desarrollo Sustentable (CEBDS) y somos parte de la Red Empresarial de Evaluación de Ciclo de Vida (Rede ACV), donde tenemos la oportunidad de construir y explorar, junto a otras empresas, herramientas de medición de los aspectos sustentables de nuestros productos, haciendo posible la movilización de los socios, la articulación de gobiernos y la educación del consumidor, incluyendo cada vez más a la sustentabilidad en los procesos de decisión de la sociedad. Somos socios de la Asociación Brasileña de Embalaje (ABRE), gracias a esta seguimos las discusiones sobre el Medio Ambiente y Sustentabilidad que se relacionan a nuestra cadena de valor.



Canales de Venta

La Asociación Brasileña de Franchising (ABF) y el Instituto del Desarrollo del Comercio Minorista (en Brasil), son los principales interlocutores. En este medio, **levantamos datos y debatimos tendencias** que nos ayudan a prever cuáles serán los movimientos, exigencias y necesidades futuras de nuestro consumidor.



Ecoeficiencia Amplia

Nos hemos relacionado con la Iniciativa Empresarial del Centro de Estudios en Sustentabilidad de la FGV (Fundación Getulio Vargas) y con la Plataforma de Empresas por el Clima (FGV); participamos del Programa Brasileño GHG Protocol, cuyo objetivo es **estimular la cultura corporativa** para la elaboración y publicación de inventarios de emisiones de gases de efecto invernadero; y hemos contribuido con discusiones sobre este tema en instituciones de gran relevancia, como el Grupo de Profesionales del Medio Ambiente de las Industrias de Paraná (GPMAI).

NUESTRA VISIÓN DEL FUTURO



Productos con menor impacto ambiental, ahorro de recursos naturales y financieros, reducción de la producción de desechos, colaboradores y clientes más conscientes. Es por todo esto que la sustentabilidad es nuestra forma de hacer negocios. **Poner en práctica la transformación** que queremos en el mundo y dejar un legado positivo para las personas requiere que vayamos más allá de lo esperado. Exige pensar en el futuro viendo las soluciones que hoy no existen todavía y diseminar los aprendizajes en toda nuestra cadena de valor.

Al empezar por la selección de materias primas y por los proyectos de investigación y desarrollo de nuestro portafolio, el poder transformador de la belleza de vuelve realidad. Invertir en recursos, apostar en las personas y avanzar en innovación para llegar a un uso mejor de los insumos, nos ha permitido ampliar los atributos sustentables en las diferentes líneas de maquillaje, perfumería, cuidados personales y gifts de O Boticário, Eudora, *quem disse, berenice?* y The Beauty Box. Gracias a esto, nuestros valores y nuestra preocupación con el medio ambiente y con la sociedad llegan al hogar de nuestros clientes a través de más de las 300 millones de unidades producidas en 2017 en las fábricas de Sao José dos Pinhais (PR) y Camaçari (BA).

Trabajamos con vectores a largo plazo para mapear los riesgos y encontrar **oportunidades** en la gestión del ciclo de vida de nuestros productos, de los puestos de venta y del programa de logística inversa. Tenemos entre nuestras metas, alcanzar el protagonismo en el uso de **tecnologías innovadoras** para materiales, fórmulas y design que mejoren el desempeño de nuestros productos durante sus ciclos de vida. En nuestra red de comercio minorista, tenemos el mejor modelo viable para el puesto de venta de cada marca, considerando métodos constructivos, de operación, desmovilización y accesibilidad. Y, para ampliar la eficacia de nuestro sistema de recolección de envases - el mayor del país hoy en número de puntos de recolección.

CADA DÍA MÁS EMPRENDEDORES

En 2017, lanzamos una nueva marca, Multi B, una **empresa importadora y distribuidora** responsable por atender el comercio minorista de multimarcas y optimizar la distribución de nuestras marcas *quem disse, berenice?* y The Beauty Box y de algunas marcas internacionales con exclusividad en el mercado brasileño.

En este primer momento, la expansión de la nueva unidad de negocios está estratégicamente enfocada en el comercio minorista de farmacéuticos y especializado, redes selectivas, tiendas departamentales y *travel retail*, y las operaciones de venta al por menor en aeropuertos.

9 mil
productos
en el portafolio

+ de 300 millones
de ítems
producidos

NUESTRA
VISIÓN DEL
FUTURO

Red de franquicias
de cosméticos más
grande de Brasil



NUESTRA VISIÓN DEL FUTURO

Innovación para tomar mejores decisiones



2,5%

en facturación
invertido en
Investigación
y Desarrollo



76%

de los proyectos
aprobados siguen
principios de
sustentabilidad



Nuestra **responsabilidad por el ciclo de vida** de todos nuestros productos empieza en la fase de desarrollo y concepción de nuevos ítems de belleza, higiene personal y perfumería. Los atributos sustentables son observados en todas las facetas del proceso, desde la selección de materias primas y proveedores, para que las cuestiones ambientales y sociales sean consideradas a lo largo del desarrollo de nuevas cremas, maquillajes, lociones y fragancias más amables con el medio ambiente.

Entendemos que esta postura está volteada hacia la sustentabilidad de nuestro propio negocio, que es la mejor manera de conservar el mundo en que vivimos y atender las exigencias de la sociedad. Sustentabilidad es nuestra forma de ser, y por eso fuimos reconocidos, en 2017, con el Premio Valor de Innovación, iniciativa del periódico Valor Económico, como la 6ª empresa más innovadora del país.

En el desarrollo de nuevos productos, actuamos en tres frentes principales: **materias primas, fórmulas y envases**. Nuestros especialistas dedican atención especial a los procesos que puedan contribuir al desarrollo de productos más sustentables y, para esto, invertimos anualmente el 2,5% de nuestra facturación en Investigación y Desarrollo. Nuestro **Centro de Investigación y Desarrollo**, inaugurado en 2010 en la unidad de Sao José dos Pinhais (PR) es uno de los **más modernos en el sector mundial** y cuenta con 242 colaboradores con diferentes formaciones,

incluyendo postdoctores, y 331 asociaciones con universidades e instituciones. En 2017, en nuestras cuatro marcas propias, 76% de todos los proyectos aprobados mantuvieron en cuenta los aspectos sustentables y 52% de los productos desarrollados efectivamente reúnen esas características.

Uno de los principales caminos que tomamos para que la innovación se haga realidad en nuestros productos es el del trabajo en equipo de las Redes de Innovación, un área del Grupo Boticário responsable por trabajar bajo el concepto de innovación abierta. El **gran objetivo** de esta área es **generar conexiones externas** para traer más **innovación** para el Grupo Boticário, potencializando los resultados internos y fomentando al ecosistema. Esto se hace gracias a iniciativas de innovación abierta como: Crowdsourcing, Design Thinking, procesos de concepción, prospección de socios, búsqueda de fomentos, entre otros.

Las metas para el 2024 en desarrollo de productos son ambiciosas. Para entonces, esperamos que el 100% de los nuevos cosméticos de marca propia cuenten con atributos sustentables y 100% de las nuevas fórmulas con impacto menor o igual a la referencia. Tenemos también planes para eliminar el uso de materiales controversiales críticos (aquellos materiales que son aprobados bajo ciertas regulaciones, pero sobre los que existen discusiones sobre el potencial macro-impacto ambiental, social o humano) – algo que requiere ser mapeado, intercambiar informaciones a nivel global y control de nuestra cadena de valor.

NUESTRA VISIÓN DEL FUTURO

Sustentable por dentro y por fuera

[GRI 416-1 y GRI 416-2]

PARA UNA BUENA RECETA, LOS MEJORES INGREDIENTES

El **Grupo Boticário** evalúa la calidad de sus productos desde la selección de las materias primas utilizadas en sus fórmulas, sometiendo todos los productos desarrollados a los **estudios más avanzados para comprobar la seguridad y eficacia de su uso**, siguiendo los guías internacionales más actualizados y la legislación vigente en todos los países en que actuamos.

Hace más de 15 años que no hacemos pruebas en animales. Creemos que existen suficientes tecnologías disponibles en la industria de los cosméticos para substituir, con total seguridad, este tipo de análisis. Esta postura nos ha llevado a ser la primera empresa brasileña en usar **piel 3D**, así como *organs-on-chip* para simular las condiciones de uso en órganos humanos.

En el 2017 realizamos pruebas de ecotoxicología en el 100% de las nuevas materias primas presentes en los productos de enjuague, gracias a nuestra metodología registrada Índice de Evaluación del Riesgo Ambiental, en busca del **menor impacto posible en el agua**. La evaluación de las condiciones de ecotoxicología y toxicidad humana de materias primas y la selección de ambientes de baja ofensiva al medio ambiente son unos de los puntos de partida para **asegurar la calidad y bio-seguridad** de nuestro portafolio.

Asimismo, monitoreamos más de 50 otras materias primas y compuestos de envases permitidos por la legislación brasileña o de los países en que actuamos, pero que están sujetas a cuestionamientos sobre la toxicidad humana y/o impacto ambiental y/o impacto social negativos. **Monitorear continuamente estas materias primas** nos permite anticipar las restricciones o prohibiciones posibles en el uso de ingredientes por la comunidad científica en el futuro y, también, el rechazo de la sociedad a tales insumos.

Fue a partir de este trabajo que, en 2017, interrumpimos la fabricación de productos con tolueno, formaldehído e imidazolidinyl urea (liberador de formaldehído) y prohibimos la introducción de materias primas como el caviar negro o el caviar naranja en nuestro portafolio.

También asumimos el compromiso de interrumpir el uso de los siguientes componentes en la fabricación de nuestros productos:

Productos	Para
Triclosán	2019
DMDM Hidantoína	2019
Parabenos, Carmín, Aceite de palma no certificado RSPO, PVC (envases)	2020



NUESTRA VISIÓN DEL FUTURO

Sustentable por dentro y por fuera

Después de que los productos llegan al mercado y a los hogares de nuestros clientes, monitoreamos su desempeño por medio de la cosmetovigilancia, garantizando un ciclo de evaluación completo. En 2017, no hubo reclamaciones graves respecto a los ítems comercializados que pudieran indicar la necesidad de retirada de productos del mercado o que requirieran alertas sobre seguridad.

PIEL 3D Y MÉTODOS ALTERNATIVOS A LAS PRUEBAS EN ANIMALES

En 2017, nuestro proyecto pionero de **Piel 3D**, que substituye la necesidad de pruebas en animales en el análisis tópico de cosméticos e ítems de higiene personal, le dio al Grupo Boticário el premio de Empresa del Año por la Asociación Brasileña de la Industria de Higiene Personal, Perfumería y Cosméticos, la ABIHPEC. Iniciado en 2009 para desarrollar una **piel sintética viable**, este proyecto es sólo uno de los métodos alternativos de pruebas que hemos desarrollado. En total, son 39 metodologías de tipo *in silico* (modelos computacionales) e *in vitro* para el cultivo de células y/o materiales biológicos.

MUCHO MÁS QUE UN ENVASE BONITO

Nuestro **Centro de Investigación y Desarrollo** se concentra también en encontrar las mejores soluciones para envases de productos para O Boticário, Eudora, *quem disse, berenice?* y The Beauty Box. Las principales oportunidades están en el uso de materiales reciclados o de origen renovable y de envases con mejor relación granular/material, en el caso de los plásticos y el vidrio, lo que reduce el uso de estos recursos. Nuestra meta para el **2024** es que el **35% de nuestro portafolio** tenga estas características.

El uso del **plástico vegetal** en frascos y tubos llegó al 70% para la línea *Cuide-se Bem*. Por otro lado, el uso del **PET reciclado** se destacó con lanzamientos importantes, como la reformulación de la línea *Nativa Spa*, de O Boticário. El uso del **plástico y papel reciclado** fue una novedad en las líneas de maquillaje de *quem disse, berenice?*, Eudora y *Make B*, así como la línea *Intense* de O Boticário.

Además de la calidad de los envases y de su potencial como material reciclable, el Grupo Boticário adopta, en el **100% de sus líneas de productos**, todos los criterios obligatorios de etiquetaje, conforme las legislaciones vigentes, incluyendo el uso seguro de sus productos.



NUESTRA VISIÓN DEL FUTURO

Sustentable por dentro y por fuera

oBoticário



Nativa Spa Quinoa

100%
compuestos vegetales

Lanzado en 2017, Nativa Spa Quinoa utiliza granos cultivados en Perú, respetando la cultura tradicional familiar. Los granos son procesados en una sala especial de la unidad Sao José dos Pinhais, donde pasan por una reestructuración biomolecular. El resultado es un bioester 100% puro con un alto poder de actividad en la piel y que promueve beneficios como la hidratación, nutrición, firmeza y elasticidad, en una fórmula con compuestos 100% vegetales. En la fabricación de los envases de PET reciclado de esta línea fueron utilizadas el equivalente a 33 mil botellas de dos litros por año. Asimismo, las cremas y lociones usaron fórmulas que ahorraron cerca de un 70% de energía eléctrica en el proceso de fabricación.



Floratta

-50%
de papel en los envases

El nuevo diseño de los envases tiene un formato ergonómico y delicado, manteniendo la misma levedad de Floratta. Poniendo atención en los impactos al medio ambiente, las nuevas versiones también han reducido el consumo de cartón usado durante el transporte. Este cambio representa una reducción estimada de más de 50 toneladas de papel por año – el equivalente a cerca de 800 árboles. La revisión en el proceso de moldes evitó un descarte de una tonelada y media de acero, además de adelantar el lanzamiento del producto por 2 meses. Asimismo, los frascos y tubos de las lociones, cremas exfoliantes y shower gel de la línea fueron hechos con plástico de origen vegetal, reduciendo todavía más el impacto ambiental.



Cuide-se Bem

70% del portafolio de Cuide-se Bem utiliza frascos y tubos hecho de plástico vegetal, producidos a partir de la cana de azúcar, lo que reduce el uso del plástico convencional por 90 toneladas por año.



Zaad

La reducción en el material del envase que envolvía a los frascos resultó en 28,8 toneladas menos de papel por año, o cerca de 400 árboles.

Conozca algunos de los productos desarrollados con atributos sustentables en la fórmula y envase.



Ampolla Reconstrói

Envase en plástico vegetal y caja de papel reciclado.



Skin Perfection

Base líquida con fabricación a frío, que exige menos consumo de energía.



Ampolla Reconstrói

Envase en plástico vegetal y caja de papel reciclado.

Skin Perfection

Base líquida con fabricación a frío, que exige menos consumo de energía.



Sombras refill

Envase en papel reciclado, plástico reciclado y refill.

Pomada Modeladora

Envase en plástico vegetal

Los tubos de la lociones, cremas exfoliantes y shower gel de la línea fueron hechas con plástico de origen vegetal, reduciendo todavía más el impacto ambiental.

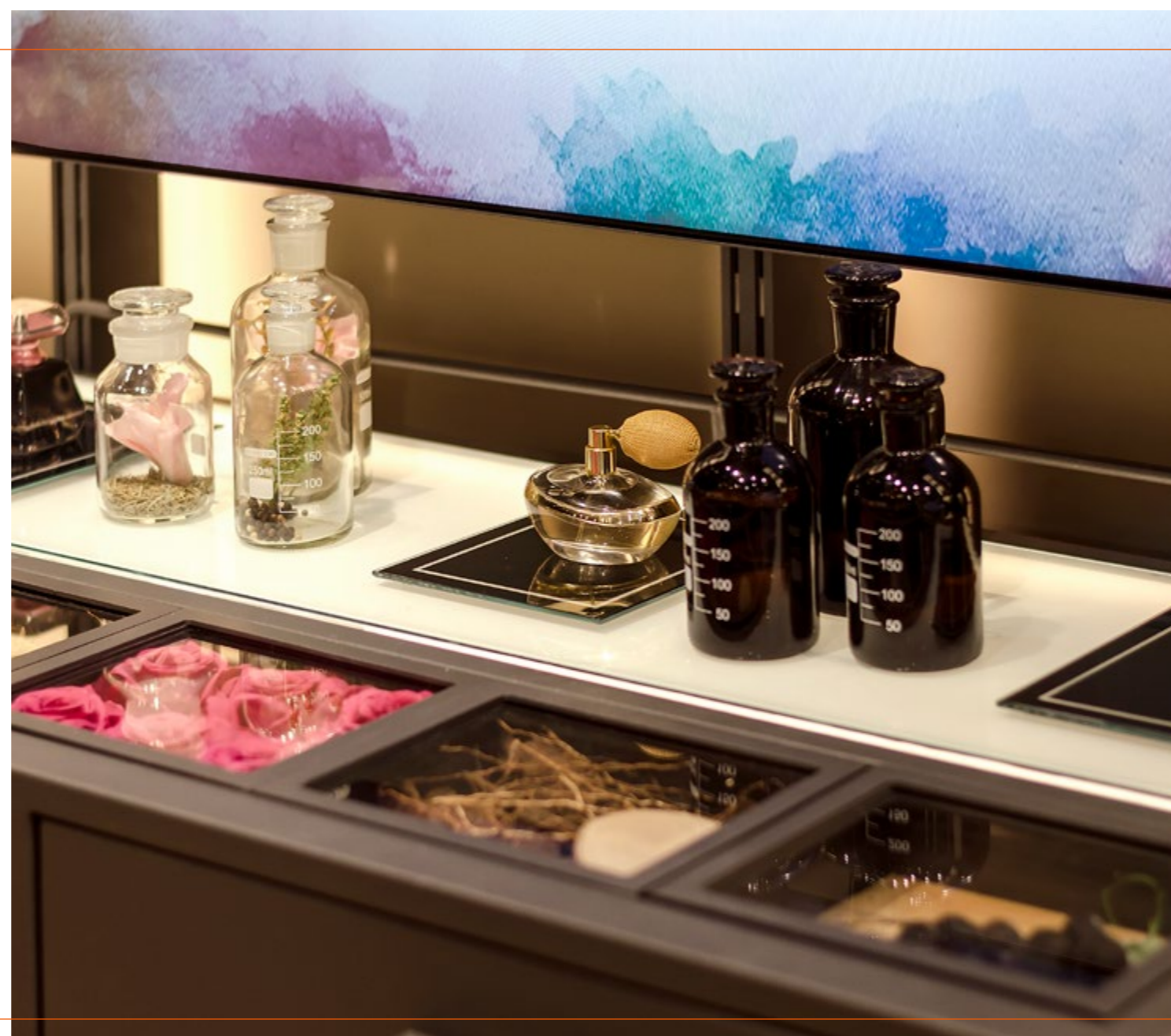


NUESTRA VISIÓN DEL FUTURO

UNA VITRINA A LA SUSTENTABILIDAD TODO EL AÑO

En Grupo Boticário, creemos que la tienda es nuestra vitrina y debe reflejar nuestra visión sobre la sustentabilidad. Desde el concepto, pasando por la operación hasta llegar al momento de desmovilización, todos los puestos de venta de nuestras marcas necesitan considerar **aspectos ambientalmente correctos**, establecidos por el guía de Directrices de Sustentabilidad para Puestos de Venta, documento actualizado en 2016.

Más que un **ambiente bonito, seguro y cómodo** para franquiciados, colaboradores y clientes, buscamos siempre soluciones creativas e innovadoras en arquitectura y diseño, desarrolladas con el propósito principal de entregar un puesto de venta (PDV) lo más ecoeficiente posible. Al final, es a través de la implementación sistemática de prácticas consistentes y coherentes con nuestros valores que **promovemos la sustentabilidad de nuestro negocio**, contribuimos para la preservación del medio ambiente y nos preparamos para los desafíos del futuro.



Puesto de venta

TIENDA ÁNFORA

Después de conquistar la certificación LEED*, en 2016, para el proyecto de *quem disse, berenice?* del centro comercial Shopping Cidade Sao Paulo, avanzamos la sustentabilidad de nuestras operaciones en puestos de venta.

En 2017 desarrollamos y lanzamos la Tienda Ánfora, de la marca O Boticário, proyecto pionero instalado en Rio de Janeiro (localizado en el centro comercial Barra Shopping), que ha pasado a ser referencia para nuevas instalaciones de la marca.

La tienda es un buen ejemplo de que siempre podemos tomar mejores decisiones y queremos que esta sea una inspiración. Todo lo que pensamos, decimos y hacemos se materializa ahí, en sus productos, diseño mobiliario y comunicación.

* Certificación de ecoeficiencia LEED
(Leadership in Energy and Environmental Design)

NUESTRA
VISIÓN DEL
FUTURO

Puesto de venta

TIENDA ÁNFORA,
PDV REFERENCIA EN SUSTENTABILIDAD



100%

madera de origen
certificada

MATERIALES

Priorizamos el uso de materiales reciclables para construcción y finalización, con la adopción del acero y el aluminio en la estructura, que pueden ser reciclados infinitamente. Además, 100% de la madera utilizada posee el sello de certificación FSC, que prueba su origen de bosques de uso sustentable.



pintura libre de
metales pesados

FINALIZACIÓN

Uso de pintura a base de agua, libre de metales pesados y con bajo nivel de compuestos orgánicos volátiles. Nos son usados materiales extras de finalización en áreas no visibles, para reducir el impacto ambiental.



-63%

consumo de energía

ILUMINACIÓN

Con un uso del 100% de lámparas LED, la tienda se inaugura con un ahorro del 63% de energía, comparado con el modelo anterior, o lo equivalente a 18 días de consumo en esta tienda.

-1.200

piezas de comunicación
impresas

COMUNICACIÓN
VISUAL

Pantallas en la vitrina y en otros lugares de la tienda, además de comunicar ofertas y lanzamientos, permiten dejar de imprimir cerca de 1.200 piezas por año por PDV, reduciendo el impacto ambiental. Cuando surge la necesidad de un display, las directrices del PDV del grupo recomiendan escoger material reciclado en por lo menos el 25% del material.



incentivo al uso de ecobags
para reducir el consumo de
bolsas de papel

BOLSAS

Tos productos son entregados en bolsas de papel de origen certificada (FSC) y ecobags reutilizables están disponibles para los clientes como una alternativa a la bolsa de papel, generando así muchas oportunidades de concientización e intercambio de informaciones sobre sustentabilidad.



enfoque en la economía
de recursos

PROYECTOS

Priorizamos la fabricación optimizada, con compuestos modulares estandarizados, lo que genera menos consumo de energía y agua.

NUESTRA VISIÓN DEL FUTURO

Iniciativas reconocidas

PRÊMIO POPAI DE VISUAL MARKETING



Uno de los más importantes reconocimientos del Marketing de Comercio Minorista en Puestos de Venta, la POPAI – The Global Association for Marketing and Retail, concedió siete premios, en 2017, para las iniciativas del Grupo Boticário, tres de ellas volteadas hacia la sustentabilidad. Las campañas de logística inversa de las marcas **O Boticário** y **The Beauty Box** se llevaron el reconocimiento plata, y el proyecto de diseño sustentable del quiosco de la línea **Make B**, el reconocimiento oro en su categoría. En su 17ª edición, el premio reúne grandes marcas internacionales de comercio minorista.

CERTIFICACIÓN LEED



Después de todo, ¿qué es LEED?

El Grupo Boticário tiene la primera fábrica de cosméticos en Brasil que ha recibido la certificación LEED, así como el primer Centro de Distribución del Norte/Noreste y la primera tienda en la categoría CI/Retail contemplados con este reconocimiento. Del inglés Leadership in Energy and Environmental Design, es una certificación para construcciones sustentables concedida por la organización no gubernamental americana U.S. Green Building Council y adopta criterios rígidos de racionalización de recursos como energía, agua, materiales, entre otros, atendidos por un edificio.

Guia Exame de Sustentabilidade
1º lugar en gestión de biodiversidad

Premio de ABRE para envases con la sombra refill de QDB

Métodos alternativos a las pruebas en animales

NUESTRA VISIÓN DEL FUTURO

La fuerza de las relaciones es una de las bases más sólidas de nuestro negocio. Hace mucho que entendemos que la inclusión es esencial para estrechar todavía más esos lazos con nuestros públicos, al fin y al cabo, creemos que la belleza es para todos. Evaluamos todos los puntos de contacto con los consumidores y revendedores para identificar e implementar oportunidades de mejora para dar acceso a todos los consumidores, independientemente de sus características individuales. Conozca:



100%
de los videos
de la campaña
de O Boticário
son accesibles!

En 2017, todos los portales de la marca ampliaron los recursos de accesibilidad digital y e-commerce. En O Boticário, lanzamos el primer **catálogo accesible de venta directa** del país.

Nuestra *Loja de Bolsa* ahora contiene un **QR code** que direcciona a una aplicación que permite la consulta del material.

Los **diferentes recursos digitales de accesibilidad** implementados son destinados a personas que tienen dificultades para escribir, mover el mouse, leer la pantalla o usar la función *touch screen* del teléfono celular o Tablet debido a una variedad de condiciones que llevan a una limitación visual o motora.

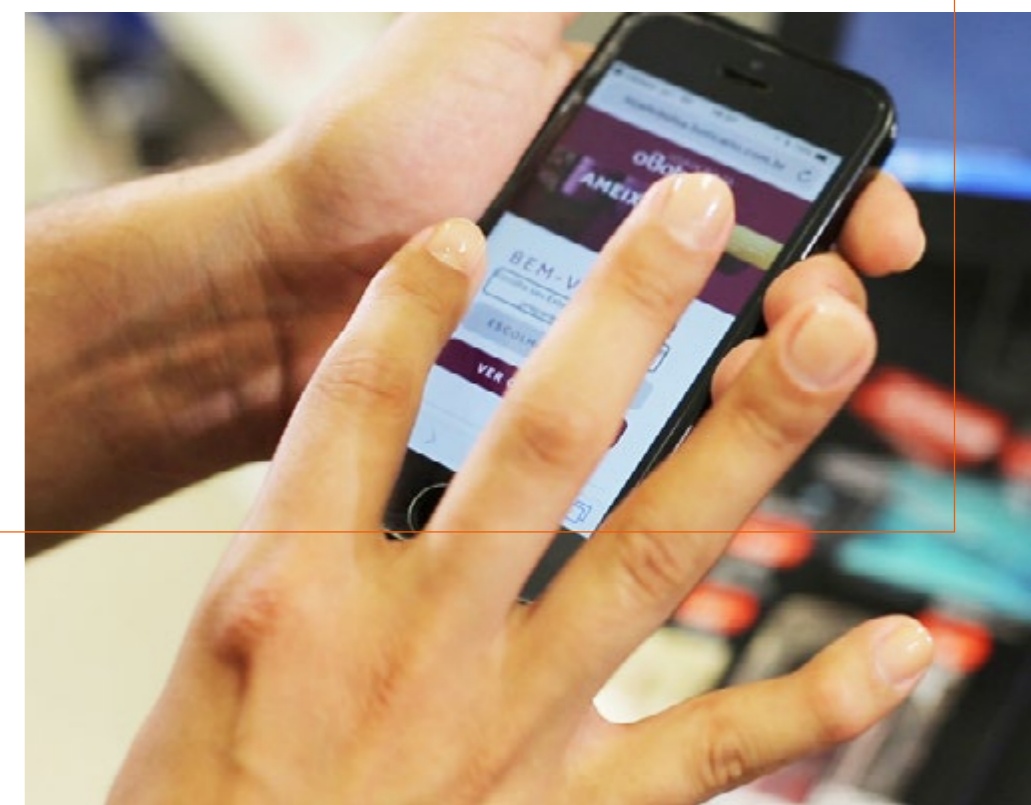
A partir de 2017, las redes sociales de las marcas de Grupo Boticário usan la descripción de la imagen en publicaciones con el **hashtag #pracegover**, para así incluir a las personas con discapacidades visuales. Asimismo, el 100% de las campañas de TV de O Boticário son vehiculadas usando el recurso **closed caption**. En el canal de la marca en YouTube, los videos son accesibles para todos los tipo de discapacidades.

Para responsabilizar y capacitar a la fuerza de ventas, está disponible, en la extranet Universidade de Beleza Boticário, una **capacitación en video** con instrucciones correctas y consejos para atender adecuadamente a los consumidores con **necesidades especiales** – motoras, visuales, auditivas e intelectuales. También fue creado, para las franquicias, un contenido específico sobre **orientación en adecuación de acceso y espacio de circulación** de tiendas para incentivar a la red a proporcionar un ambiente inclusivo y seguro. Además, en la red de tiendas de O Boticário, los franquiciados y sus colaboradores son orientados para distribuir **etiquetas a personas ciegas** para que, a través del tacto, ellas puedan fácilmente identificar y diferenciar los productos que usan diariamente.

La belleza es para todos



Encima, etiquetas ayudan a personas con discapacidades visuales a identificar los productos que usan en el día a día. Al lado, la accesibilidad también está presente en la versión móvil de nuestros sitios web.



NUESTRA VISIÓN DEL FUTURO

Todo lo bueno que hacemos, regresa

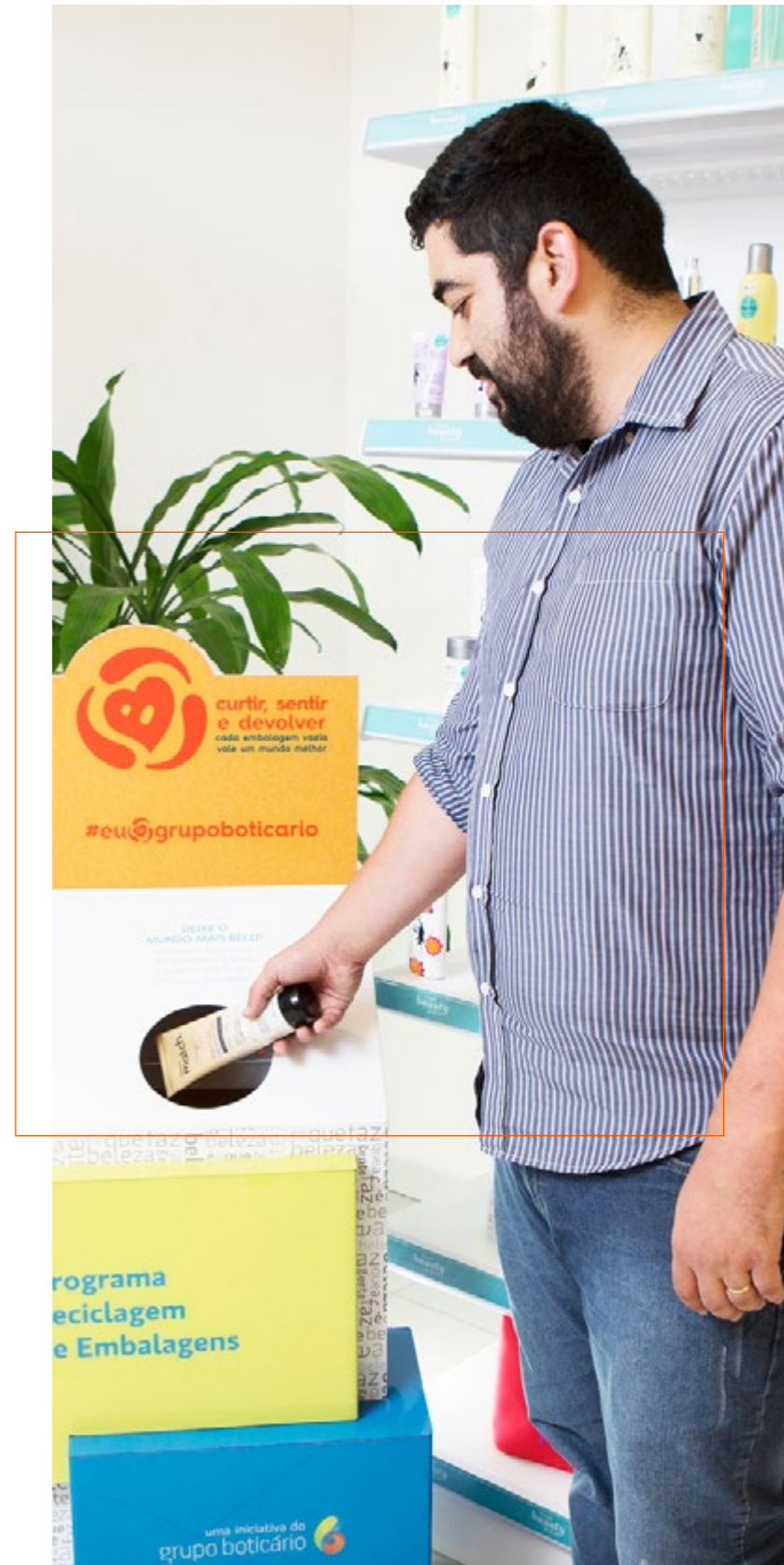


El éxito de nuestro **Programa de Reciclaje de Envases** lanzado en 2006, anticipándose a las directrices de la Política Nacional de Desechos Sólidos, empieza por el compromiso de nuestros funcionarios, franquiciados y consumidores, que comparten con nosotros la responsabilidad y el deseo de cuidar del mundo en que vivimos. Desde 2012, el tema de la logística inversa se volvió un pilar estratégico en el área de la sustentabilidad del Grupo Boticário. A lo largo de los años, las acciones de recolección de envases y productos para descarte aumentan progresivamente, ampliando nuestra contribución a la destinación adecuada de desechos.

En 2017, la marca O Boticário lanzó una nueva capacitación sobre el **Programa de Reciclaje de Envases** para franquiciados y sus colaboradores en la **Universidad de la Belleza**, plataforma online de capacitación. La fuerza de las ventas de quem disse, berenice? renovó su compromiso con el tema, con una acción durante las convenciones de la marca, fundamental para reforzar la importancia del programa y de la participación de este público. Por otro lado, el compromiso de nuestros consumidores se consolida a través de nuestra comunicación corporativa y de marca, por su amplia divulgación de campañas de recolección y, de forma continua, gracias a la aplicación de simbología para el descarte selectivo de los envases en las etiquetas de nuestras líneas de productos, cuando sea aplicable. Cada uno de los cerca de cuatro mil puestos de colecta de envases post-consumo es una oportunidad para invitar a nuestros colaboradores y clientes a que piensen sobre sustentabilidad. La meta del **Grupo Boticário** es tener un programa implementado en otros canales de venta, como el e-commerce de las marcas, para el 2024.

Hoy, los envases entregados en las tiendas de O Boticário, quem disse, berenice?, The Beauty Box y para las revendedoras de Eudora, durante todo el año y en acciones especiales, se pasan a las manos de una red que cuenta con **1.000 recolectores de materiales reciclados en Brasil**, organizados en **33 organizaciones**, entre cooperativas y asociaciones. Todas las cooperativas registradas en el programa pasan por una evaluación rigurosa de **45 ítems**, como inexistencia del trabajo infantil, seguridad y mantenimiento de equipamientos y uso de equipamientos de protección individual (EPIs).

Es un ciclo virtuoso. El grupo y sus clientes tienen medios para realizar un descarte correcto de desechos y los recolectores ganan trabajo y un ingreso. Las cooperativas participantes del programa de logística inversa reciben consultoría de gestión, comercialización de los materiales reciclables y auxilio en la estructuración de su documentación para que puedan buscar socios comerciales.



NUESTRA VISIÓN DEL FUTURO

Acciones 2017

Sustenta+Beauty Recolección de envases post-consumo

Acciones de recolección de envases post-consumo para descarte suceden todo el año. Una de ellas, en 2017, consistió en que, por cada cinco envases desarrollados en las tiendas, los clientes pudiesen llevar a casa un pincel de maquillaje. El intercambio por un regalo se hace con productos de la marca, pero los consumidores pueden dejar para desecho adecuado cualquier envase de cosméticos y productos de higiene personal.



#retornaberê Incentivo a la devolución de envases vacíos

Realizada en septiembre, la campaña de incentivo para devolución de envases recogió una tonelada de materiales en las tiendas de *quem disse, berenice?*. La invitación a los consumidores era para intercambiar tres envases vacíos por un lápiz labial. Después de la campaña, los intercambios continuaron por el resto del año, con un pequeño ajuste: cinco envases por un lápiz labial.

#CurtirSentirDevolver Campaña de intercambio envuelve colaboradores

En agosto del 2017, realizamos una campaña interna para movilizar todavía más a nuestros colaboradores e intercambiar envases por bolsas reutilizables. Esta acción funciona como un recuerdo permanente de nuestro papel en la sustentabilidad.



#botirecicla Promoción para incentivar el reciclaje

En mayo del 2017, un envase de producto O Boticário post-consumo podía cambiarse por otro de maquillaje, nuevo. Más allá de esta acción, las tiendas de la marca están preparadas para recibir envases post-consumo durante todo el año y llevarlas a las cooperativas asociadas.



CONSERVAMOS EL PRESENTE

Desarrollar negocios sustentables es uno de los pilares de la marca del Grupo Boticário. Esto significa **usar los recursos naturales de forma inteligente y eficiente**, para proporcionar el máximo a la sociedad, sin comprometer el futuro y las próximas generaciones. También requiere un compromiso contante por nuestra parte con la conservación del patrimonio natural y la utilización racional de los recursos naturales, yendo más allá de la prevención o mitigación de impactos.

En los últimos años, hemos invertido capital intelectual y recursos para reforzar nuestro compromiso con la sustentabilidad, principalmente a través de la implementación de medidas eficientes en nuestros procesos productivos. Buscamos desarrollar productos cada día más sustentables, ya sea con fórmulas o envases, así como por la eliminación de materiales controversiales, constantemente monitoreados en toda la cadena. La expectativa es que, para el 2024, el 100% de los nuevos productos cosméticos de las marcas propias tengan aspectos sustentables en su fórmula, envase o proceso de fabricación. En 2017, este índice ya sobrepasó el 50%.

La adopción de una herramienta para el cálculo de la ecotoxicidad de materias primas y fórmulas de enjuague se ha destacado en este proceso: el I.A.R.A.TM (Índice de Evaluación de Riesgo Ambiental). Para el final del 2017, 50% de las fórmulas de enjuague contaban con menor impacto ambiental.

Otra iniciativa, cuyos resultados celebramos pues contribuyen con los procesos productivos más sustentables, fue la **ampliación del uso de fuente más limpia en nuestra casa matriz**, originaria del Mercado Libre de Energía, en el Centro de Distribución de Sao Gonzalo dos Campos, en Bahia. Gracias a esta iniciativa, nosotros, así como los consumidores que optan por esta práctica, podemos escoger de entre las diversas fuentes de energía eléctrica aquellas que mejor atienden nuestras exigencias – en nuestro caso, la opción es la **energía eléctrica de fuente renovable**. Actualmente, la fábrica de Sao José dos Pinhais, en Paraná, y los dos centros de distribución, compran el 100% de su energía en el Mercado Libre.

En 2017 adquirimos, de matriz eólica, el equivalente al consumo de 87,5 mil litros de aceite diesel. Esta decisión evitó que fuesen lanzadas 231 toneladas de CO2, cantidad que equivale al plantío de aproximadamente 1.600 árboles. Además de las ganancias ambientales, con la migración para el mercado libre se espera generar un ahorro de medio millón de reales brasileños por año. Y si la sustentabilidad es nuestra forma de hacer negocios, en el ámbito institucional esta rige nuestra toma de decisiones, hace bastante tiempo. Completamos 27 años de acción pionera en la preservación ambiental a través de la Fundación Grupo Boticário de Protección a la Naturaleza. Los buenos resultados de nuestros negocios nos permiten invertir en aquello que realmente importa: el futuro de todos nosotros.

CONSERVAMOS EL PRESENTE

Ecoeficiencia

El Grupo Boticário ha adoptado, consistentemente y en todas sus operaciones, tecnologías que reducen el consumo de recursos como el agua y la energía, y que reducen la generación de desechos y la emisión de gases de efecto invernadero. Esta actuación está direccionada por metas que definen el año 2024 como referencia para que el Grupo alcance la excelencia en estos temas.



Água

50% del consumo proviene de agua renovable o de lluvia

60% de reducción del consumo relacionado a las fábricas, comparado con el 2005, con relación de m³/ton producida



Emisiones

* Gases de Efecto Invernadero

50% de reducción de las emisiones de GEI* en las fabricas, comparado con el 2008

40% de reducción de emisiones de GEI por parte de nuestras transportadoras, comparado con el 2014



Energía

100% proveniente de fuentes renovables para las fábricas y centros de distribución

20%

autosuficiencia en energía renovable en fábricas y centros de distribución

reducción del consumo de energía relativo (MWh/106 unidades producidas), comparado con el 2005



Desechos

30% de reducción en emisiones por la generación de desechos de fábricas y CDs, con año de base en 2012

0% desechos para entierro



Construction

100% de las nuevas construcciones o grandes renovaciones siguen premisas de la certificación LEED

CONSERVAMOS EL PRESENTE

Agua y efluentes

Las operaciones del Grupo Boticário velan por el **uso eficiente del agua**, una de nuestras materias primas más importantes. Esto significa reducir la captación, ampliar la reutilización y reducir el consumo por cada unidad producida.

En la fábrica de Sao José dos Pinhais (PR) el total del agua potable nueva viene del sistema público de abastecimiento, mientras que en los centros de distribución y en la fábrica de Camaçari (BA) viene de un **sistema de pozos artesianos**. Monitoreamos el consumo de todos los sitios diariamente y tenemos metas específicas para reducir el consumo y el uso de agua de lluvia o renovable.

En 2017, debido al crecimiento de nuestras operaciones, aumentamos el consumo del agua y nuestra tasa de reutilización cayó de forma general. Sin embargo, seguimos con nuestro compromiso de **reducir en 60%** el consumo de este recurso en las fábricas, en m³ por tonelada producida, considerando nuestros índices del 2005 hasta el 2024.

Total de agua retirada por fuente (m³) [GRI 303-1]

	2016	2017
Planta SJP (m3)*	89.112	92.297
Planta CAM (m3)**	53.577	82.343
CD Registro (m3)**	3.757	4.713
CD Sao Gonçalo dos Campos**	6.293	10.100
Total consumo (m ³)	152.739	189.453

** 100% proveniente del sistema público de abastecimiento
 *** 100% proveniente de pozos artesianos

Volumen y porcentaje de agua reutilizada (m³) [GRI 303-3]

Tipo	Respuesta 2016	Respuesta 2017
SJP	24.380 (21%)	18.739 (17%)
Registro	2.312 (38%)	2.336 (33%)
CAM	27.593 (31%)	30.253 (27%)
SGC	339 (0%)	1.780 (15%)



CONSERVAMOS EL PRESENTE

Energía

Nuestro objetivo es **reducir el consumo de energía** y obtenerla enteramente de fuentes renovables para garantizar la sustentabilidad de nuestra producción, mientras **reducimos las emisiones de gases de efecto invernadero** relacionadas a nuestra matriz energética.

Nuestro **consumo de energía está siendo monitoreado**, diariamente y por sectores, en todos nuestros sitios. Cada área tiene metas específicas de reducción de consumo y de uso de renovables.

Para esto, el Grupo Boticário está invirtiendo en el cambio en iluminación de sus unidades para **lámparas de tecnología LED**, así como en iniciativas de optimización de energía, como la que ya fue instaurada en el envase de maquillaje en la fábrica de Sao José dos Pinhais, que resultó en un ahorro de más de 15 mil KWh sólo en 2017, lo que equivale al consumo promedio mensual de 100 residencias de 4 personas.

LED AHORRO DE RECURSOS NATURALES Y FINANCIEROS

Durante todo el año, los centros de distribución del Grupo Boticário cambiaron su iluminación tradicional por lámparas LED. En Registro, unidad con 100% de iluminación LED, el cambio permitió un ahorro de 135 mil KWh durante el año. Pero la expectativa es que ese número llegue a los 240 mil KWh, lo suficiente para suministrar el consumo mensual de 140 residencias durante un año.

En Sao Gonçalo do Campo, el ahorro fue de 20 mil KWh, pero puede llegar a los 120 mil KWh/año, o sea, los dos CDs juntos van a ahorrar lo equivalente a 360 mil KWh por año (equivalente al consumo anual de 210 residencias con familias de 4 personas).

Además del ahorro en energía eléctrica, la iniciativa representa una **reducción considerable en la frecuencia del cambio de lámparas**, lo que se traduce en un consumo menor de este ítem, así como menos horas de trabajo en estas actividades. De esta forma, la previsión es que, en menos de tres años, el ahorro compense por completo la inversión realizada, además de tener un centro de distribución más ecoeficiente.



Paneles solares en la planta de Sao José dos Pinhais (PR)

Tasa de intensidad energética [GRI 302-3]



CONSERVAMOS EL PRESENTE

Energía

[GRI 302-5]



Entendemos la importancia de **dar seguimiento, mitigar y adaptarse a los cambios climáticos** que están impactando no sólo el futuro de los negocios, pero el de todos nosotros, para esta y las próximas generaciones. Por eso, en el primer semestre de cada año, el Grupo Boticário presenta su inventario de emisiones usando la metodología GHG Protocol, que mide las emisiones directas e indirectas de las organizaciones, dando así **transparencia a nuestras emisiones** y a la forma como administramos este tema.

Con el fin de controlar y gestionar, **monitoreamos mensualmente las emisiones** resultado de la quema de combustibles fósiles en calderas y generadores de energía de las fábricas de Sao José dos Pinhais (SP) y de Camaçari (BA), así como de los centros de distribución de Registro (SP) y Sao Gonçalo dos Campos (BA).

La mejora en los procesos internos ha contribuido a un desempeño que nos anima a observar de cerca los **medios de reducción de nuestras emisiones**. Tuvimos una reducción del 15% del consumo de gas natural en 12 meses, en Sao José dos Pinhais. Este resultado contribuyó para que el indicador de toneladas de carbono emitidas por cada millón de unidades producidas cayera de 12,56 en 2015, a 10,2 en 2017, es decir, una reducción del 19%.

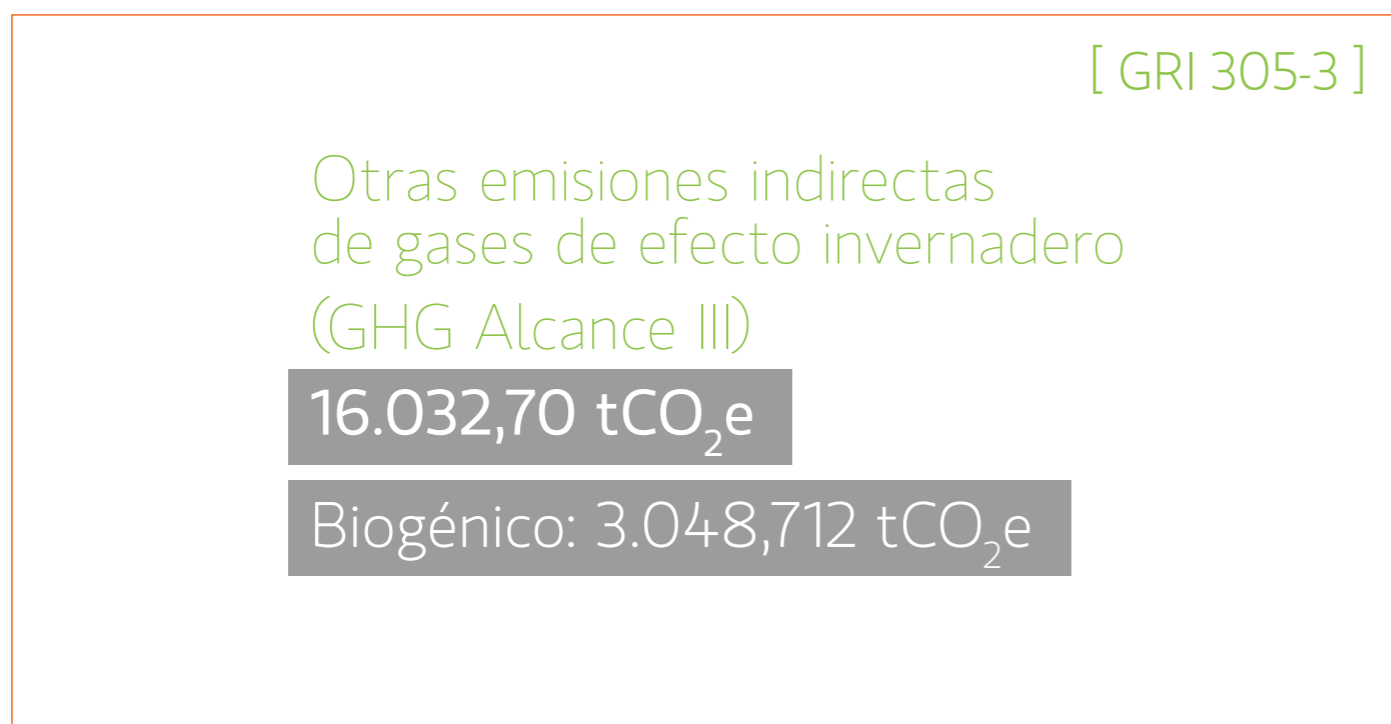
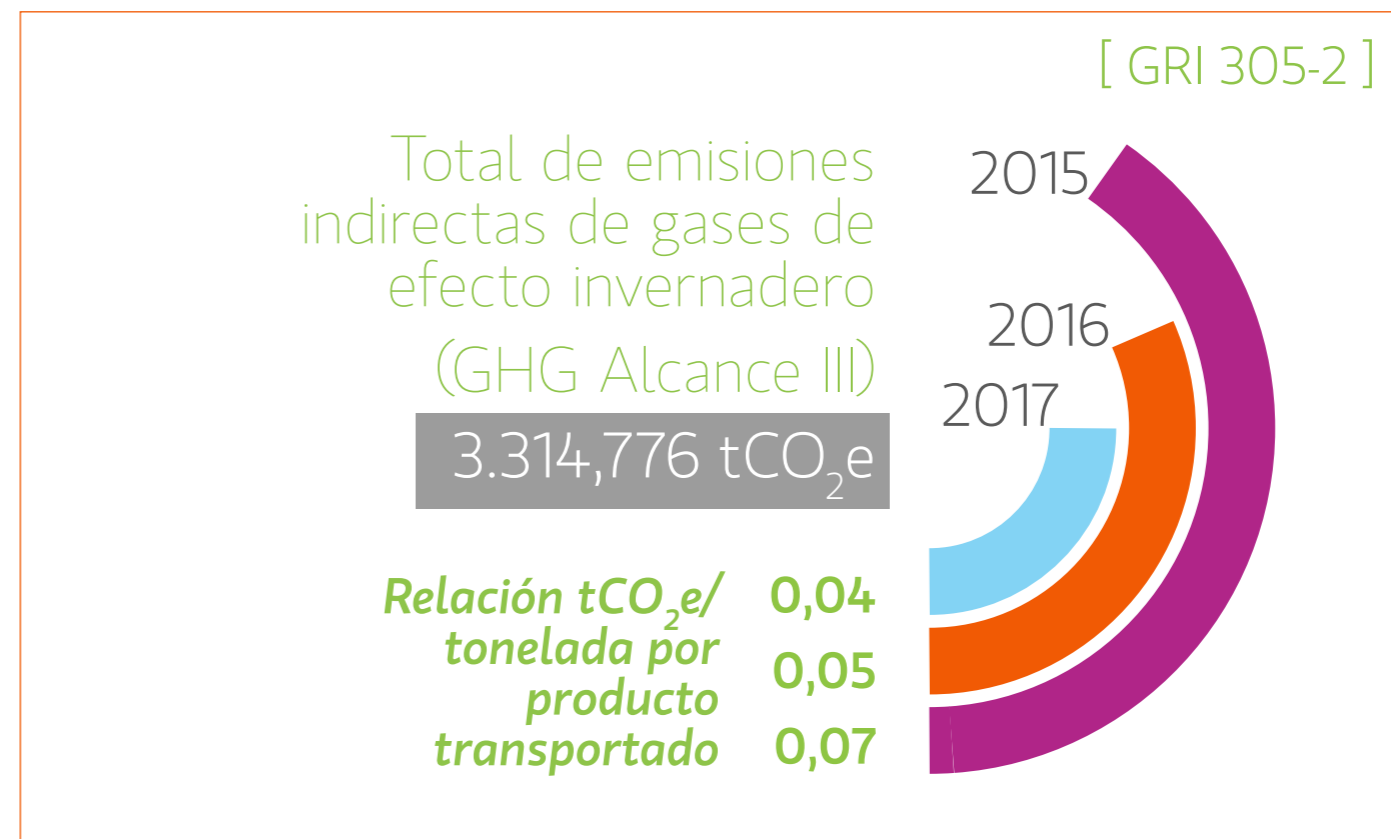
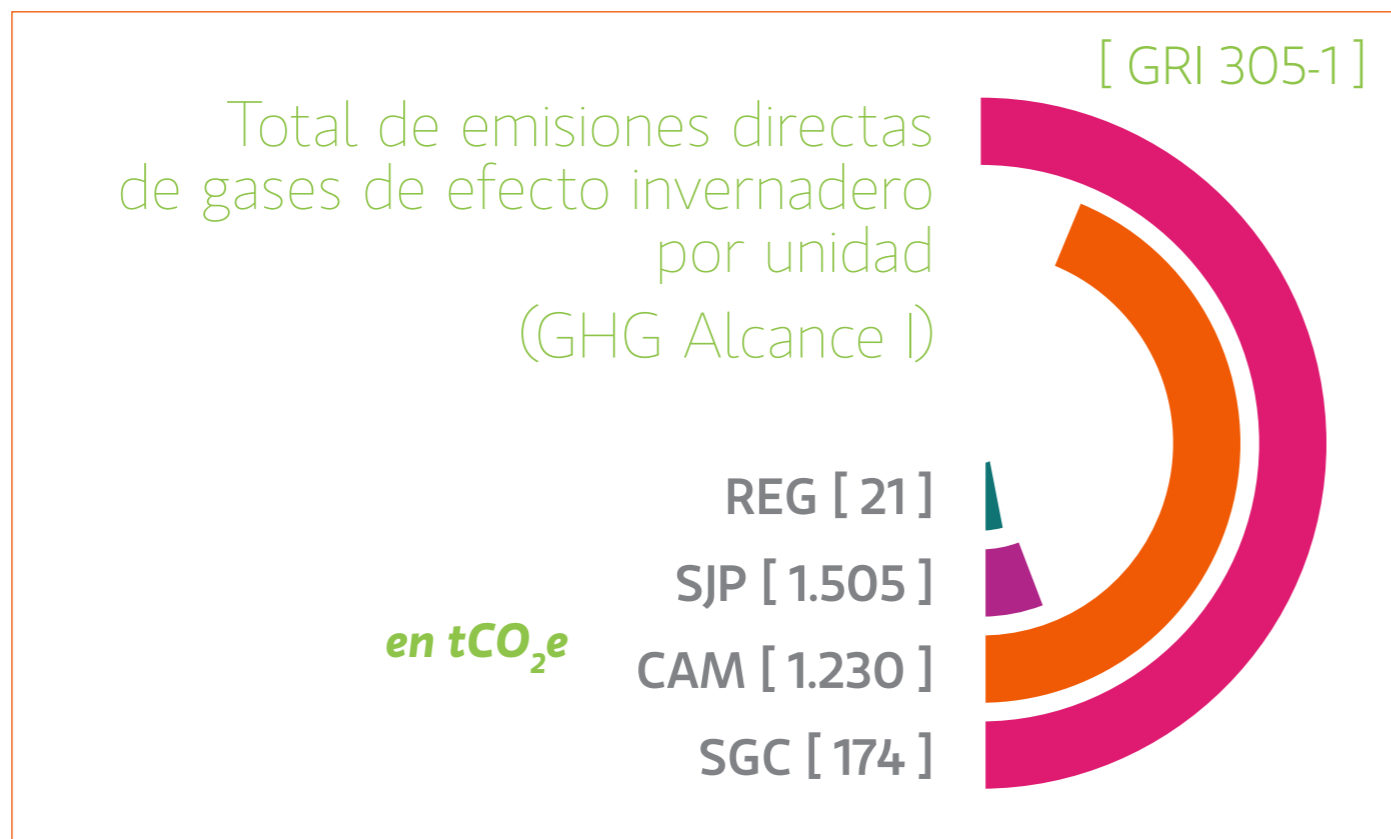
En Registro, una caída del 92% en el consumo de aceite diesel produjo una relación de toneladas por cada millón de unidades expedidas del 0,1 en 2017, una reducción del 98% cuando se le compara con el 1,58 del 2015.

MERCADO LIBRE DE ENERGÍA

Al migrar para el Mercado Libre de Energía, también alcanzamos reducciones en los indicadores de emisiones. En la hora pico (de las 18h a las 21h), para evitar las tarifas más altas de la concesionaria local, apagábamos la energía suministrada y accionábamos el generador de gas natural en las fábricas y de diesel en los Centros de Distribución. Después de unirse al Mercado Libre de Energía, ya no es necesario usar el generador. Esta iniciativa contribuyó para reducir la utilización del combustible fósil y el indicador de emisión de gases de efecto invernadero en Registro (53%) y en Sao José dos Pinhais (19%).

CONSERVAMOS
EL
PRESENTE

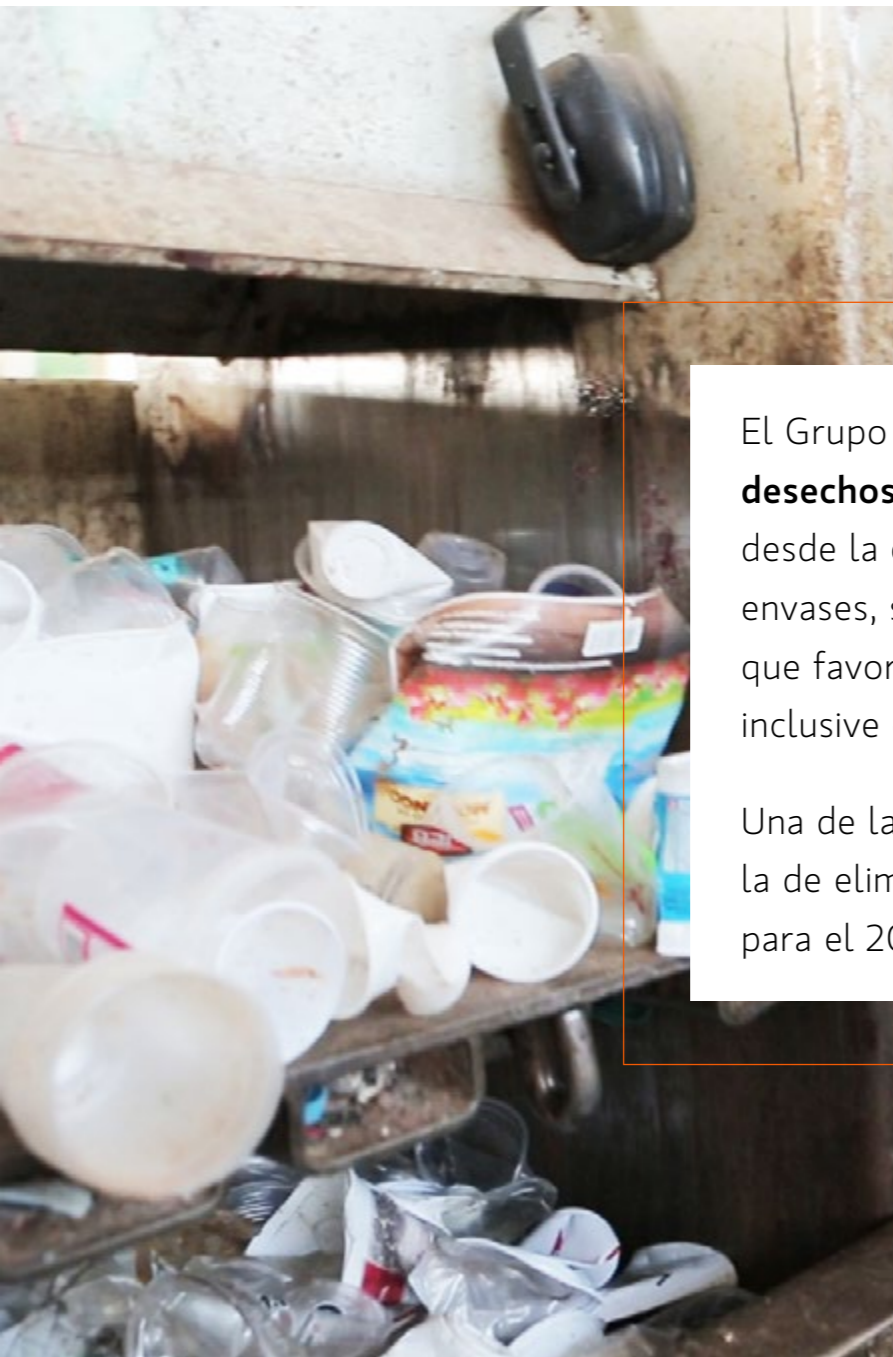
Emisiones



CONSERVAMOS EL PRESENTE

Desechos

[GRI 306-2]



El Grupo Boticário se preocupa con la **gestión de los desechos** de su proceso productivo, de punta a punta, desde la extracción de las materias primas hasta los envases, siempre en busca de métodos y tecnologías que favorezcan el reciclaje y la **mejora de los procesos**, inclusive de nuestra cadena de valor.

Una de las metas relacionadas a la gestión de desechos es la de eliminar la necesidad de los entierros de desechos para el 2024, favoreciendo la reutilización y el reciclaje.

Destino de los desechos

Tipo	SJP	Camaçari	Sao Gonçalo dos Campos	Registro
No Peligrosos (t)	1.592,74	284,00	468,81	1086,61
Reutilization	307,2			608,97
Recycling	1.104,08	1.072,25	431,37	450,97
Coprocessing	0	64		0
Industrial landfill	181,47	219,86	37,44	26,68
Incineration	0			0
Peligrosos (t)	896,28	22,71	0	1,7
Reutilización	155,69			0
Reciclaje	159,04			1,7
Co-procesamiento	572,87	22,71		0
Entierro industrial	8,68			0
Incineración	0			0
Indicador (t/106 unidades producidas o expedidas)	16,6	23,9	3,8	5,4

CONSERVAMOS EL PRESENTE

Cadena de Valor

INFLUENCIA EN LA CADENA DE VALOR

Este compromiso con las operaciones más ecoeficientes se refleja a lo largo de toda la cadena de valor, incluyendo nuestra relación con los proveedores. La meta es que, para el 2020, el 100% de los proveedores estratégicos estén en esta condición y que, para el 2024, las compras sustentables del grupo alcancen los R\$ 2 billones.

Para apoyar a las empresas asociadas en este proceso, establecimos un programa de apoyo a la gestión de prácticas que velan por un mejor desempeño ambiental. La iniciativa consiste en capacitación de equipos, desarrollo del plan de trabajo y creación de un ranking, inspirando mejoras en los modelos de negocio.

En esta clasificación se consideran como de “alto desempeño” a los proveedores que alcanzan resultados iguales o superiores a los del Grupo Boticário. Actualmente, 22 proveedores estratégicos están en este grupo.

Gestión de prácticas ecoeficientes

Desempeño	Plan de acción propuesto
00 – 50 puntos: Bajo	Visita presencial Plan de acción Monitoreo trimestral
51 – 70 puntos: Regular	Seguimiento Remoto Plan más osado Monitoreo semestral
71 – 89 puntos: Bueno	Enfoque en la mantención y consolidación Papel de multiplicador Reconocimiento
Above 90 points: Alto	



CONSERVAMOS EL PRESENTE

Conservación

Fundación Grupo Boticário de Protección a la Naturaleza



Firma de la asociación de la Fundación Grupo Boticário con La Fundación Roberto Marinho, junto con CNPq

Una de las primeras organizaciones privadas para la conservación de la naturaleza en Brasil, la Fundación Grupo Boticário de Protección a la Naturaleza llegó a los 27 años en el 2017, actuando de forma continua y contundente en la causa que sigue siendo una de las más actuales en la sociedad: la **conservación ambiental**. Para mantener resultados expresivos, promueve acciones de **movilizaciones, sensibilización y comunicación innovadora**, que acercan a la naturaleza con la vida cotidiana de la gente, desarrollando nuevas acciones para la sociedad, fomentando la producción científica nacional, estableciendo nuevas asociaciones e incentivando propuestas innovadoras que unan el desarrollo social, económico y la protección del medio ambiente. Para realizar sus acciones, cuenta con la política de la Inversión Social Privada (ISP) del Grupo Boticário y de otras iniciativas que generan valor para la sociedad.

En 2017, muchas oportunidades y conquistas reforzaron la actuación consistente de la Fundación. La construcción de un nuevo auditorio potencializó el crecimiento de la Reserva Natural Salto Morato, promoviendo la integración cada vez mayor de actores y acciones en la conservación de la naturaleza. El trabajo para **empoderar actores de diferentes áreas** a que actúen a favor de la conservación de la naturaleza también presentó resultados importantes. La institución consolidó su asociación con el Tribunal Regional Federal de la 4ª Región, donde los magistrados pusieron a disposición una red de consultores voluntarios para proveer informaciones sobre temas ligados a la conservación de la naturaleza que los ayuda en la toma de decisiones inherentes a sus posiciones.

Asimismo, la institución cerró el 2017 con 30 nuevas iniciativas apoyadas en sus llamados públicos para el apoyo financiero a **acciones de conservación de la naturaleza**, sumando 1.528 proyectos y programas apoyados desde 1991.

1.528
proyectos de
conservación de la
naturaleza apoyados

17
nuevas especies en
2017, totalizando
172 descritas

11
proyectos
seleccionados
para recibir
apoyo financiero

6.630
visitantes a la
Natural Salto Morato
en 2017

CONSERVAMOS EL PRESENTE

Conservación



Desde el 2014, cuando se implementó su último mapa estratégico, la Fundación ha actuado para ampliar la relevancia del tema de la conservación de la naturaleza en la sociedad y la elaboración de políticas públicas volteadas hacia esta cuestión. En 2017, su presencia en foros de discusión, involucrando diversos sectores de la sociedad, incluyendo el sector judicial, resultaron en la creación de 22 políticas públicas, entre ellas la creación de **seis nuevas unidades de conservación** en 3 Estados.

Con un equipo formado por 50 colaboradores y una red de 75 consultores independientes y voluntarios, la Fundación Grupo Boticário de Protección a la Naturaleza busca estar presente en los **foros de debate más relevantes sobre conservación y cambio climático**. En 2017, fueron 20 participaciones en ponencias, presentaciones de estudios u organización de eventos propios. En 2018, con la producción de la Fundación Grupo Boticário, tiene lugar la 9ª edición del Congreso Brasileño de Unidades de Conservación, con el tema “Futuros Posibles: economía y naturaleza”. El encuentro ocurre en Santa Catarina con tres días de conferencias y la presentación de trabajos científicos inscritos.

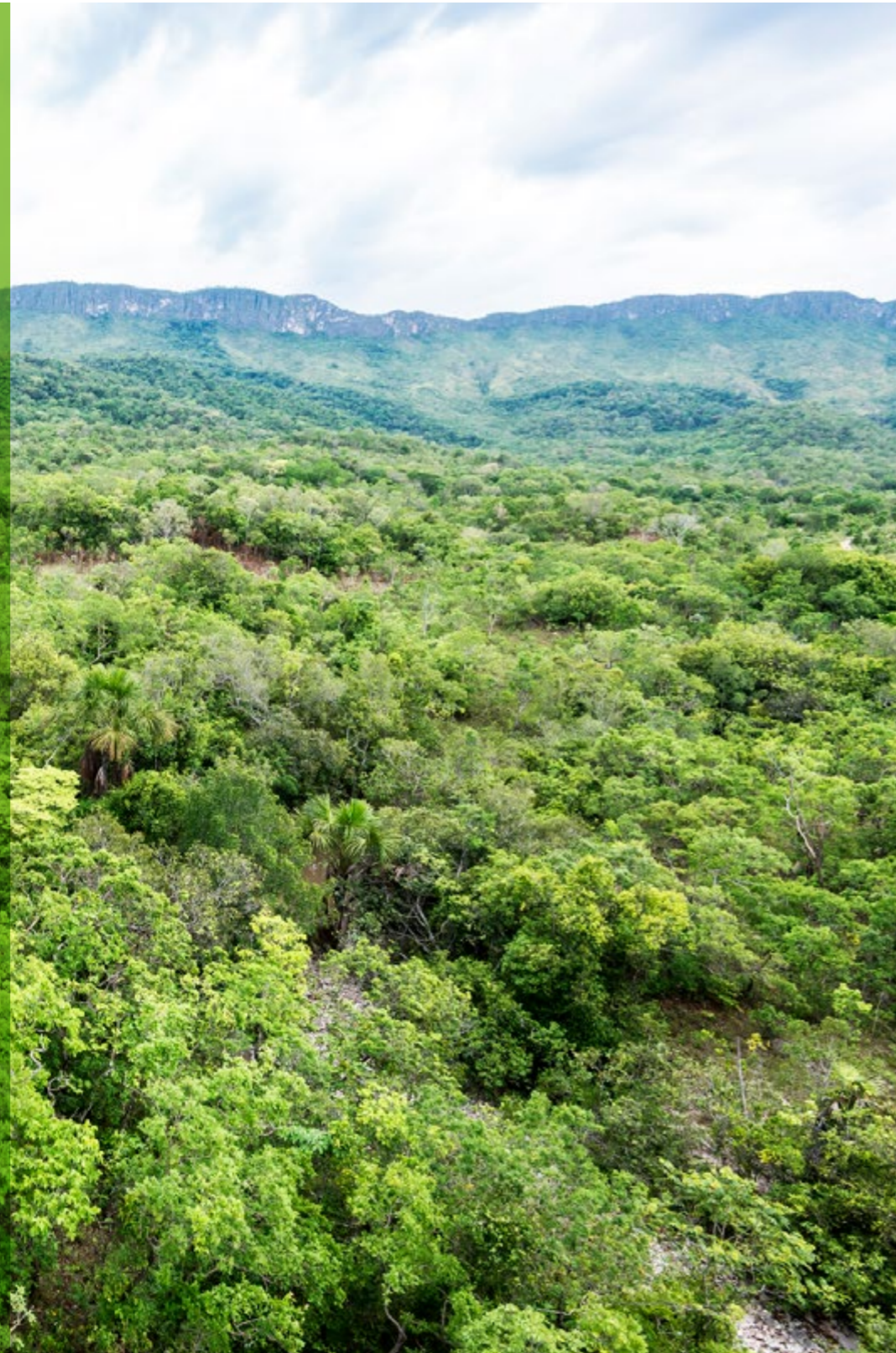


Participación de la
Fundación Grupo
Boticário en la COP 23

CONSERVAMOS EL PRESENTE

Conservación

Fundación Grupo Boticário de Protección a la Naturaleza



Entre las misiones por el desarrollo de políticas y prácticas que producen **contribuciones efectivas para la conservación de áreas y biomas** está la diseminación de la lógica de búsqueda de soluciones basados en la naturaleza. Un concepto desarrollado por la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (IUCN, por sus siglas en inglés), este tipo de solución siempre está enfocado en resolver un desafío global - como el cambio climático o el acceso a recursos hídricos, por ejemplo, utilizando a la naturaleza como punto de partida.

La Fundación Grupo Boticário también entiende que uno de los caminos para **promover la conservación**, es el apoyo al desarrollo de iniciativas en el área de Economía de la Biodiversidad. Otro es el incentivo a la innovación y la inversión en negocios de impacto, aquellos que generan una actividad económica sustentable y que buscan generar resultados socio-ambientales positivos, más allá del resultado financiero. En 2017, la Fundación Grupo Boticário lanzó dos publicaciones que consolidan los beneficios sociales y económicos generados por las unidades de conservación para incentivar la creación y mantención de estas áreas, y promovió el Desafío Conservación de biodiversidad y negocios, considerando tres iniciativas.



Guía para la Formulación de Políticas Públicas Estatales y Municipales de Pago por Servicios Ambientales

Guía para la valoración de los Beneficios Económicos y Sociales de las Unidades de Conservación



CONSERVAMOS EL PRESENTE

Conservación

GUÍA ESTRATÉGICO 25+

Pensar en conservación es siempre pensar en el futuro. Empezando por la actuación a largo plazo de la propia institución. A lo largo del 2017, la Fundación Grupo Boticário promovió un diagnóstico interno, involucrando también a sus partes interesadas, y este trabajo resultó en el Guía Estratégico 25+, buscando establecer una visión a largo plazo. Esta herramienta de gestión será un **instrumento para auxiliar en la toma de decisiones** a partir de una experiencia ya consolidada y de directrices claras. En este guía, la Fundación se compromete a mantenerse conectada con las novedades y tendencias, a innovar continuamente para garantizar un mayor impacto y a **mantenerse siempre proactiva** como fuente de conocimiento científico y aplicado en conservación.

INCENTIVO A LAS GENERACIONES FUTURAS

Lograr que la causa de la conservación de la naturaleza gane relevancia nacional exige ir más allá de la **participación en el desarrollo de políticas públicas** y de la actuación junto a la comunidad científica. Requiere, sistemáticamente, de la sensibilización de la sociedad como un todo, desde muy temprano. Comprometida a ayudar a **educar generaciones involucradas en la conservación de la naturaleza**, la Fundación Grupo Boticário firmó en 2017 una asociación con el Premio Joven Científico, iniciativa del Consejo Nacional del Desarrollo Científico y Tecnológico (CNPq) en conjunto con la Fundación Roberto Marinho, a favor de la promoción de la iniciación científica entre los jóvenes. Para el ciclo del 2018, el tema definido es "Innovaciones para la Conservación de la Naturaleza y Transformación Social". De las 11 líneas para la Educación Superior, nueve están relacionadas con la conservación. Y de las seis líneas para la Educación Secundaria, cinco están relacionadas con la conservación.

Para los alumnos y profesores de la Educación Primaria, lanzó la Colección Mi Ambiente, que **incluye el tema de la conservación en el contexto escolar**. Fueron desarrollados materiales didácticos adicionales exclusivos para involucrar a educadores y alumnos, para que estos se vuelvan multiplicadores de la causa y ciudadanos más conscientes. Los volúmenes para el 1º, 2º y 3º año fueron lanzados y utilizados en escuelas participantes y otros tres llegarán a las aulas en 2018.

Fundación
Grupo
Boticário de
Protección a
la Naturaleza



CONSERVAMOS EL PRESENTE

Conservación

Fundación Grupo Boticário de Protección a la Naturaleza

La Fundación también trabaja en la concientización ambiental de forma lúdica, a través de la promoción de experiencias, como en **Conexión Estación Naturaleza**, una exposición itinerante sobre conservación de la naturaleza que cerró sus actividades en 2017. Fueron **tres años** sensibilizando a los habitantes de grandes centros urbanos sobre **la importancia de la conservación**. En 2017, la exposición visitó cinco ciudades, llegando a más de dos millones de personas y recibió más de 3.600 alumnos de 84 escuelas.

+ de **2 millones**
de personas

5
ciudades



TRANSFORMACIÓN A NUESTRO ALREDEDOR

1.438

productos
lanzados

127

nuevos puestos
de venta

El compromiso con los resultados es uno de los valores del Grupo Boticário y este nace de la voluntad de **transformar el mundo de forma sustentable**, para ser referencia en la creación de valores en negocios de belleza.

En 2017, a pesar de las oscilaciones en el mercado de cosméticos - que tuvo un crecimiento pequeño del 2,8% después de dos años de caída, según la Asociación Brasileña de la Industria de Higiene Personal, Perfumería y Cosméticos (ABIHPEC) -, el Grupo Boticário creció 7,5% comparado con 2016, alcanzando una facturación de R\$ 12,3 billones. Lanzamos 1.438 productos, además de destinar el 2,5% de la facturación para Investigación y Desarrollo. Fueron abiertos 127 nuevos puestos de venta, 61 de ellos nuevas tiendas, más que el doble de lo planeado.

Este buen resultado es el fruto de una **estrategia consistente** que posiciona al cliente en el centro del proceso, gracias al sistema omnichannel, y hace avanzar nuestras operaciones a través del concepto de industria 4.0, basado en **automatización e inteligencia cognitiva**, entre otras herramientas.



TRANSFORMACIÓN A NUESTRO ALREDEDOR

Pasión por innovar



En el segundo semestre del 2017, inauguramos el Botilab, un espacio coworking en la sede de Sao José dos Pinhais (PR). Aquí, colaboradores del Grupo, startups y empresas asociadas encuentran un **ambiente moderno, que atrae la innovación** y que integra profesionales de diversas áreas en busca de ideas revolucionarias para crear valor dentro y fuera de la empresa.

La tienda Ânfora, abierta en Rio de Janeiro es un ejemplo claro de la vocación innovadora del Grupo y que presenta nuestro concepto para el futuro de la venta física al por menor, basado en la oferta de experiencias para el consumidor (*lea más en la página 28*).

En el área científica, el Grupo Boticário invierte en la **investigación de métodos alternativos** para entregar productos seguros y eficaces sin que haya necesidad de pruebas en animales. Entre las tecnologías desarrolladas con este fin están las ya consagradas piel 3D y *organs on a chip*, que simulan un órgano humano en un chip.

TRANSFORMACIÓN A NUESTRO ALREDEDOR

Inversión Social Privada

El Grupo Boticário invierte el 1% del ingreso líquido de la industria en iniciativas de educación y cultura, lideradas por el Instituto Grupo Boticário, y en **conservación de la naturaleza**, a través de la Fundación Grupo Boticário.

El Instituto Grupo Boticário **promueve la diseminación de la cultura a través de proyectos** que incentivan experiencias volteadas hacia la ampliación de la visión del mundo, valorizan las relaciones entre personas y amplían sus repertorios. La Política de Inversión Social Privada del Grupo Boticário orienta el **apoyo a espacios culturales, proyectos socioculturales y deportivos, además de la preservación de la Memoria de Grupo**. A los recursos del Instituto, se suman otros provenientes de leyes de incentivo.

En total, se llegó a más de 937.633 personas con 57 proyectos apoyados por el Instituto Grupo Boticário y fueron creados 9.995 empleos directos e indirectos. De este total, 33 proyectos están ligados a la cultura y 5 al deporte.

El programa Nuestra Memoria Organizacional, además de cuidar de la exposición Historias Grupo Boticário, cerró el 2017 con la realización de cuatro exposiciones temporarias sobre la historia y curiosidades del Grupo Boticário y más de 150.000 piezas catalogadas en el acervo.

TRANSFORMACIÓN A NUESTRO ALREDEDOR

Inversión Social Privada



ESTACIÓN
NATURALEZA
PANTANAL –
CORUMBA (MS)

17.000 visitantes
en 2017

4
exposiciones
temporarias

95%
de las escuelas de
Corumbá y Ladário
visitaron la exposición
en 2017



EXPOSICIÓN
ITINERANTE
CONEXIÓN ESTACIÓN
NATURALEZA

13 millones
de personas
impactadas en
tres años recorriendo
Brasil

20
ciudades

20 mil
alumnos
sensibilizados



ESPACIO DEL
OLFATO: UNA
EXPERIENCIA ÚNICA
Y SENSORIAL

113.634
visitantes
en 2017



TEATRO DR.
BOTICA: ABRAN
LAS CORTINAS DE
LA IMAGINACIÓN

54
presentaciones

7.459 espectadores
de septiembre a
diciembre del 2017,
en Sao Paulo (SP)

9 talleres
realizados
para celebrar el
Día de los Niños



TEATRO DE TÍTERES
DEL DR. BOTICA: UN
MUNDO LLENO DE
HISTORIAS Y FANTASÍAS
– CURITIBA (PR)

60.335
espectadores
en 2017

18
presentaciones
gratuitas e
itinerantes

316
presentaciones
realizadas en teatro
en 2017



EL MUNDO DEL
PERFUME: LA
EXPERIENCIA A
TRAVÉS DE LOS
SENTIDOS

**Catavento
Cultural**
inaugurado
en octubre del 2017,
en Sao Paulo (SP)

132.221
visitantes de
septiembre a
diciembre del 2017,
Sao Paulo (SP)

TRANSFORMACIÓN A NUESTRO ALREDEDOR



Representatividad en productos

La posición del Grupo Boticário frente a la sociedad es de un gran compromiso con la diversidad. Desde la estrategia de desarrollo de nuestros productos hasta nuestras campañas de comunicación, o sea, de una punta a otra del proceso, buscamos **valorizar la belleza de la diversidad y el poder de la convivencia entre personas diferentes.**

Lideradas por las áreas del Marketing de Productos, de Investigación y Desarrollo y de Sustentabilidad, las iniciativas de mostrar diversidad en los productos fueron importantes en 2017, ya sea en la investigación, desarrollo, comunicación, lanzamiento, fuerza de ventas o en atención al consumidor:

Investigación en Club Viva (fidelidad de O Boticário)

con muestras representativas de cada región para entender el perfil y las características físicas de los consumidores registrados, como raza o alguna discapacidad, considerando la auto-declaración.

Consultoría del contenido con investigadoras, blogueras e influencers

para la curaduría del proyecto y Taller de Co-creación.

En quem disse, berenice?

lanzamiento de productos que contemplan el 99% del espectro de tonos de piel de la población brasileña.

TRANSFORMACIÓN A NUESTRO ALREDEDOR

Proveedores

El Grupo Boticário tiene el compromiso de ejercer una influencia positiva sobre su cadena de valor y de ser reconocida como un acelerador en las transformaciones de los proveedores en emprendedores sustentables. Por eso, el Grupo trabaja junto con sus socios para impulsar la innovación sustentable en la cadena de suministro.

Iniciativas como los Programas de Evaluación y Desarrollo de Proveedores (PADF, por sus siglas en portugués) y el Programa de Asociación en Ecoeficiencia son ejemplos de cómo se realiza este trabajo.

En el PADF, activo hace 21 años, las empresas proveedoras son evaluadas en aspectos relacionados a los negocios, incluyendo la sustentabilidad, que tiene un peso relevante en la nota final. A lo largo del proceso, reciben feedbacks sobre su desempeño y son orientadas acerca de las **mejores políticas y prácticas** para incentivar sus indicadores. Aquellas que logran presentar los mejores resultados, de forma consistente, son reconocidas por el Grupo, incluyendo una categoría específica sobre Sustentabilidad.


Los procesos de **gestión del agua, de la energía, de los desechos y las emisiones** son temas prioritarios en el desarrollo de los proveedores y tienen un gran peso en su evaluación anual. En casos extremos, la falta de conformidad puede llevar a la reprobación del proceso y por lo tanto, a la exclusión del proveedor. El seguimiento se hace continuamente en reuniones y acuerdos semanales.

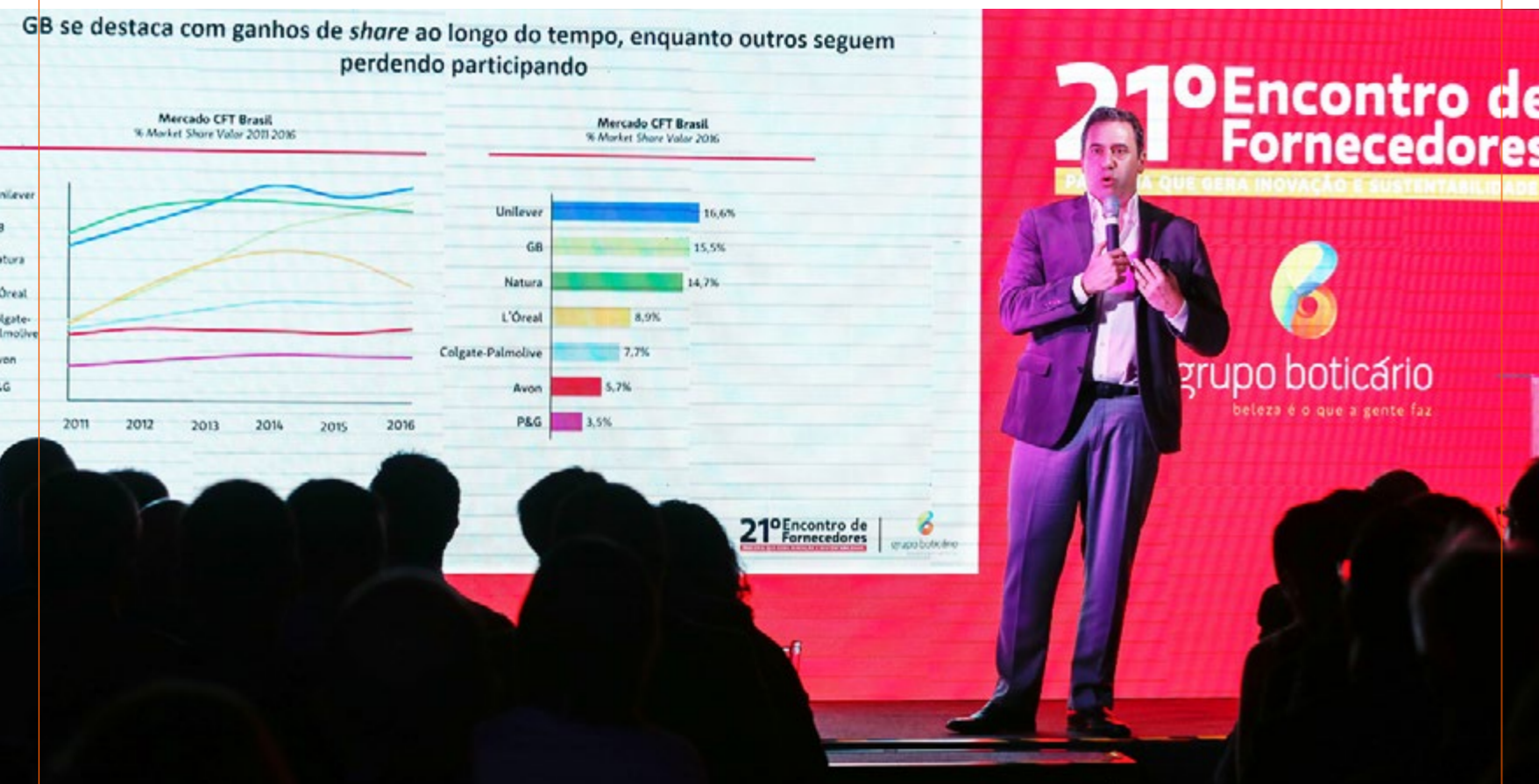
Cada falta de conformidad ambiental y social detectada resulta en un plan de acción para el desarrollo del proveedor. Anualmente, formulamos un parecer individual sobre la operación de cada socio, identificando **oportunidades y reducción de riesgos**, y compartimos la devolutiva del PADF en las reuniones: en 2017, 100% de los proveedores estratégicos y relevantes (74 socios) participaron de estos encuentros. El seguimiento ocurre continuamente en reuniones semanales.



TRANSFORMACIÓN A NUESTRO ALREDEDOR

Proveedores

 **115**
líderes presentes
en el Taller de
Proveedores



Artur Grynbaun en el Encuentro de Proveedores

 **88%**
compromiso de
los proveedores

De un total de 343 proveedores sujetos a la evaluación en 2017, 101 directos y 66 indirectos fueron sometidos a las **evaluaciones de impacto ambiental**. Los 74 proveedores considerados estratégicos pudieron realizar su auto-evaluación online.

Desde 2015, el Programa de Asociación en Ecoeficiencia involucra a los nuevos socios en la implementación de **proyectos para la reducción del consumo de agua, energía, emisiones de gases de efecto invernadero y gestión de desechos**. Durante el proyecto, el proveedor recibe una consultoría técnica gratuita e indicaciones de puntos de mejoras. Los proveedores, por su lado, asumen el compromiso de realizar los planes, parcial o integralmente, con un seguimiento trimestral.

La expectativa del Grupo es que para el 2020 se involucre al 100% de los proveedores estratégicos en el Programa de Asociación en Ecoeficiencia, considerando el año 2017 como base.

En 2017, el trabajo realizado con 10 proveedores en 12 plantas permitió un ahorro de 43.400 m³ de agua, el equivalente a 17 piscinas olímpicas; 10.300 MWh de energía eléctrica, equivalente al consumo de 9 mil personas; 41 toneladas de CO₂ e, un volumen correspondiente a 115 viajes de Camaçari (BA) a Sao José dos Pinhais (PR). Este desempeño evitó costos de cerca de R\$ 3,5 millones.

Otro dato notable del año fue la realización del Taller de Proveedores, volteado hacia la comunicación de los principales ejes para el próximo año en **innovación y sustentabilidad**. La edición del 2017 contó con la presencia de 115 líderes y un índice de 88% en compromiso de los proveedores. Cerca de 17 mil personas fueron alcanzadas en las redes sociales y hubo 4,7 mil vistas de la transmisión online del Taller.

TRANSFORMACIÓN A NUESTRO ALREDEDOR

Prácticas de compra

El Grupo Boticário tiene entre sus objetivos de sustentabilidad llegar a la marca de R\$ 2 billones en compras sustentables para el 2024, por eso busca restablecer **asociaciones consistentes** con sus proveedores, directos e indirectos.

En 2017, el Grupo Boticário se relacionó con 214 proveedores activos directos y 3.491 indirectos. A lo largo del año, 29 nuevas empresas pasaron a formar parte de la categoría de proveedores directos y 1.423 indirectos.

De los proveedores de materiales directos, 60% están en el Estado de Sao Paulo, 20% en Estados



de la región Sur de Brasil y aproximadamente 6% en Bahia. El resto está en los demás Estados de Brasil y en el exterior. Entre los proveedores de materiales y servicios indirectos, 44% se encuentran en Paraná, 37% en el Estado de Sao Paulo y 6,5% en Bahia. Los demás proveedores están en otros Estados del país y 0,8% en el exterior.

Las compras de materiales directos del Grupo Boticário totalizaron R\$1,5 billones en 2017. Cerca del 90% de estas compras fueron realizadas a **proveedores distribuidos dentro del territorio brasileño**. El 10% restante están en empresas



en **Europa, Asia u otros países de América**. Estos materiales pueden ser divididos en accesorios, materias primas, fragancias, plásticos, vidrios, papeles, metales, maquillajes, válvulas y terceros.

Las compras de materiales indirectos alcanzaron R\$1,9 billones y 99% de ellas se hicieron en territorio nacional. Entre los ítems considerados indirectos están los materiales y servicios administrativos, facilities, flotas, RH, TI, capacitación, auditoría, consultoría y construcción civil, entre otros.

VALORAMOS A QUIEN ESTÁ CON NOSOTROS

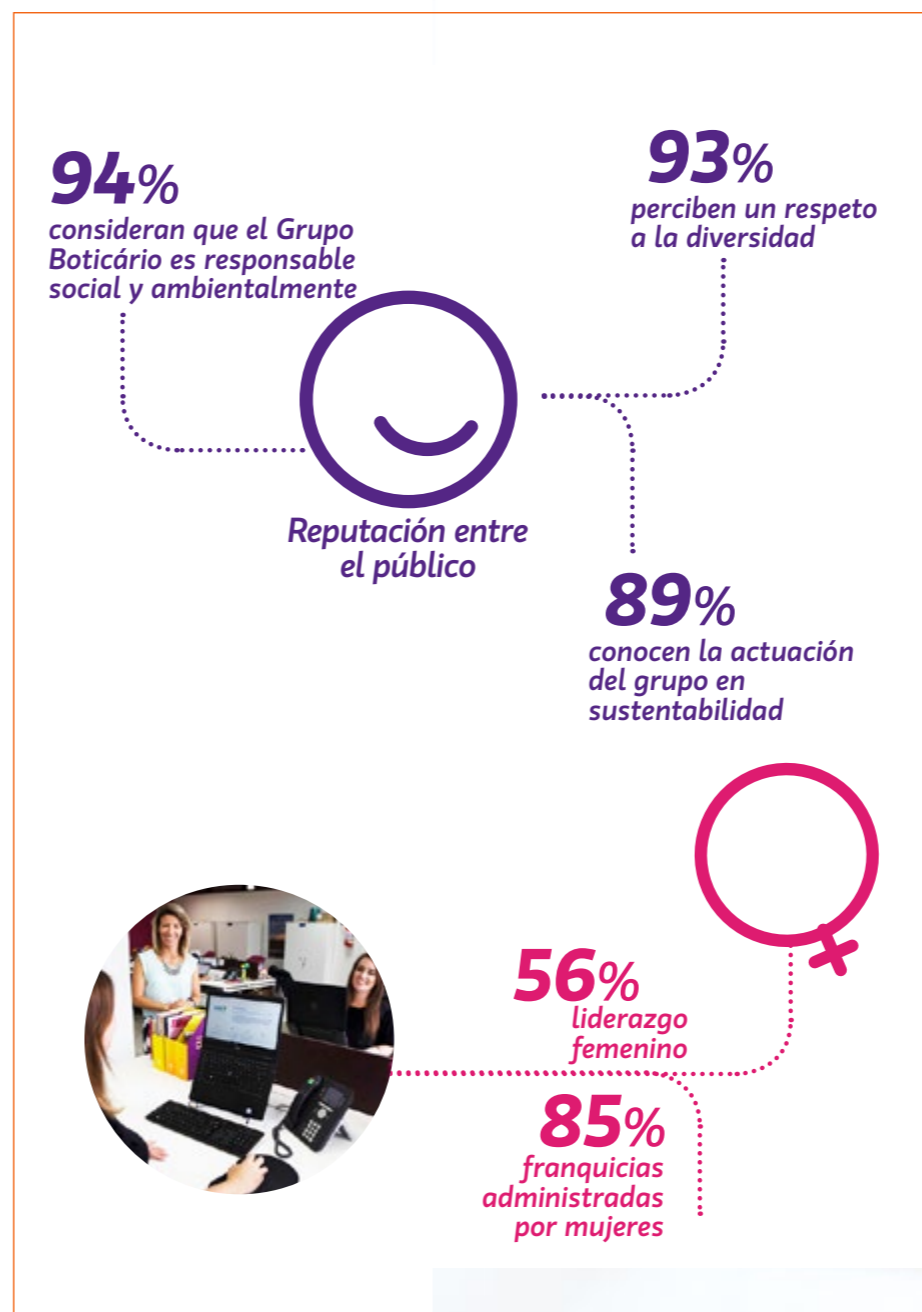
El **Grupo Boticário** tiene entre sus valores corporativos la **valorización de las personas y de las relaciones**. Esta es una de las fuerzas que nos han hecho llegar hasta aquí. Creemos en el potencial de quien forma parte de nuestro equipo y valoramos el papel de cada uno en la construcción de nuestro futuro. Hemos concentrado esfuerzos para dar prestigio a la **diversidad** en todos nuestros públicos – atracción y retención de talentos en la relación con el consumidor – pues, entendemos que en ella está la **innovación y la pluralidad de ideas** para la **construcción** de una sociedad más justa y sustentable.

Este compromiso llevó al **Grupo Boticário** a estar entre las **150 mejores empresas para trabajar en Brasil** por cuarto año consecutivo, seleccionadas por la revista *Você S/A*, y también entre las mejores para empezar una carrera.

Desde el primer día de trabajo, se presentan nuestros valores a cada uno de nuestros colaboradores pues de este modo, cuenta con una estructura de apoyo que lo ayuda a potencializar sus entregas cotidianas. También hay prácticas específicas de liderazgo – nuestro gran **canal de compromiso** – como el Foro de Gestión, donde los temas de sustentabilidad y responsabilidad social corporativa están siempre presentes, ampliando el conocimiento y sensibilizando al público.

Como resultado, nuestros colaboradores están comprometidos y evalúan muy bien nuestro desempeño en sustentabilidad. Según una investigación interna, 94% consideran al **Grupo Boticário** responsable socialmente y ambientalmente; 93% perciben nuestro compromiso con **el respeto a la diversidad**; y 89% dicen conocer la actuación del Grupo Boticário en Sustentabilidad.

En los diferentes puntos de nuestra cadena de valor, buscamos también abrir espacio para prácticas de **empoderamiento de la mujer**, pues entendemos nuestro papel en el segmento donde actuamos. Nos enorgullecemos de tener un 56% de mujeres en posiciones de liderazgo y un 86% de nuestras franquicias que son administradas por mujeres. También resaltamos dos preocupaciones especiales con todos nuestros públicos: la educación corporativa y la evaluación del desempeño.



VALORAMOS A QUIEN ESTÁ CON NOSOTROS

Diversidad y empoderamiento de la mujer

Promover la equidad siempre fue una prioridad aquí en el Grupo Boticário: tanto para nuestro público interno como para la cadena de valor, queremos ser una influencia positiva en la sociedad en este tema para que puedan ser multiplicadores de actitudes positivas. Deseamos que todos puedan entender que cada uno tiene un papel y una contribución a dar para que vivamos en una sociedad más justa y equitativa.

Trabajamos diligentemente para mejorar nuestras prácticas dentro de casa, ofreciendo **oportunidades iguales** para todos, independientemente de cualquier característica individual. Realizamos un monitoreo trimestral de los indicadores de diversidad para identificar oportunidades de acción.

Progresivamente, queremos materializar esta creencia en la comunicación de nuestras marcas, valorando aspectos de representatividad, tanto de personas como de momentos reales. Promovemos campañas internas para la sensibilización sobre el tema entre nuestros colaboradores y realizamos **capacitaciones y entrenamientos** de los equipos de Comunicación y Marketing y de todo el alto directivo sobre sesgos inconscientes y adecuación de las campañas publicitarias.

Estas iniciativas están alineadas con los compromisos a los que nos identificamos, nacionales y globales, como los Principios de Empoderamiento de Mujeres (WEPs, por sus siglas en inglés) de las Naciones Unidas y el Programa Pro-Equidad de Género y Raza de la Secretaría Especial de Políticas para las Mujeres, en nuestras campañas de comunicación (externas e internas) y en la gestión de la compañía, para **garantizar la libertad de**

pensamiento y de expresión entre nuestros colaboradores, así como en las prácticas de contratación y selección.

En 2017, realizamos nuestro primer censo interno de **identidad de género y orientación sexual**, con el objetivo de levantar datos que nos permitan evaluar la representatividad de diversos grupos dentro del universo de nuestros colaboradores. El cuestionario fue respondido de forma voluntaria y aplicado de manera a garantizar el **respeto a la privacidad** de los que respondieron.

También merecen ser mencionadas las iniciativas como las conferencias sobre **empoderamiento de la mujer** en eventos, para debatir y promover el tema entre nuestros stakeholders y la sociedad.

Nuestra actuación resultó en el reconocimiento del Grupo Boticário por el Foro de Mujeres Líderes, en asociación con la revista Exame, como 1º lugar en Monitoreo de la Equidad de Género en la edición 2017. También fuimos reconocidos como una de las 30 empresas que más estimulan, a través de prácticas y de políticas, la **diversidad de género en todos los niveles jerárquicos** de las empresas en América Latina.



VALORAMOS
A QUIEN ESTÁ
CON NOSOTROS

Una mirada diferente



Para ampliar la **participación de los líderes** con los temas de diversidad, fue realizada en 2017 una capacitación sobre **Sesgos Inconscientes** para todo el equipo directivo. El objetivo era **sensibilizar** y **concientizar** sobre la parcialidad y los prejuicios en cuanto a personas que tienen perfiles o comportamientos diferentes a los nuestros. Se abordaron cinco aspectos:

Sesgo CONFIRMATORIO

Quando sólo buscamos reafirmar nuestras propias ideas, en vez de escuchar y comprender opiniones diferentes. Está relacionado con el hecho de observar más de cerca a una persona de la cual desconfiamos, más que a otras personas con las que no tenemos ningún prejuicio al respecto.



Sesgo de AFINIDAD

Es la tendencia a que nos gusten más aquellas personas que se parecen a nosotros.



Sesgo del EFECTO DE GRUPO

Es la tendencia a seguir el comportamiento de un grupo, aún estando en desacuerdo, para evitar un choque de ideas.



Sesgo del EFECTO AUREOLA

Quando usamos un aspecto de la persona que nos gusta y consideramos que todo lo que ella hace está bien, sin un juicio crítico.



Sesgo de la PERCEPCIÓN

Es cuando una persona tiene las mismas capacidades para ejecutar cualquier función, pero es desconsiderada por el estereotipo que tenemos sobre el grupo al que ella pertenece.

Nuestra capacitación utiliza como referencia a la ONU Mujeres:
http://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2016/04/Vieses_inconscientes_16_digital.pdf

VALORAMOS
A QUIEN ESTÁ
CON NOSOTROS

Unidades más accesibles



Realizamos un diagnóstico de accesibilidad en la fábrica de **Camaçaro (BA)** y en el **CD de Sao Gonçalo dos Campo (BA)** para mapear todos los puntos que necesitamos adaptar para garantizar la total accesibilidad a nuestros sitios, un proyecto que deberá estar terminado para finales del 2018.

La iniciativa está inspirada en las adaptaciones que ya se hicieron en Sao José dos Pinhais, instaladas y utilizadas con **éxito por colaboradores y visitantes con necesidades especiales.**



VALORAMOS A QUIEN ESTÁ CON NOSOTROS

Educación corporativa: aprendiendo cada día

Entendemos que la **multiplicación del conocimiento** es un proceso estratégico que, para que funcione, necesita ser responsabilidad de todos nuestros colaboradores. Para garantizar este movimiento, el Grupo Boticário promueve programas y acciones de desarrollo y capacitación que buscan incentivar lo aprendido, desarrollar aptitudes, estimular el **autodesarrollo de los colaboradores**, influenciar el desarrollo y **fortalecer la cultura inclusiva y de respeto**, que es nuestra característica.

Entre nuestras principales herramientas de educación corporativa están las **capacitaciones y acciones de desarrollo**, como los programas de Coaching y Business Partner, además del Complemento Educativo, que consiste en el pago parcial de cursos técnicos, licenciaturas o posgrados para colaboradores.

En 2017, fueron más de 130 mil horas de capacitación, un número casi 40% mayor al del 2016, y que abarca todos los niveles funcionales. Durante el año, se sumaron cerca de 30 nuevos títulos de capacitación online, además de la actualización de los caminos de desarrollo que ya existían. Entre las novedades se encuentra el inicio del programa “Escuela de Mercado y Comercio Minorista”, con el objetivo de **concentrar esfuerzos en todas las áreas de la empresa** – desde el corporativo hasta el operacional – ubicando al consumidor al centro de las prácticas.

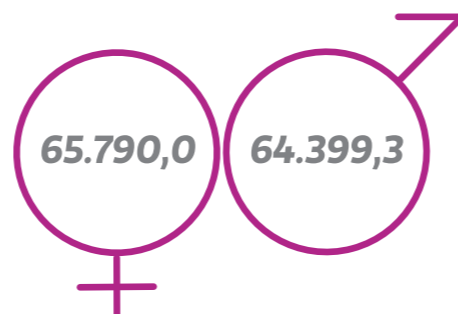
Número total de horas de capacitación por categoría [GRI 404-1]

6.675,5	Ejecutivos	44,8
17.660,2	Coordinación	58,9
4.496,3	Supervisores	33,3
55.970	Téc. Especializados	31,1
9.169,9	Técnicos	29,8
10.014,8	Administrativos	12,5
23.769,5	Operacionales	16,9
1.298,5	Pasantes	18,3
1.135,5	Joven Aprendiz	7,9
130.189,3	TOTAL	25,4

Promedio de horas de capacitación por empleado



Total de horas de capacitación por género



VALORAMOS
A QUIEN ESTÁ
CON NOSOTROS

Evaluación de desempeño

[GRI 404-3]

El Grupo Boticário cree en el **reconocimiento y la premiación por mérito**, conducido por nuestro programa de Gestión del Desempeño, que considera los resultados generados por el colaborador, **independientemente de género, raza, edad o cualquier otra característica individual**.

Los resultados generados por este proceso funcionan como nortes para nuestras prácticas de gestión de personas (gestión de talentos, proceso de sucesión, movimiento salarial y desarrollo, entre otras), siempre en acuerdo con nuestros valores y compromisos, tales como **representatividad, diversidad, integridad y valoración de personas**. Es importante resaltar que, entre las aptitudes evaluadas en los gestores, está la **valoración de las diferencias** como palanca en el desarrollo de una carrera, tanto dentro de la empresa y como un factor de competitividad en el mercado.



Total de colaboradores evaluados (2017)

Administrativos	615	21%
Coordinación	276	10%
Ejecutivos	129	4%
Expert	4	0%
Supervisores	101	4%
Téc. Especializados	1.519	53%
Técnicos	232	8%
Operacional*	1.317	99%
TOTAL	4.193	

* Con base en el total de colaboradores (1.331)



ÍNDICE GRI Y ANEXOS

ÍNDICE GRI Y ANEXOS



Para leer este informe

[GRI 102-40, GRI 102-42 a 102-44,
GRI 102-46, GRI 102-47, GRI 102-54]

El Grupo Boticário presenta la edición de su informe de sustentabilidad referente al año 2017. Para este año, por primera vez, el informe fue preparado de acuerdo con GRI Standards: opción esencial.

Como en otros años, el contenido de la publicación estuvo dividido en dos aspectos: las actividades del Grupo Boticário a lo largo del año, y los temas materiales de organización y de los principales públicos con los que se relaciona. A partir de esta edición, nuestro informe también busca avanzar en la integración de sus acciones ambientales, sociales y de gobierno y en el desempeño financiero, con el objetivo de aclarar el valor que generamos para nuestras partes interesadas.

El contenido de este año presenta las actividades del grupo a partir del tema “El Valor de la belleza transforma el mundo a nuestro alrededor”, que orienta y da unidad a las informaciones presentes. Esta narrativa está subdividida en dos partes: institucional – que presenta al grupo, sus empresas y productos – y “Construimos el futuro hoy”, un conjunto de cuatro capítulos que presentan nuestro desempeño, formas de gestión y metas para los próximos años.

Materiality and indicators

En el proceso de adaptación a la nueva metodología de la Global Reporting Initiative, que incentiva el enfoque en temas, aspectos e indicadores realmente materiales de nuestra operación y de la relación con nuestras partes interesadas, hicimos una nueva revisión y priorizamos dos aspectos esenciales del relato, siempre con base en los temas materiales que son apuntados en la Agenda Estratégica de Sustentabilidad del Grupo Boticário y que son confirmados anualmente a través de consultas.

En 2016, esta revisión se hizo gracias a la realización de una investigación en reputación, que escuchó a más de 1.500 personas, distribuidas entre los principales públicos de interés del Grupo Boticário: colaboradores, franquiciados, universitarios, proveedores, gobierno y órganos reguladores, prensa y asociaciones.

Al final del proceso, fueron definidos 15 temas críticos de sustentabilidad, con base en riesgos y oportunidades para la empresa a corto, medio y largo plazo, así como los temas prioritarios para las partes interesadas, que constituyen la matriz de materialidad del Grupo Boticário, todos con prioridad alta:

- Desarrollo de las comunidades; •Desarrollo de la cadena de proveedores;
- Sustentabilidad en la red de franquicias; •Utilización de materiales sustentables en las tiendas; •Desecho, reciclaje y recolección de envases; •Utilización de recursos naturales renovables; •Reducción del consumo de recursos;
- Empoderamiento Femenino

A partir de esta lista definimos los aspectos materiales previstos en la metodología GRI y que aquí son contados y tienen sus indicadores presentes en esta publicación. Por otro lado, otros temas no previstos entre los indicadores y temas de GRI están contemplados. Esto posibilita una visión detallada de cómo el Grupo Boticário trabajó para hacer una gestión y operación más sustentables, creando valor para sus partes interesadas sin descuidar su compromiso con el planeta y la generaciones futuras.

ÍNDICE GRI Y ANEXOS

Verificación externa

[GRI 102-56]

El Grupo Boticário sometió su Informe de Sustentabilidad a verificación externa para darle más credibilidad al proceso.

La verificación externa fue realizada nuevamente por la Profesora Dra. Priscila Borin Claro, Doctora en Administración, Ambiente y Desarrollo de la Universidad Federal de Lavras, Profesora del Insper, donde es responsable por el Núcleo de Estudios en Medio Ambiente y Centros Urbanos, y Co-Chair de PRIME/ONU Brasil. La verificación se hizo tomando en cuenta el GRI Standards. La verificación se limita al informe final presentado en anexos (tablas de indicadores GRI materiales). El proceso de evaluación involucró un análisis general del informe, en relación al contexto y a las estrategias de sustentabilidad, incluyendo pruebas de materialidad y contenidos de las respuestas a los indicadores GRI seleccionados. Fueron utilizados los siguientes criterios: representatividad e inclusión de stakeholders, integralidad, objetividad, claridad, equilibrio entre evidencias cuantitativas y cualitativas, amplitud temporal y la integralidad de las respuestas. Las principales conclusiones fueron:

Contexto de Sustentabilidad, Materialidad e Inclusión y Stakeholders

El informe deja claro cómo el Grupo Boticário contribuye, gracias a sus negocios y estrategias, para el desarrollo ambiental, social y económico a nivel local, regional y nacional en toda la cadena de valor. Todavía en contexto, el formato del informe permite un entendimiento de los resultados alcanzados, de las estrategias que fueron instauradas y de las metas futuras en relación al desempeño deseado. Un avance en el informe de este año ha sido la presentación detallada de la investigación realizada para la prueba de materialidad, los resultados obtenidos y los grupos de stakeholders involucrados. El tamaño y la diversidad de la muestra garantizan representatividad e inclusión de los diferentes grupos de stakeholders en la investigación.

Objetividad, Claridad y Comparabilidad

Escoger el GRI Standard tuvo una influencia positiva en el formato del informe. Las respuestas a los indicadores son objetivas y al mismo tiempo, completas. Las informaciones específicas sobre los aspectos materiales pueden ser fácilmente encontrados por los stakeholders, principalmente en las figuras, tablas, esquemas y textos resaltados. El cuerpo de este informe presenta informaciones claras y en lenguaje accesible para un público especialista, con representación de desempeño a

través de indicadores intuitivos.

Existe un esfuerzo evidente en desarrollar un informe integrado. O sea, es evidente cómo las cuestiones relacionadas a la sustentabilidad ambiental y social se relacionan con los negocios del Grupo Boticário. Para facilitar todavía más el entendimiento del desempeño del Grupo a lo largo del tiempo, el informe presenta también, para la gran mayoría de los indicadores específicos, los desempeños pasados. Esto permite una evaluación comparativa. Lo ideal es expandir esta buena práctica para todos los indicadores. El informe podría traer informaciones sobre ejemplos de empresas o proyectos que son benchmarks en los aspectos materiales para los negocios del Grupo, como sugiere el GRI Standards. Este punto podría ser implementado en informes futuros con el objetivo de favorecer todavía más el criterio de comparabilidad.

Equilibrio, Exactitud e Integralidad

La tabla GRI y el texto presentan las respuestas a los indicadores cualitativos y cuantitativos sobre el desarrollo de la sustentabilidad del Grupo. El informe presenta algunos resultados negativos, por ejemplo, en el consumo de agua. Pero más importante que reportar el resultado negativo (aumento en el consumo de agua), el informe presenta justificativas y estrategias futuras para reducir el problema.

Los análisis cualitativos son consistentes con los indicadores cuantitativos disponibles. En general, el informe cumple los requisitos de publicación de alcances, límites de los aspectos y descripción detallada del periodo para los indicadores seleccionados.

Conclusiones

El informe se encuadra dentro del GRI Standard, opción “Esencial o Core” de las directrices.

El informe presenta, de forma cualitativa y detallada, la posición, las estrategias, los resultados y las metas futuras del Grupo Boticário en relación a la Sustentabilidad, así como los límites de actuación priorizados por los diferentes stakeholders. Como desarrollos futuros, se sugiere que el Grupo demuestre su compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sustentable (ODS) de la ONU, alineando las que han sido buenas prácticas corporativas en Brasil y en el Mundo, relacionadas a la Sustentabilidad.



Priscila Borin de Oliveira Claro

São Paulo, Agosto de 2018

ÍNDICE GRI Y ANEXOS

Tabela GRI

Ítem de divulgación	Página / respuesta	Omisión	Principios del Pacto Global
GRI 101: Fundamentos 2016			
GRI 102: Divulgaciones generales 2016 – Perfil de la Organización			
102-1 Nombre de la organización	4		
102-2 Actividades, marcas, productos y servicios	4		
102-3 Localización de la casa matriz	4		
102-4 Localización de las operaciones	4		
102-5 Naturaleza de la propiedad y forma legal	4		
102-6 Mercados servidos	4		
102-7 Dimensiones de la organización	4		
102-8 Informaciones sobre empleados y otros trabajadores	4		3
102-9 Cadena de proveedores	9		
102-10 Cambios significativos en la organización y en su cadena de proveedores	10 - 15		
102-11 Abordaje del principio de precaución	65 (Nota I)		
102-13 Participación en asociaciones	65 (Nota II)		
GRI 102: Divulgaciones generales 2016 – Estrategia			
102-14 Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones en la organización	7 - 8		
GRI 102: Divulgaciones generales 2016 – Ética e integridad			
102-16 Valores, principios, estándares y normas de comportamiento	5		10
GRI 102: Divulgaciones generales 2016 – Gobierno			
102-18 Estructura de gobierno	19		
GRI 102: Divulgaciones generales 2016 – Compromiso de las partes interesadas			
102-40 Lista de grupos de stakeholders	62		
102-41 Acuerdos de negociación colectiva	65 (Nota III)		
102-42 Identificación y selección de stakeholders	62		
102-43 Abordaje para comprometer stakeholders	62		
102-44 Principales temas y preocupaciones levantados	62		

Ítem de divulgación	Página / respuesta	Omisión	Principios del Pacto Global
GRI 102: Divulgaciones generales 2016 – Prácticas de relato			
102-45 Entidades incluidas en las demostraciones financieras consolidadas	10-15		
102-46 Definición del contenido del informe y sus límites	62		
102-47 Lista de temas materiales	62		
102-48 Reformulación de informaciones	No hubo		
102-49 Alteraciones en el informe	No hubo		
102-50 Periodo cubierto en el informe	1º de enero del 2017 a 31 de diciembre del 2017		
102-51 Fecha del informe más reciente	30 de junio del 2017		
102-52 Ciclo de reporte	Anual		
102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe	66		
102-54 Opción de acuerdo con el Padrón GRI	62		
102-55 Sumario del contenido GRI	64-66		
102-56 Aseguración externa	63		
GRI 302: Energía 2016			
103-1 Explicación del tema material y sus límites	37-38		
103-2 Forma de gestión y sus componentes	37-38		
103-3 Evolución de la forma de gestión	37-38		
302-3 Intensidad energética	37		7, 8 y 9
302-5 Reducciones en los requisitos energéticos de productos y servicios	38		7, 8 y 9
GRI 303: Agua 2016			
103-1 Explicación del tema material y sus límites	36		
103-2 Forma de gestión y sus componentes	36		
103-3 Evolución de la forma de gestión	36		
303-1 Retirada de agua por fuente	36		7 y 8
303-3 Agua reciclada y reutilizada	36		7 y 8

ÍNDICE GRI Y ANEXOS

Tabela GRI

Ítem de divulgación	Página / respuesta	Omisión	Principios del Pacto Global
GRI 305: Emisiones 2016			
103-1 Explicación del tema material y sus límites	38		
103-2 Forma de gestión y sus componentes	38		
103-3 Evolución de la forma de gestión	38		
305-1 Emisión directas de gases de efecto invernadero (GEI) (Alcance 1)	39		7 y 8
305-2 Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (GEI) (Alcance 2)	39		7 y 8
305-3 Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (GEI) (Alcance 3)	39		7 y 8
305-4 Intensidad de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI)	39		7 y 8
GRI 404: Capacitación y educación 2016			
103-1 Explicación del tema material y sus límites	59 - 60		
103-2 Forma de gestión y sus componentes	59 - 60		
103-3 Evolución de la forma de gestión	59 - 60		
404-1 Promedio de horas de capacitación por año por empleado	59		
404-3 Porcentaje de empleados que reciben regularmente análisis de desempeño y de desarrollo de carrera	60		
GRI 416: Salud y seguridad del cliente 2016			
103-1 Explicación del tema material y sus límites	24 - 25		
103-2 Forma de gestión y sus componentes	24 - 25		
103-3 Evolución de la forma de gestión	24 - 25		
416-1 Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos para los cuales son evaluados impactos en la salud y seguridad en busca de mejoras	25		
416-2 Número total de casos de inconformidad con regulaciones y códigos voluntarios relacionados a los impactos causados por productos y servicios en la salud y seguridad durante su ciclo de vida, discriminados por tipo de resultado	25		

Ítem de divulgación	Página / respuesta	Omisión	Principios del Pacto Global
GRI 417: Etiquetas de productos y servicios 2016			
103-1 Explicación del tema material y sus límites	24 - 26		
103-2 Forma de gestión y sus componentes	24 - 26		
103-3 Evolución de la forma de gestión	24 - 26		
417-1 Tipo de informaciones sobre productos y servicios exigidos por los procedimientos de la organización referente a informaciones y etiquetas de productos y servicios, y porcentaje de categorías significativas sujetas a estas exigencias	26		

Nota 1

El principio de la precaución guía las actividades del grupo con acciones preventivas para proteger la salud de los involucrados y el medio ambiente. Asimismo, existen acciones de preservación de áreas y reservas naturales y por la protección de las especies gracias a la Fundación Grupo Boticário de Protección a la Naturaleza. La aplicación del principio de precaución es esencial en la toma de decisiones del GB y sirve como base para la ejecución de muchos proyectos y actividades. Aunque no existan evidencias que establezcan una relación entre la actividad y sus efectos, el GB se anticipa y busca un tratamiento, tomando las medidas necesarias para impedir que ocurra un impacto negativo.

Nota II*

Asociación Brasileña de Anunciantes (ABA); Asociación Brasileña de Comunicación Empresarial (ABERJE); Asociación Brasileña del Embalaje (ABRE); Asociación Brasileña de Franchising (ABF); Asociación Brasileña de Industrias de Higiene Personal, Perfumería y Cosméticos (ABIHPEC); Asociación Brasileña de Propiedad Intelectual (ABPI); Asociación Brasileña de Recursos Humanos (ABRH); Asociación de Usuarios de Informática y Telecomunicación de Paraná (Sucesu-PR); Cámara Americana de Comercio para Brasil (Amcham Brasil); Centro de Estudios en Sustentabilidad (GVces) de la Fundación Getulio Vargas (FGV-EAESP)- Empresas por el Clima e Innovación y Sustentabilidad en la Cadena de Valor; Confederación Nacional de la Industria (CNI); Consejo Empresarial Brasileño para el Desarrollo Sustentable (CEBDS); Consejo Ciudadano Empresarial de Paraná (FIEP); Comité de Responsabilidad Social (FIEB); Endeavor Paraná; GHG Protocol; Grupo Informal de Empresas sobre Expatriación (GAE); Grupo de Profesionales del Medio Ambiente de las Industrias de Paraná (GPMAI); Grupo de Institutos, Fundaciones y Empresas (GIFE); Instituto Akatu; Instituto Brasileño de Inteligencia de Mercado (IBRAMERC); Instituto para el Desarrollo de Comercio Minorista (IDV); Instituto Ethos; Junior Achievement; Red Empresarial Brasileña de Evaluación de Ciclo de Vida; Red Nacional de Métodos Alternativas (RENAMA); SBMalt; Sociedad Brasileña de Métodos Alternativos.

Nota III

100% de los empleados son alcanzados por las convenciones colectivas de trabajo de cada localidad, ocurre lo mismo con acuerdos colectivos de trabajo relativos al programa de participación de resultados y banco de compensación de horas para el 95% de los equipos administrativos.

Coordinación
Grupo Boticário

Edición, contenido, design e indicadores
Approach Comunicação

Editora-ejecutiva
Monique Cardoso

Directora de arte
Karina Rohde

Proyecto Gráfico y Diagramación
Tati Rivoire

Consultoría GRI
Marcelo Vieira

Fotografía
Banco de imágenes Grupo Boticário



grupo boticário
beleza é o que a gente faz

Sugerencias, críticas y elogios pueden ser enviados por e-mail a
sustentabilidade@grupoboticario.com.br