

RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2017
GRUPO BOTICÁRIO

O VALOR
DA BELEZA
TRANSFORMA
O MUNDO AO
NOSSO REDOR



INSTITUCIONAL

O FUTURO A GENTE CONSTRÓI HOJE

ÍNDICE GRI E ANEXOS

NOSSA VISÃO DE FUTURO | O PRESENTE A GENTE CONSERVA | TRANSFORMAÇÃO AO NOSSO REDOR | VALORIZAMOS QUEM ESTÁ CONOSCO

INTRODUÇÃO

ORIENTADOS PELO PROPÓSITO

MAPA

MENSAGEM DO FUNDADOR

MENSAGEM DO CEO

CICLO SUSTENTÁVEL DE VALOR

NOSSAS MARCAS

SUSTENTABILIDADE NOS NEGÓCIOS E DOS NEGÓCIOS

GOVERNANÇA CORPORATIVA

ÉTICA E INTEGRIDADE

RELAÇÕES INSTITUCIONAIS

ECOEFICIÊNCIA

ÁGUA E EFLUENTES

ENERGIA

EMISSÕES

RESÍDUOS

CONSERVAÇÃO

PAIXÃO EM INOVAR

INVESTIMENTO SOCIAL PRIVADO

REPRESENTATIVIDADE NOS PRODUTOS

FORNECEDORES

PRÁTICAS DE COMPRA

INOVAÇÃO PARA OFERECER MELHORES ESCOLHAS

SUSTENTÁVEL POR DENTRO E POR FORA

PONTO DE VENDA

INICIATIVAS RECONHECIDAS

A BELEZA É PARA TODO MUNDO

TUDO O QUE A GENTE FAZ DE BOM RETORNA PARA A GENTE

AÇÕES 2017

PARA LER ESTE RELATÓRIO

MATERIALIDADE E INDICADORES

VERIFICAÇÃO EXTERNA

ÍNDICE GRI

DIVERSIDADE E EMPODERAMENTO DE MULHERES

UM OUTRO OLHAR

UNIDADES MAIS ACESSÍVEIS

COMPOSIÇÃO DOS GRUPOS RESPONSÁVEIS PELA GOVERNANÇA

EDUCAÇÃO CORPORATIVA: APRENDENDO A CADA DIA

AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO



No Grupo Boticário, mantemos a crença em um Brasil que dá certo. Somos todos empreendedores.

O Boticário

Produtos naturais

+ de **4 mil** lojas e quiosques, além da presença em farmácias e multimarcas

1.750 cidades do Brasil

40 toneladas de matérias-primas

colaboradores **10 mil** diretos **30 mil** indiretos

+ de **300 milhões** de itens produzidos em 2017

R\$ **3,4** bilhões em compras

3,5 mil fornecedores **90%** nacionais

12 países

R\$ **12,3** bilhões faturamento

O VALOR DA BELEZA TRANSFORMA O MUNDO AO NOSSO REDOR

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

Por meio de nossas marcas, dialogamos com nossos consumidores e parceiros e compartilhamos a visão de converter desafios em oportunidades.

Buscamos ser um agente gerador de desenvolvimento nos mercados em que atuamos.

Somos **empreendedores**, sonhamos alto e trabalhamos todos os dias para construir um legado para as pessoas e para a sociedade. Com um modelo de atuação de multinegócios, o Grupo Boticário se tornou, em quarenta anos, a **maior rede de franquias em cosméticos do mundo**, e reúne as marcas O Boticário, Eudora, *quem disse, berenice?*, The Beauty Box e, mais recentemente, MultiB e Vult.

Por meio de nossas marcas, dialogamos com nossos parceiros e consumidores e compartilhamos a visão de **converter desafios em oportunidades**. Nossos mais de 10 mil colaboradores fazem chegar a clientes no Brasil e em outros 12 países as mais de 300 milhões de unidades produzidas nos segmentos de perfumaria, cosméticos e higiene pessoal.

Em abril de 2018, concretizamos a compra da marca Vult, alinhada a um movimento de aumentar ainda mais o nosso alcance no cenário nacional. A marca complementa o portfólio de beleza e traz oportunidades significativas para o negócio, com o fortalecimento da nossa presença e atuação em todo o Brasil.

Nossas marcas, cada uma com sua personalidade, compartilham os valores praticados pelo Grupo Boticário. Mantemos, pelos nossos canais de venda e por todos os pontos de contato, um relacionamento próximo, respeitoso e de troca com nossos consumidores. Para isso, buscamos entender suas demandas e comportamentos e, principalmente, corresponder àquilo que eles esperam de nós.

Com um modelo de negócio que vai da fabricação ao varejo, passando pela distribuição, cuidamos para que nossa **cadeia de valor esteja em sintonia com as melhores práticas**.



Nosso desenho de produção e venda procura sempre as melhores práticas de qualidade e inovação, em um **ambiente de trabalho saudável** para nossos colaboradores, gerando valor para nossa cadeia de valor. Este modelo busca **reduzir os impactos negativos para o meio ambiente** e aumentar os impactos positivos para as pessoas.

As empresas do Grupo Boticário são pessoas jurídicas de capital fechado e, por filosofia, seguem as melhores práticas de gestão e governança corporativa. Têm por premissa não colocar a competitividade acima da qualidade de seus produtos e serviços nem de sua responsabilidade com o meio ambiente e de seu papel na sociedade. Buscamos ser um agente **gerador de desenvolvimento** nos mercados em que atuamos.

Temos mais de 4 mil pontos de venda, em 1.750 municípios brasileiros, cobrindo todos os Estados. Recebemos nossos clientes em lojas próprias, franquias, quiosques e também por meio de e-commerce e pela venda direta por catálogos – a **Loja de Bolsa** em O Boticário e o **Guia de Eudora**. Firmamos parcerias com grandes varejistas para aumentar nossa capilaridade, e hoje as marcas do Grupo Boticário estão presentes em diversas redes de farmácias e lojas multimarcas.

Nossas unidades fabris estão baseadas em São José dos Pinhais (PR) e em Camaçari (BA). Os Centros de Distribuição estão estrategicamente localizados em Registro (SP), São Gonçalo dos Campos (BA) e Serra (ES). Nossas unidades administrativas ficam em Curitiba (PR), onde o grupo é sediado, em São Paulo (SP) e em escritórios na Colômbia e em Portugal.

O VALOR
DA BELEZA
TRANSFORMA
O MUNDO AO
NOSSO REDOR

Orientados pelo propósito

[GRI 102-16]



Fundado em 1977, o Grupo Boticário trabalha orientado por um propósito: **a beleza transformar a vida de cada um para assim transformar o mundo ao nosso redor**. Para nós, o conceito geração de valor passa pela busca pelo bom desempenho que gera resultados para nossos acionistas, parceiros comerciais e franqueados, mas que tem como premissa a **transformação das pessoas, da realidade em que vivemos e da sociedade**, por meio da beleza.

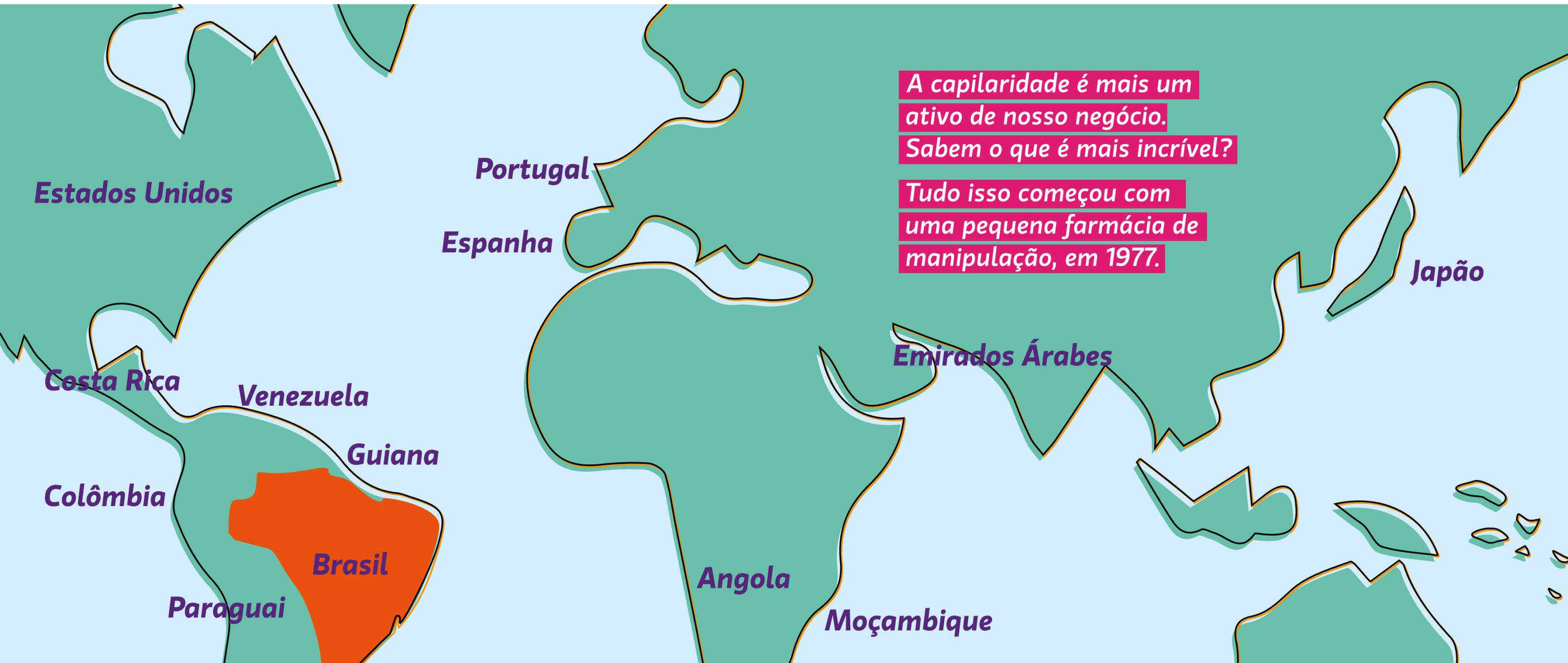
Nosso propósito nos lembra onde queremos chegar como grupo multinegócios. O Código de Conduta orienta nossos colaboradores, parceiros e demais partes interessadas sobre o que esperamos em atitudes e comportamentos para alcançar o desempenho almejado.

Nosso propósito

Criar oportunidades para a beleza transformar a vida de cada um e assim transformar o mundo ao nosso redor

Nossos valores

Comprometimento com os Resultados, Integridade, Valorização das Pessoas e das Relações e Paixão pela evolução e desafios.



Setores atendidos

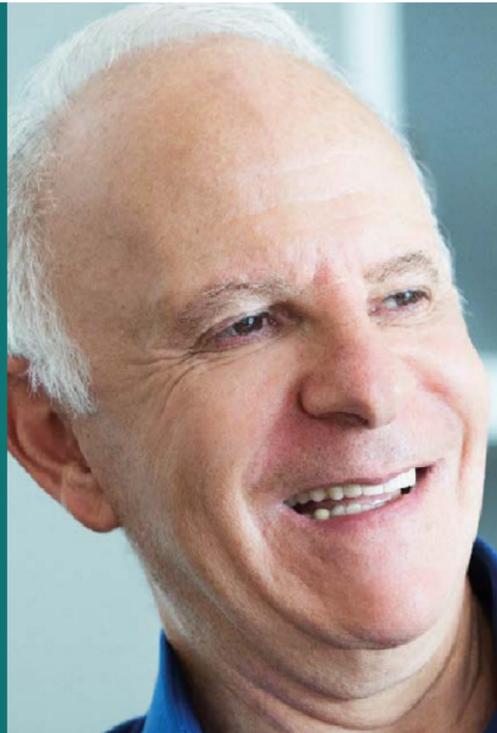
Perfumaria
Cosméticos
Higiene pessoal

Tipos de clientes

Infantil
Jovens e adultos
atendemos a todos os gêneros

Marcas





PALAVRA DO FUNDADOR

Miguel Krigsner

Fundador de O Boticário e Presidente do Conselho de Administração do Grupo Boticário

SUSTENTABILIDADE É UM EXERCÍCIO CONTÍNUO

[GRI 102-14]

A crença de que a beleza transforma o mundo nos trouxe até aqui, e acredito que é ela que vai nos levar além. Esse poder de transformação tem se refletido, desde o início de nossa história, com nossas primeiras lojas e franquias, em uma visão que se apoia no empreendedorismo e na parceria. Crescemos mais porque crescemos juntos e contribuímos para a sociedade, pois temos um propósito comum.

A cada ano, renovamos nosso compromisso com a sustentabilidade. Por isso acompanhamos e medimos nosso desempenho quanto ao uso de recursos materiais e naturais, como você pode ver neste relatório. Mas é importante entender que, quando falamos em sustentabilidade, estamos pensando no futuro do nosso negócio, das pessoas e do planeta.

O mundo mudou e tem mudado cada vez mais rápido. Vemos isso com muito bons olhos. Nossa opção sempre foi a de, juntamente com nossos parceiros, nos adaptarmos à mudança sem renunciar aos nossos valores. Pelo contrário, são eles que nos tornam capazes de também sermos agentes de transformação. Sabemos que todos os momentos de mudança são uma oportunidade de inovar, num ciclo contínuo de aprendizado.

Observamos as novas demandas da sociedade em atitudes, diversidade e inclusão e trazemos nossos colaboradores e clientes para fazer a diferença junto com a gente. Estamos atentos às mudanças climáticas e ao uso racional de recursos naturais, pois nos sentimos responsáveis pela terra que nos alimenta, nos dá trabalho e que chamamos de casa.

Essa postura faz do Grupo Boticário uma organização aberta à criatividade, à inovação e ao relacionamento, o tripé que sustenta essa nossa capacidade de dialogar com a sociedade de maneira positiva e colaborativa, e de encontrar oportunidades para construir valor para o país, para a economia, mas, antes de qualquer coisa, para as pessoas. Nossos investimentos pioneiros na Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza e, mais recentemente, no Instituto Grupo Boticário, nos ajudam a levar nossos valores e ideias para além dos muros de nossas unidades.

Este é o Grupo Boticário do qual eu tenho orgulho de ter criado e fundado e que quero que vocês conheçam um pouco mais nas próximas páginas.

Boa leitura!



PALAVRA DO CEO

Artur Grynbaum
Presidente do Grupo Boticário

O COMPROMISSO E A CORAGEM DE SEGUIR EM FRENTE

[GRI 102-14]

Os valores do Grupo Boticário naturalmente nos conduzem à busca de resultados sustentáveis e da promoção da beleza como elemento de transformação do mundo. A cada ano, nossos desafios, esforços e iniciativas são motivados por esse propósito. Por isso, compartilhar o Relatório de Sustentabilidade do Grupo Boticário com os nossos públicos de relacionamento e com a sociedade em geral não apenas é o resultado do nosso compromisso com a transparência, mas, acima de tudo, é um momento de extrema satisfação, uma verdadeira celebração das nossas conquistas.

Para o nosso Grupo, que nasceu e se desenvolveu com a vocação de fazer do empreendedorismo a sua principal ferramenta de superação, os desafios de uma economia que ainda está longe de se recuperar totalmente da crise nos exigem uma postura atenta e coragem para seguir investindo não apenas nos negócios, mas nas pessoas e no meio ambiente.

Apesar das dificuldades econômicas enfrentadas no país, atuamos com otimismo e determinação para alcançar, em 2017, o crescimento de 7,5% em nosso faturamento, o dobro do setor e muito acima da média nacional. Pretendemos seguir da mesma forma para vencer os desafios de 2018, um ano com perspectiva positiva, mas que inspira cuidados pelo cenário eleitoral e pelos efeitos da crise econômica dos últimos anos.

Aqui no Grupo Boticário, observamos uma melhoria crescente em nosso desempenho em ecoeficiência e seguimos no esforço de partilhar com nossos fornecedores esses valores, ferramentas. Como resultado, o nosso Programa de Parceria em Ecoeficiência permitiu a economia de água, energia, recursos financeiros e a redução das emissões de carbono em nossa cadeia de valor.

Mais recentemente, já em 2018, assumimos juntamente com outras empresas, o compromisso de promover maior eficiência hídrica em nossas operações e potencializar as iniciativas conduzidas pela Fundação Grupo Boticário, por meio do Compromisso Empresarial para a Segurança Hídrica. Nosso objetivo é demonstrar, como maior rede de franquias em cosméticos do mundo, que é possível crescer utilizando os recursos naturais de forma sustentável.

O respeito, a inclusão e a diversidade pautam nosso relacionamento com as pessoas. Colaboradores, clientes, comunidades e os outros públicos com quem nos relacionamos encontram no nosso jeito de fazer e de falar o compromisso em avançarmos juntos na direção não apenas de empresas, mas de toda uma sociedade mais plural e igualitária.

[GRI 102-9]

RECURSOS

RESULTADOS

financeiro

- 12,3 bi de faturamento em 2017.
- Crescimento de 7,5% em relação a 2016.

manufaturado

- Fábricas em Camaçari (BA), São José dos Pinhais (PR).
- Centros de distribuição em Curitiba (PR), Registro (SP), Serra (ES), Colômbia e Portugal.
- Escritórios em Curitiba (PR), São Paulo (SP), Colômbia e Portugal.
- 6 marcas com mais de 4 mil pontos de venda com práticas sustentáveis.
- Atuação multicanal (venda direta, lojas, e-commerce).
- Teatro Dr. Botica em São Paulo-SP e em Curitiba (PR), O Mundo do Perfume em São Paulo (SP), Estação Pantanal em Corumbá (MT).

natural

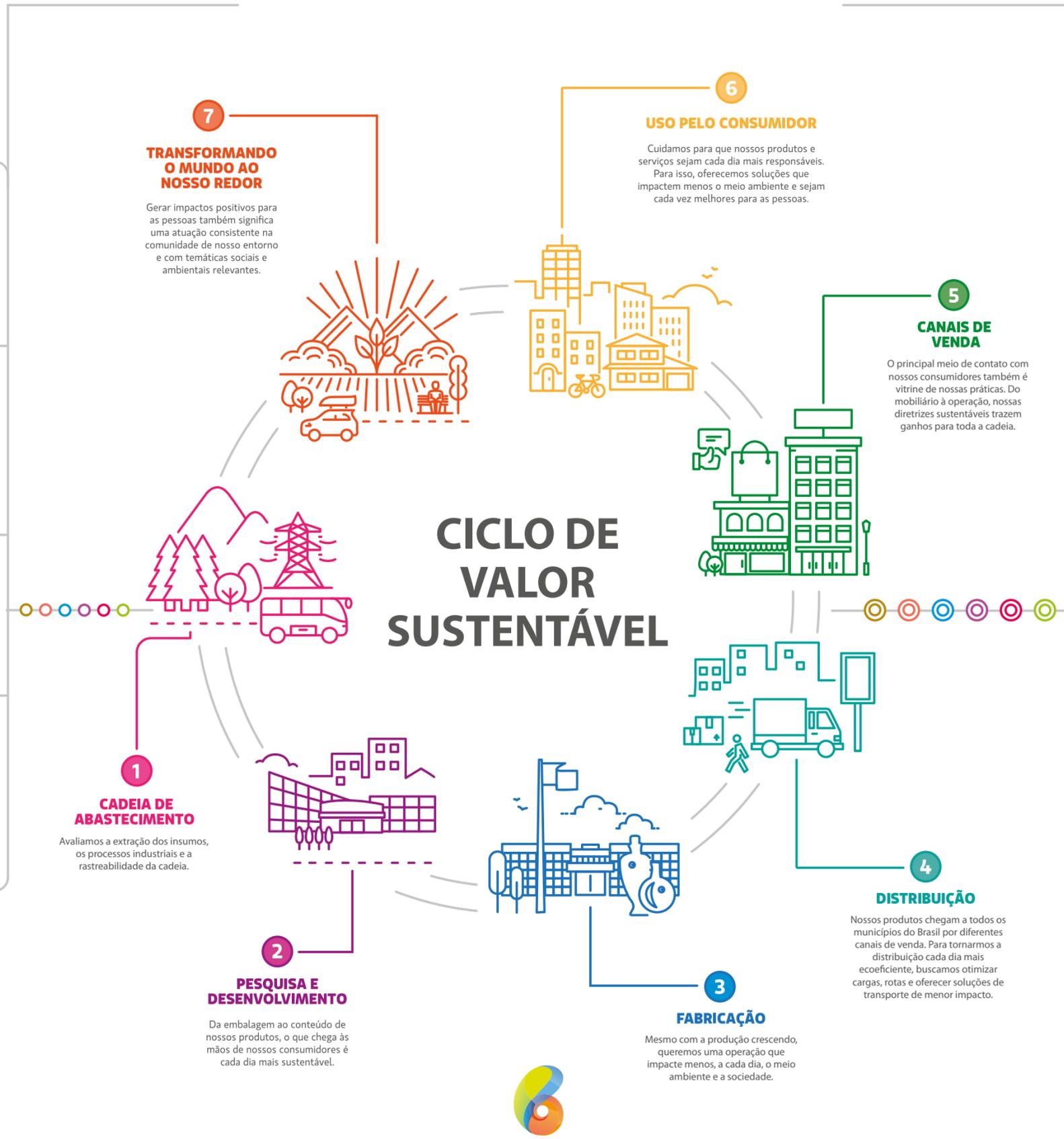
- 189 mil m³ de água.
- 40 toneladas de matérias-primas para fabricação de produtos.

intelectual

- Centro de P&D em São José dos Pinhais.
- E-commerce omni-channel.
- Botilabs.
- Patentes, grupos de pesquisa, inovação aberta, artigos científicos, financiamento em pesquisa e desenvolvimento.
- 2,5% do faturamento investido em Pesquisa e Desenvolvimento.

social / relacionamento

- 4º lugar no Ranking Geral da Merco e 2º lugar no Ranking de Responsabilidade Social e Governança da Merco.
- Instituto Grupo Boticário, desde 2004.
- Programa de Avaliação e Desenvolvimento de Fornecedores: 100% dos fornecedores estratégicos (74) participaram de encontros do programa e 343 estão sujeitos à avaliação.



financeiro

- Crescimento acima da média do setor e do PIB.
- Maior rede de franquias de cosméticos do mundo.
- Entre os 5 maiores varejistas do Brasil.
- Presença em farmácias.

manufaturado

- 300 milhões de produtos fabricados anualmente.
- + de 700 itens de nossas marcas próprias foram desenvolvidos com critérios de sustentabilidade. Até 2024, 100% dos produtos lançados terão atributos sustentáveis em suas embalagens e formulações.
- Testes de ecotoxicidade em 100% de novas matérias-primas presentes em produtos enxaguáveis.

natural

- Até 2024, 50% da água que utilizamos em nossas fábricas e centros de distribuição será de reúso ou da chuva. Hoje, esse número é 20%.
- Pioneira na fabricação de hidratantes corporais a frio, que reduzem o consumo de energia elétrica em 70%.
- 11 mil hectares protegidos pela Fundação Grupo Boticário nas reservas da Serra do Tombador e de Salto Morato.
- 50% de redução de emissões relativas de GEE nas fábricas (em relação a 2008)

intelectual

- Livros, patentes, programas - P&D.
- Fórum de materiais controversos.
- Pioneirismo em métodos alternativos, como Pele 3D e organs-on-chip
- Memória Organizacional - referência em organização e preservação da nossa história, assim como preservação da história da perfumaria brasileira.

humano

- Diversidade e empoderamento feminino (49% dos líderes da empresa são mulheres).
- Estamos entre as três Melhores Empresas para se Trabalhar no setor de Bens de Consumo.

social / relacionamento

- Mais de 45h dos executivos como porta-vozes em eventos de sustentabilidade e diversidade.
- Fundação Grupo Boticário influenciou 13 políticas em 2017.
- 57 projetos apoiados pelo Instituto Grupo Boticário, impactando 937.633 pessoas e gerando 9.995 empregos.
- Nível de engajamento dos fornecedores, avanço no desempenho, reconhecimento das práticas e resultados de ecoeficiência. Já desenvolvemos 10 parceiros (1%) e, até 2020, chegaremos a 100%.
- Reciclagem de Embalagens: 33 cooperativas parceiras e mais de 1.000 pessoas beneficiadas pela geração de renda.
- Formatura IFBA: mais de 400 mulheres formadas nos cursos de estética em parceria com o Instituto Federal da Bahia.

O VALOR
DA BELEZA
TRANSFORMA
O MUNDO AO
NOSSO REDOR

Nossas marcas



oBoticário



Eudora



quem disse, berenice?



THE beauty BOX



multi B
beleza em todas as marcas



multi B

O VALOR DA BELEZA TRANSFORMA O MUNDO AO NOSSO REDOR

Nossas marcas

oBoticário



O **Boticário** está presente na vida dos brasileiros há mais de **40 anos** e temos conquistado a confiança de consumidores em mais 11 países desde 1980. Em 2017, lançamos um novo conceito de ponto de venda, a **Loja Ânfora**, no Rio de Janeiro, cujos atributos de sustentabilidade permitem economia de 63% de energia. Nossa rede com mais de 3.700 pontos de venda nos permite manter o maior programa de logística reversa do Brasil, em números de pontos de coleta, e lojas cada dia mais acessíveis. Nosso portfólio de produtos conta com mais de 850 itens e seguimos **inovando na sustentabilidade** em formulações, processos produtivos, embalagens e distribuição, com destaque para as linhas **Floratta, Zaad, Malbec e Nativa Spa**.


-63%
de consumo de energia na nova loja


3.700
pontos de venda no Brasil

+ de **850**
produtos no portfólio

Sustentabilidade

Floratta Zaad Malbec Nativa Spa



O VALOR DA BELEZA TRANSFORMA O MUNDO AO NOSSO REDOR

Nossas marcas

Eudora



Eudora acredita que a beleza traz **confiança e inspiração** para cada mulher chegar lá e fazer a vida acontecer. Nasceu como uma startup multicanal e hoje é uma das **principais marcas de beleza do Brasil** na venda direta e com lojas próprias, quiosques e e-commerce. A marca do Grupo Boticário quer levar seus mais de 600 produtos para fazerem parte das suas trajetórias, de forma que eles sejam um dos estímulos para que ela conquiste, cada vez mais, os seus objetivos.

O uso de **plástico vegetal** em embalagens de produtos como a ampola Reconstrói, da linha Siège, e de fabricação a frio de produtos cremosos, como a base líquida Skin Perfection, empoderam nossas Representantes a levar a sustentabilidade como item que agrega valor para suas clientes.



46

Espaços da Representante



15

Quiosques

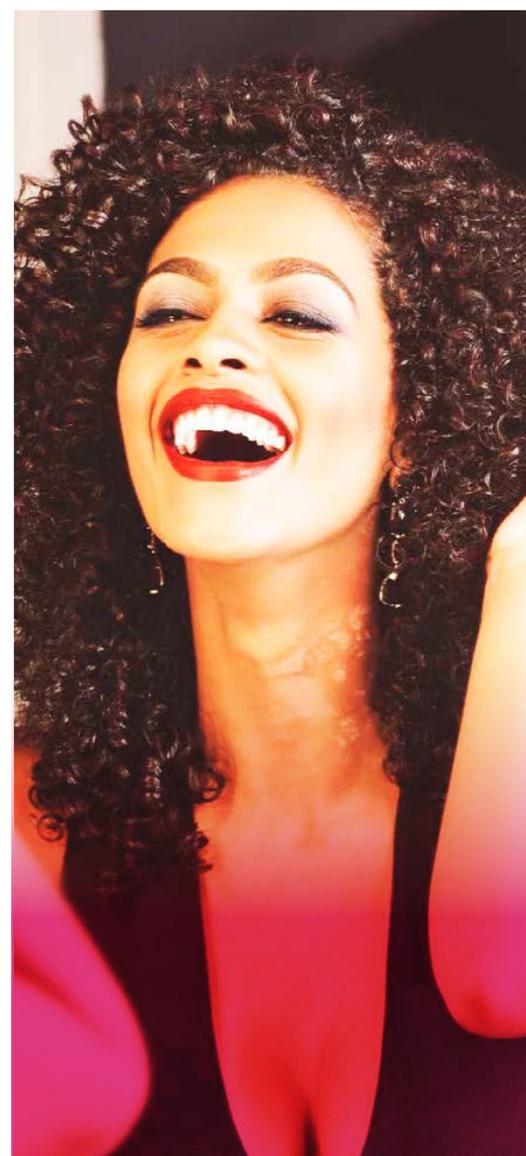


O VALOR
DA BELEZA
TRANSFORMA
O MUNDO AO
NOSSO REDOR

Nossas marcas



Com cinco anos de existência, a marca segue **inspirando mulheres** a serem livres para se sentirem mais bonitas e experimentarem diferentes possibilidades. Em 2017, **quem disse, berenice?** ganhou 292 novos espaços, entre novas lojas próprias e pontos de venda em farmácias. O uso de papel e **plástico reciclados e plástico vegetal** nas embalagens dos produtos levaram mais sustentabilidade para nossas consumidoras em diversos itens de maquiagem e cabelo. Vencedora de prêmios de **embalagem sustentável**, nossa paleta de sombras em refil é queridinha de nossas consumidoras.

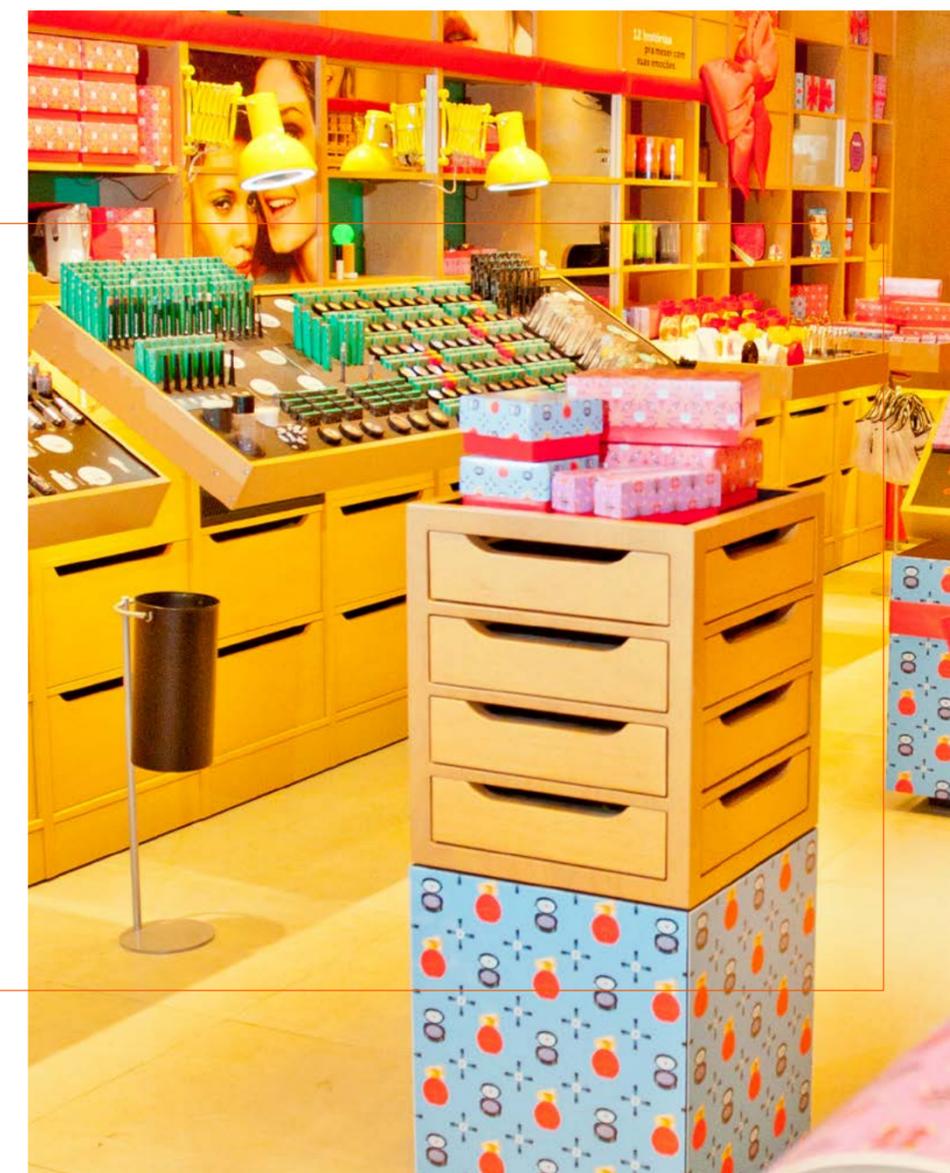


000000
292

novos pontos
de venda



embalagens premiadas
por atributos
de sustentabilidade



O VALOR
DA BELEZA
TRANSFORMA
O MUNDO AO
NOSSO REDOR

Nossas marcas

THE
beauty
BOX



000000



47

novos pontos
de venda



+ 100

marcas nacionais
e importadas



Maior varejo multimarca de beleza premium do Brasil, com 47 lojas em 9 estados, **The Beauty Box** oferece mais de 100 marcas internacionais a seus consumidores. A entrada da Gosh Copenhagen, marca **socialmente responsável** que conta com uma linha totalmente vegana, marcou o primeiro semestre de 2018.

A marca conta ainda com um e-commerce com recursos de acessibilidade, o #ParaCegoVer em todos os posts da marca no Instagram e a iniciativa "Sustenta+Beauty" que promove a **reciclagem de embalagens** da marca própria em troca de um produto novo.



O VALOR
DA BELEZA
TRANSFORMA
O MUNDO AO
NOSSO REDOR

Nossas marcas



foco no varejo
multimarcas



e em
travel retail

Novidade de 2017, a **Multi B** é a marca da unidade de negócios do Grupo Boticário que reforça a estratégia de diversificação de canais. É responsável por atender o **varejo multimarcas**, ou seja, farmácias, redes seletivas, lojas de departamento e *travel retail*. Distribui com **exclusividade** no mercado brasileiro marcas internacionais como *Revlon*, *Australian Gold*, *Bio-Oil*, *Nuxe*, *Lee Stafford* e *Sinfulcolors*, e de marcas proprietárias do grupo, como quem disse, *berenice?* e *Eudora*.

multi 
beleza em todas as marcas

vult 



Adquirida pelo grupo em 2018, é uma marca em constante busca pela **mudança e transformação**, conectada com as grandes tendências. **Líder em maquiagem em farmácias e lojas multimarcas**, está presente em mais de 35 mil pontos de venda por todo o Brasil, do pequeno ao grande varejo, além de quiosques próprios.

"Vult complementa o nosso portfólio e fortalece o nosso negócio, que é multimarca e multicanal", afirmou o presidente do Grupo Boticário, Artur Grynbaum, em nota.

"A nossa união à uma empresa **referência e de sucesso** como o Grupo Boticário fortalece a marca. Seguiremos na empresa para alavancar nosso crescimento nos próximos anos", afirmaram os fundadores da Vult, Murilo Reggiani e Daniela Cruz.

**Presente em mais
de 35 mil pontos
de venda por todo
o Brasil**

O VALOR
DA BELEZA
TRANSFORMA
O MUNDO AO
NOSSO REDOR

Sustentabilidade nos negócios e dos negócios



Há muito entendemos, como empresa, que a **sustentabilidade** de nossos negócios exige que adotemos as **melhores práticas de produção**, operação e comercialização. Assumimos, como grupo, o papel de gerar transformação na sociedade, **contribuindo para o crescimento do negócio e para a preservação do meio ambiente**, considerando os desafios futuros. Neste caminho, a sustentabilidade pauta nossas decisões em todos os processos, a partir da alta gestão do grupo até o ponto de venda e na relação com nossos consumidores.

Nas reuniões com o Conselho de Administração, a liderança de Sustentabilidade e Assuntos Institucionais rotineiramente apresentam os principais projetos e iniciativas a serem debatidos com o conselho. As decisões são tomadas com participação ativa da alta liderança, que atua como corresponsável por manter os aspectos de sustentabilidade transversais a toda a cadeia, de forma 360°.



Adotamos, em 2012, nosso posicionamento em sustentabilidade, que vale para toda a nossa operação, nas diferentes unidades de negócio, de forma a melhor orientar a implementação constante e crescente de medidas necessárias para melhorar nossos impactos sociais e reduzir os impactos ambientais nos negócios, em suas respectivas cadeias de valor e na sociedade.

Este documento traz **metas** para o ciclo de vida de nossos produtos, para os pontos de venda, em logística reversa, e para os indicadores ambientais água, emissões, resíduos e energia. Também dá os direcionadores para **melhoria de indicadores sociais**, observando em especial a **igualdade de oportunidades em gênero e raça**. A plataforma já passou pelo ciclo de desenvolvimento entre 2013e 2015, compilando os resultados deste primeiro triênio, e atualmente está na fase de evolução dos planos de ação para atingimento das metas, que se concluirão em 2024 (*leia mais em **O presente a gente conserva**, na página 34*). Todos os projetos ou processos em andamento em qualquer das etapas produtivas consideram aspectos de sustentabilidade.

O VALOR
DA BELEZA
TRANSFORMA
O MUNDO AO
NOSSO REDOR

Sustentabilidade nos negócios e dos negócios

Fundação
Grupo
Boticário
de Proteção
à Natureza



22 políticas públicas influenciadas de **conservação da natureza**, incluindo a criação de 6 unidades de conservação

Lançamento do **Guia de Valoração para Unidade de Conservação para inclusão em plano de manejo**

Pagamento de **Serviços ambientais**: lançamento do **Guia de Políticas Públicas Estaduais e Municipais**

17 novas espécies descritas só em 2017

Coleção Meio Ambiente

3 mil professores envolvidos

73 mil alunos impactados

8 estados

Criada em 1990, a **Fundação Grupo Boticário** é uma das primeiras instituições do Brasil ligadas à iniciativa privada para promover e realizar ações de conservação da natureza.

Sua primeira atuação foi com o apoio a ações e pesquisas científicas em prol da biodiversidade brasileira. Somando as 30 iniciativas apoiadas em 2017, já são 1.528 projetos e programas apoiados, consolidando a Fundação como uma das principais financiadoras de projetos ambientais do país. Há quase três décadas é seu papel **sensibilizar a sociedade sobre os assuntos de cunho ambiental e promover ações pela preservação.**

A Fundação atua em todas as regiões do Brasil, por meio de projetos apoiados e ações próprias. Mantém as Reservas Naturais da Serra do Tombador (GO) e de Salto Morato (PR), conservando mais de 11 mil hectares de Cerrado e Mata Atlântica, os dois biomas mais ameaçados do país. Trabalhando em rede e fomentando **estudos sobre biodiversidade**, a Fundação já catalogou, ao longo de seus anos de trabalho, mais de 150 novas espécies na fauna e flora brasileira.

Entre seus focos de trabalho está a promoção de **políticas públicas nacionais** de conservação. Tudo isso para mostrar que o meio ambiente não é só uma inspiração, mas uma razão para um futuro mais sustentável para todos (*conheça os principais resultados da Fundação na página 42*).

O VALOR DA BELEZA TRANSFORMA O MUNDO AO NOSSO REDOR

Sustentabilidade nos negócios e dos negócios

Instituto Grupo Boticário



O Instituto Grupo Boticário acredita que a arte é capaz de nos **transformar** e nos **conectar** com a verdadeira essência da beleza. Por meio da Política de Investimento Social Privado do Grupo Boticário e de destinação de recursos via leis de incentivo, o Instituto patrocina **projetos culturais, sociais e de esporte** e iniciativas voltadas à **preservação da memória** organizacional do grupo (leia mais sobre os projetos do Instituto na página 46).

O VALOR
DA BELEZA
TRANSFORMA
O MUNDO AO
NOSSO REDOR

Governança corporativa

[GRI 102-18]

O Conselho de Administração do Grupo Boticário é a mais alta esfera de liderança da organização. É formado por sete integrantes de renome no mercado e com expertise em suas áreas de atuação, que **se reúnem bimestralmente**. São integrantes do Conselho o CEO e sócio do grupo, uma integrante do sexo feminino, um sócio controlador do sexo feminino, um sócio controlador e quatro conselheiros independentes. O mandato dos conselheiros é anual, sendo **eleitos** em reunião de sócios.

É responsabilidade do Conselho definir todos os direcionadores estratégicos, os quais devem ser seguidos pelo Comitê Executivo (presidente e vice-presidentes) no **propósito, visão e missão, estratégia, políticas e metas** do Grupo Boticário e suas unidades de negócio. O Conselho de Administração tem atuado junto aos negócios, participando dos comitês consultivos e dos **fóruns trimestrais de gestão**, que contam com a participação dos gerentes e diretores do Grupo Boticário.

Atualmente, o grupo conta com cinco comitês consultivos – Comitê de Riscos e Auditoria, Comitê de Conduta, Comitê de Planejamento e Estratégia, Comitê de Remuneração e Comitê de Segurança da Informação. O objetivo dos comitês é **analisar e fazer recomendações** em matérias estratégicas para os negócios do grupo.

GESTÃO DE RISCOS OPERACIONAIS E CORPORATIVOS

[GRI 102-11]

Os riscos estratégicos são avaliados anualmente pelo Conselho de Administração, que é assessorado pelo Comitê de Riscos e Auditoria, responsável pela revisão do processo de gerenciamento dos riscos da organização. Este comitê se reúne com frequência bimestral e por convocações extraordinárias para avaliar e monitorar os temas de sua competência. As agendas do Comitê de Riscos e Auditoria são pré-definidas e contemplam os temas de **gestão de riscos, do ambiente de controles internos e das auditorias internas e externas** do Grupo Boticário.

Como indústria que movimenta matérias-primas, pessoas, recursos e serviços para produzir mais de 300 milhões de unidades por ano e manter uma cadeia logística e de varejo que chega a 1.750 municípios por meio de franquias, lojas próprias, quiosques, revendedores e presença de mercado na rede de farmácias, o Grupo Boticário **analisa continuamente seus riscos**, considerando os aspectos que podem impactar os processos e a estratégia dos negócios.

Todos os riscos são gerenciados sob os aspectos financeiros, econômicos, operacionais, sociais e ambientais. Cada risco possui um responsável “risk owner”, que efetivamente realiza a gestão, monitoramento, elaboração de planos de ação e a implementação de controles e ferramentas preventivas.

Em 2017, foi realizada a primeira avaliação do Conselho de Administração do Grupo Boticário. Os principais tópicos analisados foram os processos de trabalho, a interação entre os integrantes do conselho, atuação estratégica, governança, aspectos de liderança e de cultura. O processo foi formado por uma etapa de autoavaliação de cada integrante e a avaliação global de atuação feita pelos conselheiros e pelo Presidente do Conselho de Administração. Nesta etapa foram avaliados os resultados, principalmente na esfera financeira, social e ambiental. Os inputs da avaliação contribuíram para que o grupo continuasse a manter um ambiente sadio e transparente para os negócios.

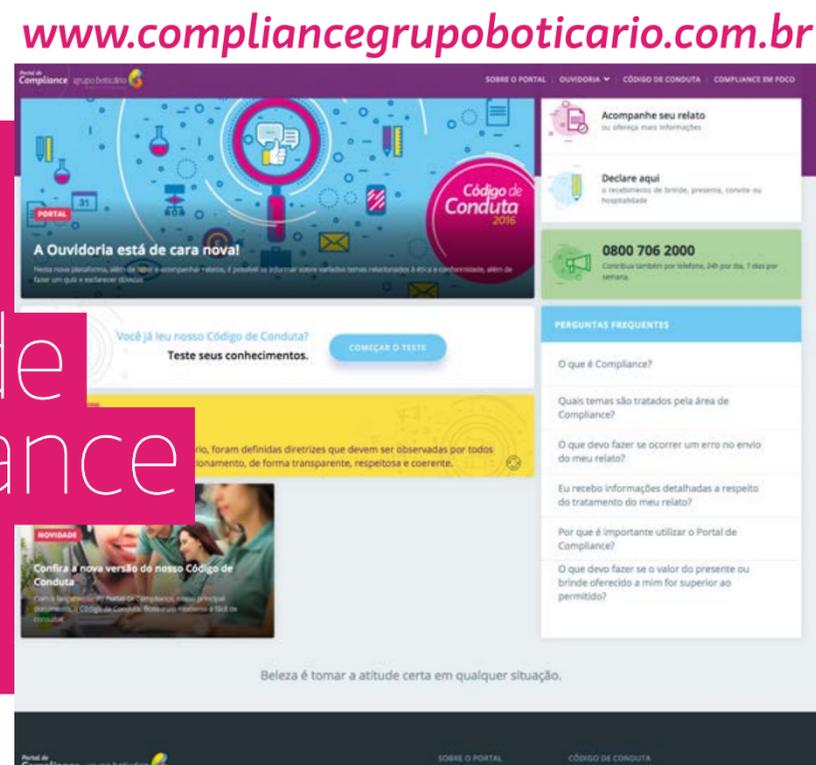
O VALOR
DA BELEZA
TRANSFORMA
O MUNDO AO
NOSSO REDOR

Ética e integridade

Compartilhamos com nossas partes interessadas instrumentos para que toda a nossa cadeia de valor esteja alinhada com os **compromissos que assumimos com a sociedade**. Destacamos a Política de Saúde, Segurança e Meio Ambiente e o Guia de Sustentabilidade para Fornecedores, disponíveis em nosso site, e o Código de Conduta, atualizado em 2016. A revisão desse instrumento se deu por um processo natural de atualização frente à evolução dos negócios e da sociedade. Entre as diretrizes revisadas estão as questões que podem envolver conflito de interesse e a conduta esperada em relações governamentais. Para uso interno, mantemos uma Política de Relacionamento com Consumidores, disponível para funcionários e franqueados, e nossa Política de Investimento Social Privado, que orienta como o grupo direciona recursos para suas práticas de responsabilidade social e ambiental.

O grupo mantém, **aberto para todos os públicos, um Canal de Ouvidoria**, gerenciado por uma empresa terceirizada e independente, que faz a recepção dos relatos (anônimos ou identificados) e a análise prévia. Também reúne as evidências e as apresenta para a Diretoria de Compliance e para o Comitê de Conduta, que definem o encaminhamento dos relatos de acordo com a governança estabelecida. Esse procedimento foi atualizado em 2016. O panorama dos relatos e ações de educação interna promovidos pelo Canal de Ouvidoria são reportados anualmente pela Diretoria Jurídica e Compliance ao Comitê de Riscos e Auditoria.

Portal de Compliance



Em 2017, o tema Compliance ganhou destaque em nossas práticas internas e com stakeholders. Em funcionamento desde 2010, nosso Canal da Ouvidoria foi modernizado, ampliado e convertido em um *Portal de Compliance*.

A plataforma, além de abrigar o canal, que funciona 24h por dia para todos os públicos, disponibiliza o Código de Conduta e diversos outros conteúdos sobre o tema, abertos a todos os stakeholders e também exclusivos para colaboradores.

O VALOR
DA BELEZA
TRANSFORMA
O MUNDO AO
NOSSO REDOR

Relações Institucionais

O diálogo aberto com a sociedade e com as entidades que tangenciam nosso negócio e nossa cadeia de valor é fundamental para a atuação do Grupo Boticário e suas marcas. Mantemos relações institucionais com entidades que agregam informação ao nosso negócio, na indústria e no varejo – e neste âmbito também temos foco na sustentabilidade – e trabalham em prol dos melhores interesses do mercado em que atuamos, no intuito de discutir as boas práticas e contribuir para o desenvolvimento de políticas mais eficazes em todas as esferas.

Organizadas pelas frentes de trabalho em sustentabilidade, mencionamos algumas das instituições com quem mantivemos diálogos relevantes em 2017:



Matérias-Primas e Embalagens [GRI 102-12]

Como integrantes da Associação Brasileira de Indústrias de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC), participamos de discussões em torno da Lei nº 7.814 sobre testes em animais para desenvolvimento de produtos. Nosso intuito é promover a **homogeneização legislativa nacional**, facilitando a adequação das empresas em relação à rotulagem e outras exigências, fortalecendo a inovação em métodos alternativos. Também somos membros do Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS) e fazemos parte da Rede Empresarial Brasileira de Avaliação de Ciclo de Vida (Rede ACV), onde temos a oportunidade de construir e explorar, junto a outras empresas, ferramentas de mensuração dos aspectos de sustentabilidade dos nossos produtos, possibilitando a mobilização de parceiros, a articulação de governos e a educação do consumidor, inserindo cada vez mais a sustentabilidade nos processos de decisão da sociedade. Somos associados da Associação Brasileira de Embalagens (Abre), por meio da qual acompanhamos especialmente as discussões de Meio Ambiente e Sustentabilidade que se relacionam à nossa cadeia de valor.



Canais de Venda

A Associação Brasileira de Franchising (ABF) e o Instituto de Desenvolvimento do Varejo são os principais interlocutores. Nesses meios, **levantamos dados e debatemos tendências** que nos ajudam a prever movimentos, exigências e necessidades futuras do nosso consumidor.



Ecoeficiência Ampla

Nos relacionamos com a Iniciativa Empresarial do Centro de Estudos em Sustentabilidade da FGV, a Plataforma Empresas pelo Clima (FGV); participamos do Programa Brasileiro GHG Protocol, cujo objetivo é **estimular a cultura corporativa** para a elaboração e publicação de inventários de emissões de gases do efeito estufa; e contribuimos com discussões sobre o tema em instituições de grande relevância, como o Grupo de Profissionais de Meio Ambiente das Indústrias do Paraná (GPMAI).

O FUTURO A GENTE CONSTRÓI HOJE



NOSSA VISÃO DE FUTURO

Produtos com menor impacto ambiental, economia de recursos naturais e financeiros, menor geração de resíduos, colaboradores e clientes mais conscientes. É por tudo isso que a sustentabilidade é o nosso jeito de fazer negócios. **Pôr em prática a transformação** que queremos no mundo e deixar um legado positivo para as pessoas nos requer ir além do que se espera de nós. Exige pensar o futuro enxergando soluções que não existem hoje e disseminar os aprendizados por toda a nossa cadeia de valor.

Começando na seleção de matérias-primas e nos projetos de pesquisa e desenvolvimento de nosso portfólio que o poder transformador da beleza se torna realidade. Investir recursos, apostar nas pessoas e avançar em inovação para chegar a um melhor uso de insumos têm nos permitido ampliar os atributos de sustentabilidade nas diferentes linhas de maquiagem, perfumaria, cuidados pessoais e gifts de O Boticário, Eudora, *quem disse, berenice?* e The Beauty Box. Isso faz com que nossos valores e nossa preocupação com o meio ambiente e com a sociedade chegue à casa de nossos clientes por meio das mais de 300 milhões de unidades produzidas em 2017 nas fábricas de São José dos Pinhais (PR) e Camaçari (BA).

Trabalhamos com vetores de longo prazo para mapear riscos e encontrar **oportunidades** na gestão de nosso ciclo de vida de produtos, dos pontos de venda e do programa de logística reversa. Temos, entre nossas metas, o protagonismo no uso de **tecnologias inovadoras** para materiais, formulações e design que melhorem o desempenho de nossos produtos no seu ciclo de vida. Em nossa rede de varejo, a concepção do melhor modelo viável de ponto de venda para cada marca, considerando métodos construtivos, de operação, desmobilização e acessibilidade. E, para ampliar a efetividade do nosso sistema de recolhimento de embalagens – hoje o maior do país em número de pontos de coletas.

**Maior rede
de franquia
de cosméticos
do Brasil**

A CADA DIA MAIS EMPREENDEDORES

Em 2017, lançamos uma nova marca, Multi B, **empresa importadora e distribuidora** responsável por atender o varejo multimarcas e otimizar a distribuição de marcas próprias *quem disse, berenice?* e The Beauty Box e de algumas marcas internacionais com exclusividade no mercado brasileiro. Essa nova unidade de negócios reflete a **estratégia de diversificação de canais do grupo no mercado brasileiro**, à qual se soma a aquisição de Vult, em 2018.

Neste primeiro momento, a expansão da nova unidade de negócios tem foco estratégico no varejo farmacêutico e especializado, redes seletivas, lojas de departamento e *travel retail*, as operações varejistas localizadas em aeroportos.

9 mil
produtos
no portfólio

+ de 300 milhões
de itens
produzidos



NOSSA
VISÃO DE
FUTURO

Inovação para oferecer melhores escolhas



2,5%

do faturamento
investidos em
Pesquisa e
Desenvolvimento



76%

dos projetos
aprovados seguem
premissas de
sustentabilidade



Nossa **responsabilidade sobre o ciclo de vida** de todos os nossos produtos começa na fase de desenvolvimento e ideação de novos itens de beleza, higiene pessoal e perfumaria. Atributos de sustentabilidade são observados em todas as fases do processo, desde a seleção de matérias-primas e fornecedores, a fim de que questões ambientais e sociais sejam consideradas ao longo do desenvolvimento de novos cremes, maquiagens, loções e fragrâncias mais amigáveis ao meio ambiente.

Entendemos que essa postura visa à sustentabilidade de nosso próprio negócio, que é a melhor maneira de conservar o mundo em que vivemos e de atender as demandas da sociedade. Sustentabilidade é o nosso jeito de ser, e por isso fomos reconhecidos, em 2017, com o Prêmio Valor de Inovação, iniciativa do jornal Valor Econômico, como a 6ª empresa mais inovadora do país.

No desenvolvimento novos produtos, atuamos em três frentes principais: **matérias-primas, formulações e embalagens**. Nossos especialistas dedicam especial atenção a processos que possam contribuir para o desenvolvimento de produtos mais sustentáveis e, para isso, investimos, anualmente, 2,5% de nosso faturamento em Pesquisa e Desenvolvimento. Nosso **Centro de Pesquisa e Desenvolvimento**, inaugurado em 2010 na unidade de São José dos Pinhais (PR), é um dos **mais modernos do setor**

no mundo e conta com 242 colaboradores com diferentes formações, incluindo pós-doutores, e 331 parcerias com universidades e instituições. Em 2017, em nossas quatro marcas próprias, 76% de todos os projetos aprovados observavam aspectos de sustentabilidade e 52% dos produtos efetivamente desenvolvidos reúnem essas características.

Uma das principais entradas para inovação acontecer nos nossos produtos é o trabalho do time de Redes de Inovação, uma área do Grupo Boticário responsável por trabalhar com o conceito de inovação aberta. O **grande objetivo** desta área é **gerar conexões externas** para trazer mais **inovação** para o Grupo Boticário, potencializando os resultados internos e fomentando o ecossistema. A área faz isso por meio de iniciativas de inovação aberta como: Crowdsourcing, Design Thinking, processos de ideação, prospecção de parceiros, busca por fomentos, entre outros.

As metas, até 2024, para o desenvolvimento de produtos são ambiciosas. Até lá, esperamos ter 100% de novos cosméticos de marca própria com atributos de sustentabilidade, 100% das novas fórmulas com impacto menor ou igual à referência. Temos, também, plano para eliminar o uso de materiais controversos críticos (aqueles materiais que são aprovados regulatoriamente, mas têm alguma discussão sobre potencial impacto ambiental, social ou humano) – o que requer mapeamento, troca de informações em nível global e controle em nossa cadeia de valor.

NOSSA
VISÃO DE
FUTURO

Sustentável por dentro e por fora

[GRI 416-1 e GRI 416-2]

PARA UMA BOA RECEITA, OS MELHORES INGREDIENTES

O **Grupo Boticário** avalia a qualidade de seus produtos desde a seleção das matérias-primas utilizadas em suas formulações, submetendo todos os produtos desenvolvidos aos mais **avançados estudos para comprovação de segurança e eficácia de uso**, seguindo os mais atualizados guias internacionais e a legislação vigente em todos os países em que comercializamos.

Há mais de 15 anos não realizamos testes em animais. A gente acredita que há tecnologias suficientes disponíveis à indústria de cosméticos que substituem, com toda a segurança, este tipo de análise. Essa postura nos levou a ser a primeira empresa brasileira a usar a **pele 3D** e também *organs-on-chip* para simular as condições de uso em órgãos humanos.

Em 2017, realizamos testes de ecotoxicidade em 100% de novas matérias-primas presentes em produtos enxaguáveis, por meio de nossa metodologia registrada Índice de Avaliação de Risco Ambiental, em busca do **menor impacto possível na água**. A avaliação das condições de ecotoxicidade e toxicidade humana de matérias-primas e a seleção de ambientes de baixa ofensividade ao meio ambiente é um dos pontos de partida para **assegurar a qualidade e biossegurança** de nosso portfólio.

Monitoramos, além disso, mais de 50 outras matérias-primas e componentes de embalagens permitidas pela legislação brasileira ou dos países em que atuamos, mas que estão sujeitas a questionamentos pelo viés de toxicidade humana e/ou impacto ambiental e/ou impacto social negativos. **Monitorar continuamente essas matérias-primas** nos permite antecipar possíveis restrições ou proibições de uso de ingredientes pela comunidade científica no futuro e, também, a rejeição da sociedade a tais insumos.

Foi a partir deste trabalho que, em 2017, interrompemos a fabricação de produtos com tolueno, formaldeído e imidazolidil uréia (liberador de formaldeído) e banimos a introdução de matérias-primas como o caviar negro ou caviar laranja em nosso portfólio.

Também assumimos o compromisso de interromper o uso dos seguintes componentes em nossa fabricação de produtos:

Produtos	Até
Triclosan	2019
DMDM Hidantoína	2019
Parabenos, Carmin, Óleo de palma não-certificados RSPO, PVC (embalagem)	2020



NOSSA VISÃO DE FUTURO

Sustentável por dentro e por fora

PELE 3D E OS MÉTODOS ALTERNATIVOS AOS TESTES EM ANIMAIS

Depois que os produtos chegam ao mercado e aos lares de nossos clientes, monitoramos seu desempenho por meio da cosmetovigilância, garantindo um ciclo de avaliação completo. Em 2017, não houve reclamações com gravidade de itens comercializados que pudessem indicar a necessidade de recolhimento de produtos do mercado ou requerer alertas sobre segurança.

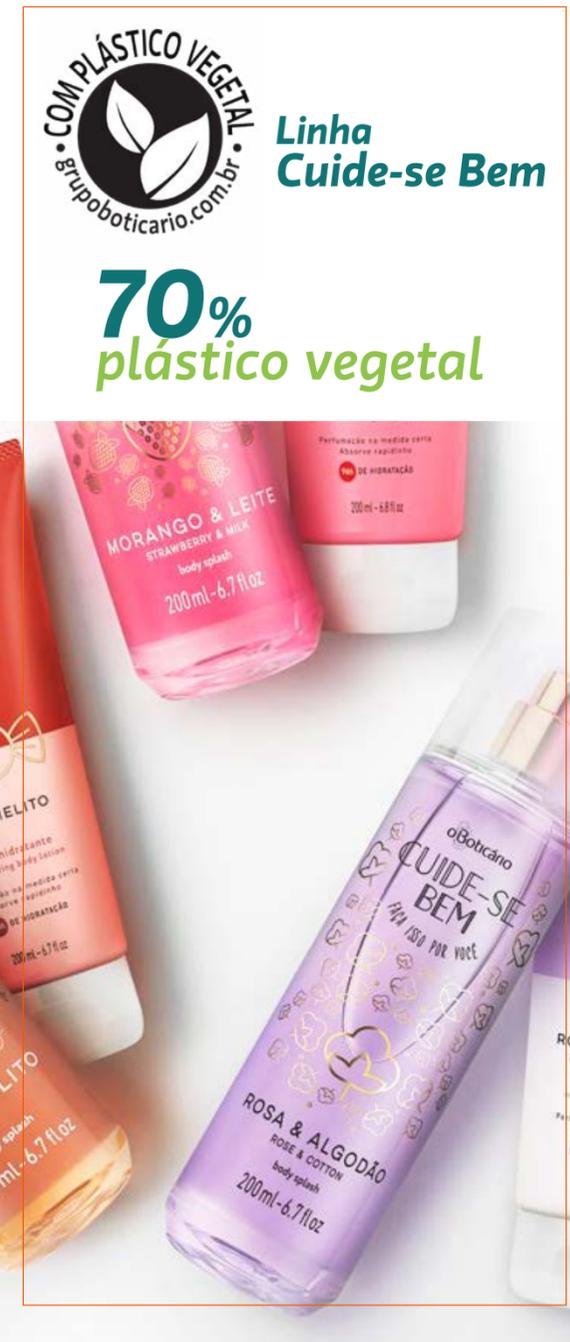
Em 2017, nosso pioneiro projeto da **Pele 3D**, que substitui a necessidade de testes em animais na análise tópica de cosméticos e itens de higiene pessoal, deu ao Grupo Boticário o prêmio de Empresa do Ano pela Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos, a ABIHPEC. Iniciado em 2009 para desenvolver uma **pele sintética viável**, este projeto é apenas uma das metodologias alternativas de testes que desenvolvemos. Ao todo, são 39 metodologias dos tipos *in silico* (modelos computacionais) e *in vitro* com cultivo de células e/ou materiais biológicos.

MUITO MAIS QUE UMA EMBALAGEM BONITA [GRI 417-1]

Nosso **Centro de Pesquisa e Desenvolvimento** se concentra também em encontrar as melhores soluções para as embalagens dos produtos de O Boticário, Eudora, quem disse, berenice? e The Beauty Box. As principais oportunidades estão no uso de materiais reciclados ou de fonte renovável e embalagens com melhor relação de granel/material, nos casos de plástico e vidro, o que reduz a utilização desses recursos. Nossa meta para **2024** é ter **35% de nosso portfólio** com essas características.

O uso de **plástico vegetal** em frascos e bisnagas chegou a 70% da linha Cuide-se Bem. Já o emprego de **PET reciclado** ganhou destaque em lançamentos importantes, como a reformulação da linha Nativa Spa, de O Boticário. O uso de **plástico e papel reciclado** foi uma novidade nas linhas de maquiagem de quem disse, berenice?, Eudora e Make B, além da linha Intense, de O Boticário.

Para além da qualidade das embalagens e de seu potencial de reciclabilidade, o Grupo Boticário adota, em **100% de suas linhas de produtos**, todos os critérios obrigatórios de rotulagem, conforme as legislações vigentes, incluindo o uso seguro dos produtos.



NOSSA VISÃO DE FUTURO

Sustentável por dentro e por fora

oBoticário



Nativa Spa Quinoa

100% componentes vegetais

Lançamento de 2017, Nativa Spa Quinoa utiliza grãos cultivados no Peru, respeitando a cultura tradicional familiar. Os grãos são processados em uma sala especial na unidade de São José dos Pinhais e lá passam por reestruturação biomolecular. O resultado é um bioéster 100% puro que tem alto poder de atividade na pele e promove benefícios como hidratação, nutrição, firmeza e elasticidade e uma fórmula com componentes 100% vegetais. Na fabricação das embalagens de PET reciclado desta linha foram utilizados o equivalente a 33 mil garrafas de dois litros por ano. Além disso, cremes e loções tiveram fórmulas que economizam cerca de 70% de energia elétrica no processo de fabricação.



Floratta

-50% de papel nas embalagens

O novo desenho das embalagens tem formato ergonômico e delicado, mantendo a mesma leveza de Floratta. Em atenção aos impactos no meio ambiente, as novas versões também tiveram reduzido o consumo de papelão utilizado no transporte. A mudança representa uma redução estimada de mais de 50 toneladas de papel a cada ano – o equivalente a cerca de 800 árvores. A revisão do processo de moldes evitou o descarte de 1,5 tonelada de aço, além de antecipar o lançamento do produto em 2 meses. Além disso, os frascos e bisnagas das loções, cremes esfoliantes e shower gel da linha foram feitos com plástico de fonte vegetal, reduzindo ainda mais o impacto ambiental.



Cuide-se Bem

70% do portfólio de Cuide-se Bem com frascos e bisnagas feitos de plástico vegetal, produzido a partir da cana-de-açúcar, o que reduz o uso de 90 toneladas de plástico convencional por ano.



Zaad

A redução no material de embalagem que envolvia os frascos resultou em menos 28,8 toneladas de papel por ano, ou cerca de 400 árvores.

Conheça alguns produtos desenvolvidos com atributos de sustentabilidade na formulação e na embalagem.



Ampola reconstrói

Embalagem em plástico vegetal e cartucho de papel reciclado



Skin Perfection

Base líquida com fabricação a frio, que exige menor consumo de energia



Sombras refil

Embalagem em papel reciclado, plástico reciclado e refil



Pomada Modeladora

Embalagem com plástico vegetal

Bisnagas das loções, cremes esfoliantes e shower gel da linha foram feitas com plástico de fonte vegetal, reduzindo ainda mais o impacto ambiental.

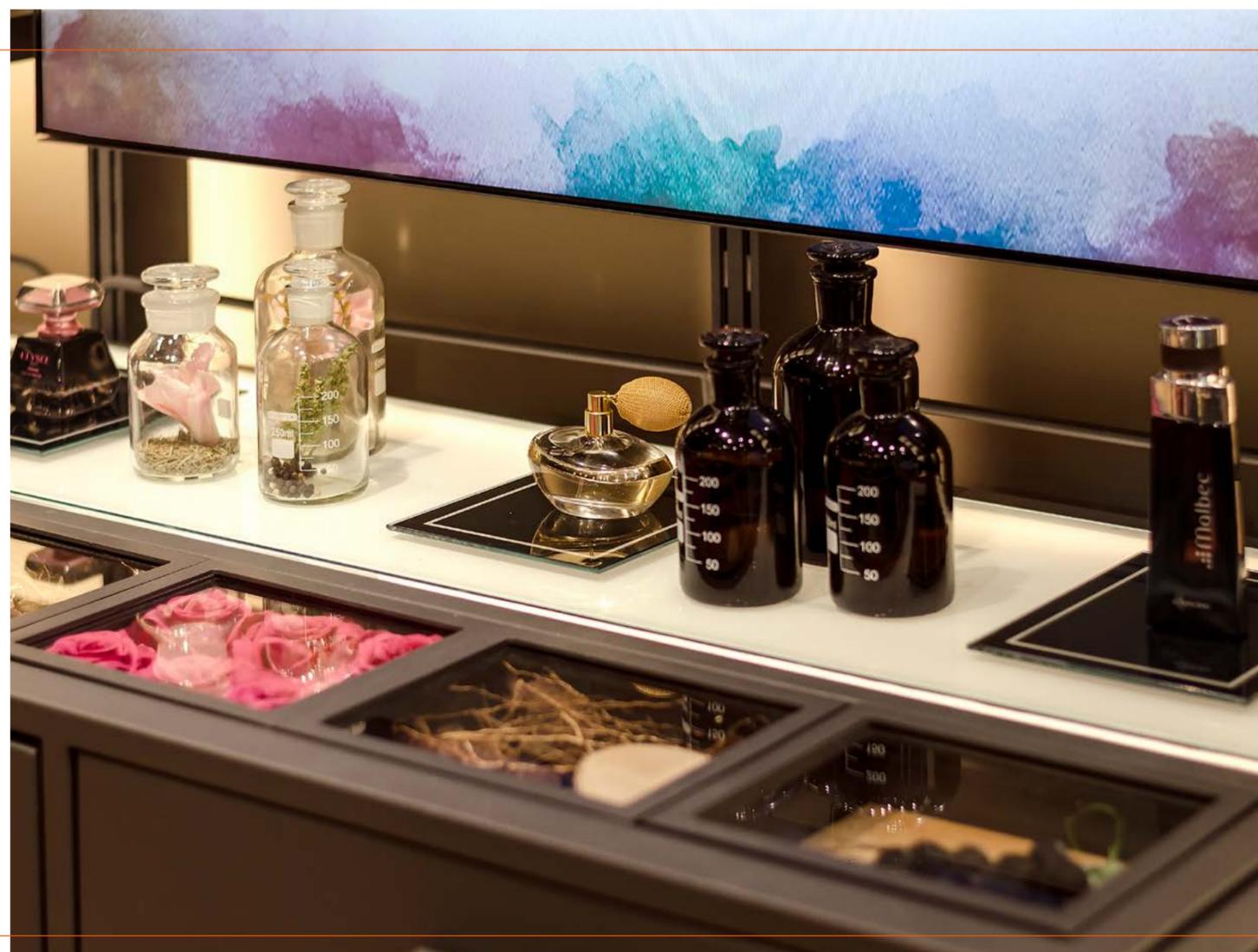
NOSSA VISÃO DE FUTURO

Ponto de venda

VITRINE PARA A SUSTENTABILIDADE O ANO INTEIRO

No Grupo Boticário, acreditamos que a loja é a nossa vitrine e deve refletir nossa visão de sustentabilidade. Desde a concepção, passando pela operação até chegar o momento de desmobilização, todos os pontos de venda de nossas marcas precisam observar os **aspectos ambientalmente corretos**, estabelecidos pelo guia Diretrizes de Sustentabilidade para Pontos de Venda, documento atualizado em 2016.

Mais que um **ambiente bonito, seguro e confortável** para franqueados, colaboradores e clientes, buscamos continuamente **soluções criativas e inovadoras** em arquitetura e design, desenvolvidas com o principal propósito de entregar um ponto de venda (PDV) mais ecoeficiente possível. Afinal, é por meio da implementação sistemática de práticas consistentes e coerentes com nossos valores que **promovemos a sustentabilidade de nosso negócio**, contribuimos para a preservação do meio ambiente e nos preparamos para os desafios futuros.



LOJA ÂNFORA

Depois de conquistar a certificação LEED*, em 2016, para o projeto de quem disse, berenice? do Shopping Cidade São Paulo, avançamos na sustentabilidade de nossa operação de pontos de venda.

Em 2017 desenvolvemos e lançamos a Loja Ânfora, da marca O Boticário, projeto instalado de forma pioneira no Rio de Janeiro (localizado no Barra Shopping) que passa a ser referência para novas instalações da marca.

A loja é uma boa amostra de que podemos sempre fazer melhores escolhas e queremos que ela seja uma inspiração. Tudo o que pensamos, falamos e fazemos se materializa ali, em produtos, mobiliário e comunicação.

* Certificação de ecoeficiência LEED
(Leadership in Energy and Environmental Design)

NOSSA
VISÃO DE
FUTURO

Ponto de venda

LOJA ÂNCORA PDV REFERÊNCIA EM SUSTENTABILIDADE



100%

**madeira de origem
certificadas**

MATERIAIS

priorizamos a reciclabilidade de materiais para construção e acabamento, com a adoção de aço e alumínio na estrutura, que podem ser infinitamente reciclados. Além disso, 100% da madeira utilizada possui o selo de certificação FSC, que atesta sua origem de florestas manejadas.



tinta livre

de metais pesados

ACABAMENTOS

uso de tinta à base de água, livre de metais pesados e com baixo teor de compostos orgânicos voláteis. Não são empregados materiais extras de acabamento em áreas não visíveis para diminuir o impacto ambiental.



-63%

consumo de energia

ILUMINAÇÃO

com uso de 100% de lâmpadas LED, a loja inaugura com economia de 63% de energia em relação ao modelo anterior, ou o equivalente a 18 dias de consumo desta loja.

-1.200

**peças de comunicação
impressas**

COMUNICAÇÃO VISUAL

telas na vitrine e em outros pontos da loja, além de comunicar ofertas e lançamentos, permite deixar de imprimir cerca de 1.200 peças por ano por PDV, reduzindo impacto ambiental. Quando se faz necessário o uso de display, as diretrizes de PDV do grupo recomendam a escolha de material reciclado em 25% no mínimo do material.



**incentivo ao uso
de ecobags para diminuir
consumo de sacolas
de papel**

SACOLAS

os produtos são entregues em sacolas de papel com origem certificada (FSC) e ecobags reutilizáveis estão disponíveis aos clientes como uma alternativa à sacola de papel, gerando muitas oportunidades de conscientização e troca de informações sobre sustentabilidade.



**foco na economia
de recursos**

PROJETO

priorizamos a fabricação otimizada, com componentes modulares padronizados, o que gera menor consumo de energia e água.

NOSSA
VISÃO DE
FUTURO

Iniciativas reconhecidas

PRÊMIO POPAI
DE VISUAL
MERCHANDISING

Um dos mais importantes reconhecimentos do Marketing de Varejo no Ponto de Venda, a POPAI - The Global Association for Marketing and Retail, concedeu sete prêmios, em 2017, para iniciativas do Grupo Boticário, três deles voltados para a sustentabilidade. As campanhas de logística reversa das marcas **O Boticário** e **The Beauty Box** levaram o reconhecimento prata, e o projeto de design sustentável do quiosque da linha **Make B**, o reconhecimento ouro em sua categoria. Em sua 17ª edição, o prêmio reúne grandes marcas de varejo internacionais.

CERTIFICAÇÃO LEED

**Afinal, o que é LEED?**

O Grupo Boticário tem a primeira fábrica de cosméticos do Brasil a receber a certificação LEED, assim como o primeiro Centro de Distribuição do Norte/Nordeste e a primeira loja na categoria CI/Retail contemplados com este reconhecimento. Do inglês, Leadership in Energy and Environmental Design é uma certificação para construções sustentáveis concedida pela organização não governamental americana U.S. Green Building Council e adota rígidos critérios de racionalização de recursos como energia, água, materiais, entre outros, atendidos por um edifício.

Destaque no**Guia Exame de Sustentabilidade****1º lugar na gestão de biodiversidade****Prêmio da Abre de embalagem****com a sombra refil de QDB****Métodos alternativos****aos testes em animais**

NOSSA VISÃO DE FUTURO

A força das relações é uma das bases mais sólidas de nosso negócio. Há muito entendemos que a inclusão é essencial para estreitarmos ainda mais esses laços com nossos públicos de relacionamento, afinal, a gente acredita que a beleza é para todo mundo. Avaliamos todos os pontos de contatos com os consumidores e revendedores para identificar e implementar oportunidades de melhoria para dar acesso a todos os consumidores, independentemente de suas características individuais. Conheça a seguir:



100%

**dos vídeos
de campanha
de O Boticário
acessíveis!**

Em 2017, todos os portais de marcas ampliaram os recursos de acessibilidade digital e-commerce das nossas marcas. Em O Boticário, lançamos o primeiro **catálogo de venda direta acessível** do país.

Nossa **Loja de Bolsa** agora traz um **QR code** que direciona para o aplicativo que permite a consulta ao material.

Os **diferentes recursos digitais de acessibilidade** implementados são destinados a pessoas que têm dificuldade em digitar, mover o mouse ou ler a tela ou usar a função *touch screen* do telefone celular ou tablet devido a uma variedade de condições que levam a uma limitação visual ou motora.

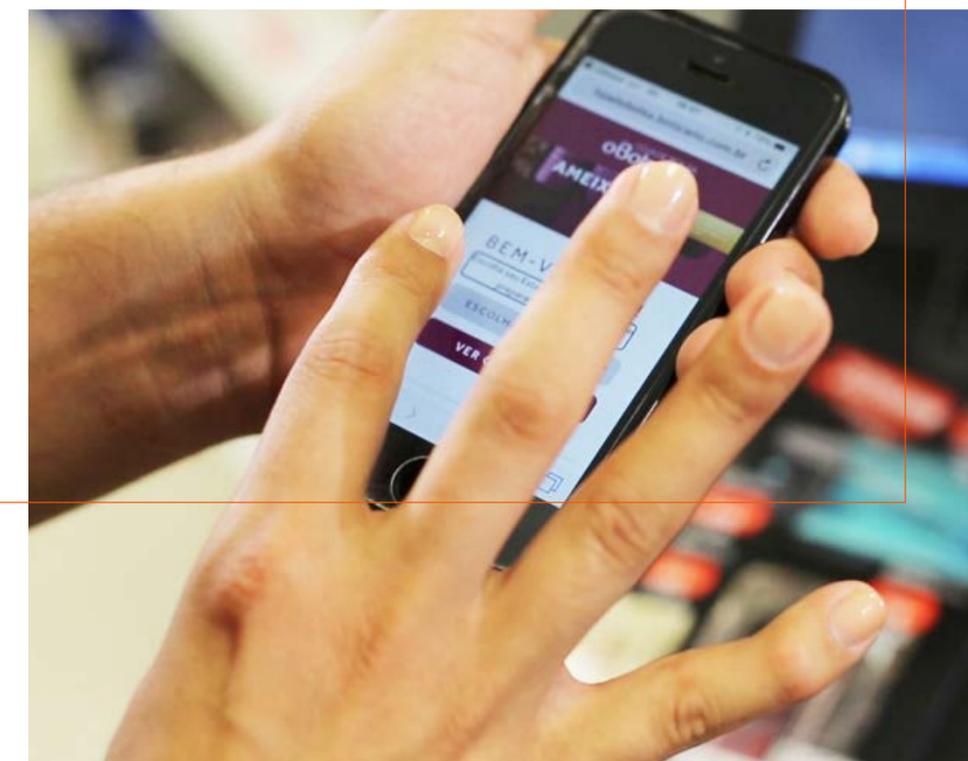
A partir de 2017, as redes sociais das marcas do Grupo Boticário usam, em seus conteúdos, a descrição da imagem das postagens com a **hashtag #pracegover**, de modo a incluir deficientes visuais. Além disso, 100% campanhas de TV de O Boticário são veiculadas com o recurso de **closed caption**, na veiculação em canais de televisão. No canal da marca no Youtube, os filmes estão acessíveis para todos os tipos de deficiência.

Para engajar e capacitar a força de vendas, foi disponibilizado, na extranet Universidade de Beleza Boticário, um **treinamento em vídeo** com instruções corretas e dicas para atender adequadamente consumidores com **necessidades especiais** – motoras, visuais, auditivas e intelectuais. Também foi criado, para franqueados, conteúdo específico de **orientação de adequação de acesso e espaço de circulação** de lojas para incentivar a rede a proporcionar um ambiente inclusivo e seguro. Além disso, na rede de lojas de O Boticário, os franqueados e seus colaboradores são orientados a distribuir **adesivos a pessoas cegas** para que, por meio do tato, elas possam facilmente identificar e diferenciar os produtos que usam diariamente.

A beleza é para todo mundo



Acima, adesivos ajudam pessoas com deficiência visual a identificarem os produtos que usam no dia a dia. Ao lado, acessibilidade também está presente na versão mobile de nossos sites.



NOSSA
VISÃO DE
FUTURO

Tudo o que a gente faz de bom retorna para a gente

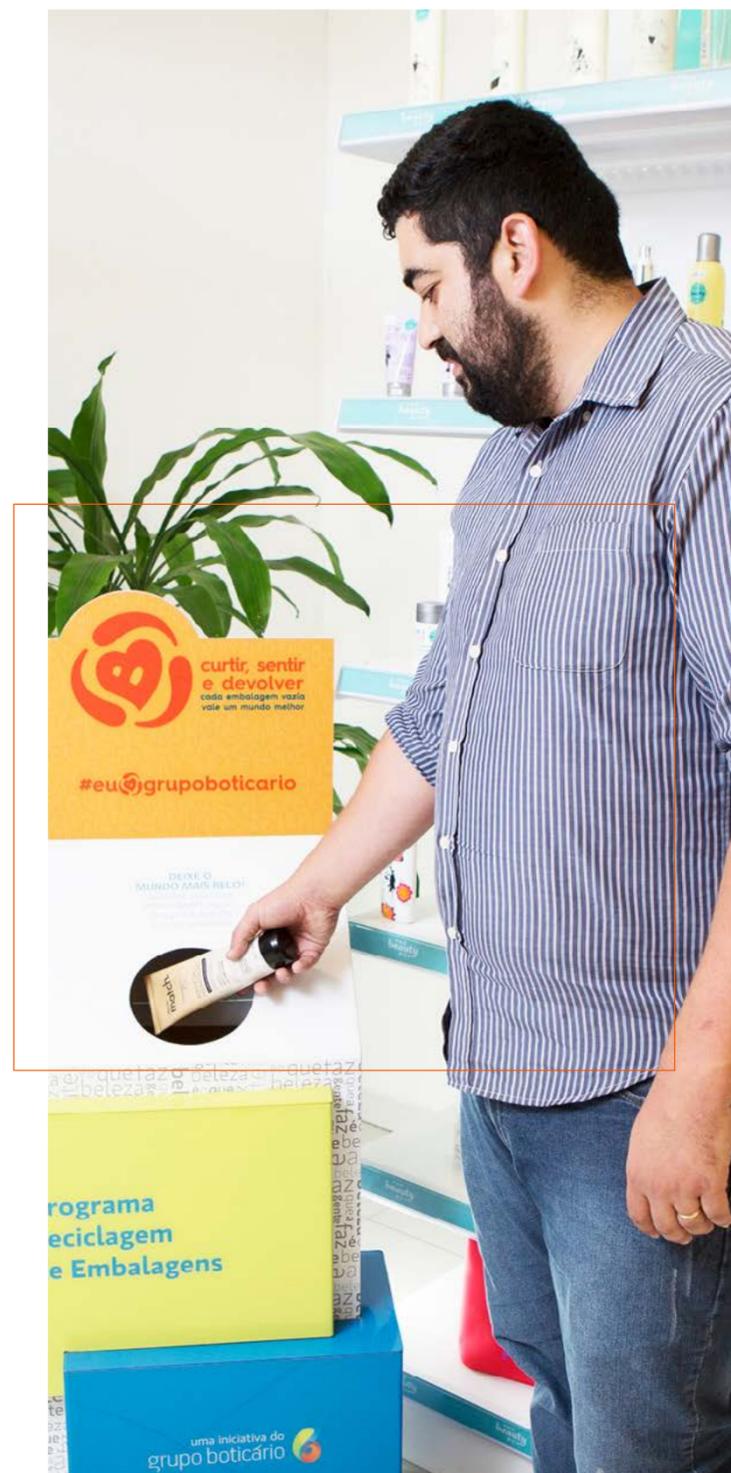


O sucesso do nosso **Programa de Reciclagem de Embalagens**, lançado em 2006, antecipando-se às diretrizes da Política Nacional de Resíduos Sólidos, começa pelo engajamento de nossos funcionários, franqueados e consumidores, que compartilham conosco da responsabilidade e do desejo de cuidar do mundo onde a gente vive. Desde 2012, o tema logística reversa tornou-se um pilar estratégico da área de sustentabilidade do Grupo Boticário. Ao longo dos anos, as ações de recolhimento de embalagens e produtos para descarte aumentam progressivamente, ampliando nossa contribuição para a destinação adequada dos resíduos.

Em 2017, a marca O Boticário lançou um novo treinamento sobre o **Programa de Reciclagem de Embalagens** para franqueados e seus colaboradores na **Universidade da Beleza**, plataforma online de capacitação. A força de vendas de quem disse, berenice? renovou seu engajamento para o tema com uma ação durante as convenções da marca, fundamental para reforçar a importância do programa e da participação desse público. Já o engajamento de nossos consumidores é feito por meio de nossa comunicação corporativa e de marca, pela ampla divulgação das campanhas de recolhimento e, de forma contínua, por meio da aplicação de simbologia para descarte seletivo nas embalagens nos rótulos de nossas linhas de produtos, quando aplicável. Cada um dos cerca de quatro mil pontos de coleta de embalagens pós-consumo é uma oportunidade de convidar nossos colaboradores e clientes a pensarem e conversarem sobre sustentabilidade. A meta do **Grupo Boticário** é ter o programa implementado em outros canais de venda, como e-commerce das marcas, até 2024.

Hoje, as embalagens entregues nas lojas de O Boticário, quem disse, berenice?, The Beauty Box e para as revendedoras de Eudora o ano inteiro e em ações especiais seguem para mãos de uma rede que conta com **1.000 catadores de materiais reciclados no Brasil**, organizados em **33 organizações**, entre cooperativas e associações. Todas as cooperativas cadastradas no programa passam por uma avaliação criteriosa de **45 itens**, como inexistência de trabalho infantil, segurança e manutenção de equipamentos e uso de equipamentos de proteção individual (EPIs).

É um ciclo virtuoso. O grupo e seus clientes têm meios para realizar o descarte correto de resíduos e os catadores ganham trabalho e renda. As cooperativas participantes do programa de logística reversa recebem consultoria de gestão, comercialização dos materiais recicláveis, auxílio na estruturação de sua documentação para que possam buscar parceiros comerciais.



NOSSA
VISÃO DE
FUTURO

Ações 2017

Sustenta+Beauty

Recolhimento de embalagens pós-consumo

Ações de recolhimento de embalagens pós-consumo para descarte acontecem o ano inteiro. Uma delas, em 2017, consistia em que, a cada cinco embalagens devolvidas nas lojas, as clientes pudessem levar para casa um pincel de maquiagem. A troca pelo brinde se dá com produtos da marca, mas os consumidores podem deixar para descarte adequado qualquer embalagem de cosméticos e produtos de higiene pessoal.



#retornaberê

Incentivo ao retorno de embalagens vazias

Realizada em setembro, a campanha de incentivo para retorno de embalagens recolheu uma tonelada de materiais nas lojas *quem disse, berenice?*. O convite aos consumidores era para a troca de três embalagens vazias por um batom. Após a campanha, as trocas continuaram pelo resto do ano, com um pequeno ajuste: cinco embalagens por um batom.

#CurtirSentirDevolver

Campanha de troca envolve colaboradores

Em agosto de 2017, realizamos uma campanha interna para mobilizar ainda mais nossos colaboradores a trocar embalagens por sacolas retornáveis. Esta ação funciona como um lembrete permanente de nosso papel na sustentabilidade.



#botirecicla

Promoção para incentivar reciclagem

Em maio de 2017, uma embalagem de produto O Boticário pós-consumo poderia ser trocada por outro, de maquiagem, novo. Indo além desta ação, as lojas da marca estão preparadas para receber as embalagens pós-consumo durante o ano todo e encaminhar para cooperativas parceiras.



O PRESENTE A GENTE CONSERVA

Desenvolver negócios sustentáveis é um dos pilares da marca do Grupo Boticário. Isso significa **usar os recursos naturais de forma inteligente e eficiente**, de modo a proporcionar o máximo à sociedade, sem comprometer o futuro e as próximas gerações. Também requer de nós um comprometimento constante com a conservação do patrimônio natural e utilização racional dos os recursos naturais, indo além da prevenção ou mitigação de impactos.

Nos últimos anos, temos investido capital intelectual e recursos para reforçar nosso compromisso com a sustentabilidade, por meio, principalmente, da implementação de medidas eficientes nos nossos processos produtivos. Buscamos desenvolver produtos cada dia mais sustentáveis, seja em formulações ou embalagens, assim como pela eliminação de materiais controversos, constantemente monitorados em toda a cadeia. A expectativa é que, até 2024, 100% dos novos produtos cosméticos das marcas próprias tenham aspectos de sustentabilidade em sua formulação, embalagem ou processo de fabricação. Em 2017, esse índice ultrapassou a marca de 50%.

Um dos destaques nesse processo foi a adoção de uma ferramenta para o cálculo da ecotoxicidade de matérias-primas e formulações enxaguáveis: o I.A.R.A.™ (Índice de Avaliação de Risco Ambiental). Ao fim de 2017, 50% das fórmulas enxaguáveis contavam com menor impacto ambiental.

Outra iniciativa, cujos resultados celebramos uma vez que contribui com processos produtivos mais sustentáveis, foi a **ampliação do uso de fonte mais limpa em nossa matriz**, originária do Mercado Livre de Energia, no Centro de Distribuição de São Gonçalo dos Campos, na Bahia. Por meio dessa iniciativa, nós, assim como os consumidores que optam por essa prática, podemos escolher, entre as diversas fontes de energia elétrica, aquelas que melhor atendem nossas demandas – em nosso caso, a opção é a **energia elétrica de fonte renovável**. Atualmente, a fábrica de São José dos Pinhais, no Paraná, e os dois centros de distribuição compram 100% de sua energia no Mercado Livre.

Adquirimos, em 2017, de matriz eólica, o equivalente ao consumo de 87,5 mil litros de óleo diesel. Essa escolha evitou que fossem lançadas 231 toneladas de CO₂ equivalente, quantia que corresponde ao plantio de aproximadamente 1.600 árvores. Além dos ganhos ambientais, a migração para o mercado livre tem expectativa de gerar uma economia de meio milhão de reais por ano. E se a sustentabilidade é nosso jeito de fazer negócios, no âmbito institucional ela pauta nossa tomada de decisão, há bastante tempo. Completamos 27 anos de ação pioneira na preservação ambiental por meio da Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza. Os bons resultados de nossos negócios nos permitem investir naquilo que realmente importa: o futuro de todos nós.

O PRESENTE
A GENTE
CONSERVA

Ecoeficiência

O Grupo Boticário, consistentemente, vem adotando, em todas as suas operações, tecnologias e processos que reduzem o consumo de recursos, como água e energia, e diminuem a geração de resíduos e as emissões de gases de efeito estufa. Essa atuação é direcionada por metas que definem o ano de 2024 como referência para que o Grupo alcance a excelência nesses temas.



Água

50% do consumo proveniente de água de reúso ou de chuva

60% de redução do consumo relativo às fábricas com base em 2005, na relação m³/ton produzida



Emissões

*Gases de Efeito Estufa

50% de redução das emissões relativas de GEE* nas fábricas em relação à 2008

40% de redução de emissão relativa de GEE de nossas transportadoras com base em 2014



Energia

100% proveniente de fonte renovável para fábricas e centros de distribuição

20%

autossuficiência em energia renovável nas fábricas e centros de distribuição

redução do consumo de energia relativo (MWh/10⁶ unidades produzidas) com base em 2005



Resíduos

30% de redução na emissão relativa da geração de resíduos das fábricas e CDs com ano base em 2012

0% resíduos para aterro



Construções

100% das novas construções ou grandes reformas seguindo premissas da certificação LEED

O PRESENTE A GENTE CONSERVA

Água e efluentes

As operações do Grupo Boticário zelam pelo **uso eficiente da água**, uma de nossas mais importantes matérias-primas. Isso significa reduzir a captação, ampliar o reúso e diminuir o consumo relativo por unidade produzida.

Na fábrica de São José dos Pinhais (PR) a totalidade da água potável nova vem do sistema público de abastecimento, enquanto nos centros de distribuição e na fábrica de Camaçari (BA) ela é originária de um **sistema de poços artesianos**. Monitoramos o consumo de todos os sites diariamente e temos metas específicas para redução do consumo e uso de água da chuva ou reúso.

Em 2017, devido ao crescimento de nossas operações, aumentamos o consumo de água e nossa taxa de reaproveitamento, de forma geral, caiu. No entanto, seguimos com nosso compromisso de **reduzir em 60%** o consumo deste recurso nas fábricas, em m³ por tonelada produzida, em relação aos nossos índices de 2005 até 2024.

Total de água retirada por fonte (m³) [GRI 303-1]

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

*100% do sistema público de abastecimento
 **100% de poços artesianos

Volume e porcentual de água reutilizada (m³) [GRI 303-3]

Tipo	Resposta 2016	Resposta 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%)



O PRESENTE A GENTE CONSERVA

Energia

É nosso objetivo **reduzir o consumo de energia** e obtê-la inteiramente de fontes renováveis para garantir a sustentabilidade de nossa produção ao mesmo tempo em que **diminuimos as emissões de gases de efeito estufa** relacionadas à nossa matriz energética.

Nosso **consumo de energia é monitorado**, diariamente, por setor, em todos os nossos sites. As áreas possuem metas específicas de redução de consumo e de uso de renováveis.

Para isso, o Grupo Boticário está investindo na troca da iluminação de suas unidades para **lâmpadas com LED**, assim como iniciativas de otimização de energia, como a que foi implantada no envase de maquiagem na fábrica de São José dos Pinhais, que resultou, somente em 2017, na economia de mais de 15 mil KWh, o que equivale ao consumo médio mensal de 100 residências de 4 pessoas.

LED ECONOMIA DE RECURSOS NATURAIS E FINANCEIROS

Durante o ano, os centros de distribuição do Grupo Boticário trocaram sua iluminação tradicional por lâmpadas do tipo LED. Em Registro, unidade com 100% de iluminação LED, a alteração permitiu uma economia de 135 mil KWh durante o ano. Mas a expectativa é que esse número atinja a marca de 240 mil KWh, o suficiente para suprir o consumo mensal de 140 residências durante um ano.

Em São Gonçalo do Campo, a economia foi de 20 mil KWh, mas pode alcançar os 120 mil KWh/ano, ou seja, os dois CDs, juntos, vão economizar o equivalente a 360 mil KWh por ano (consumo anual de 210 residências, com famílias de 4 pessoas).

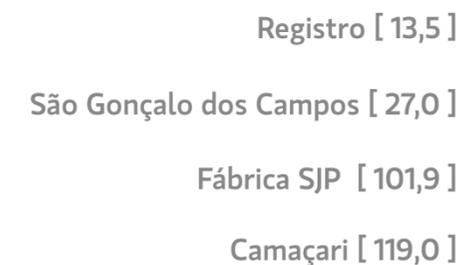
Além da economia de energia elétrica, a iniciativa representa uma considerável redução na frequência da troca de lâmpadas, o que significa menor consumo desse item, assim como menos horas de trabalho nessa atividade. Dessa forma, a previsão é que, em menos de três anos, o investimento realizado seja completamente compensado pela economia, além de termos um centro de distribuição mais ecoeficiente.



Placas solares na planta de São José dos Pinhais (PR)

Taxa de intensidade energética [GRI 302-3]

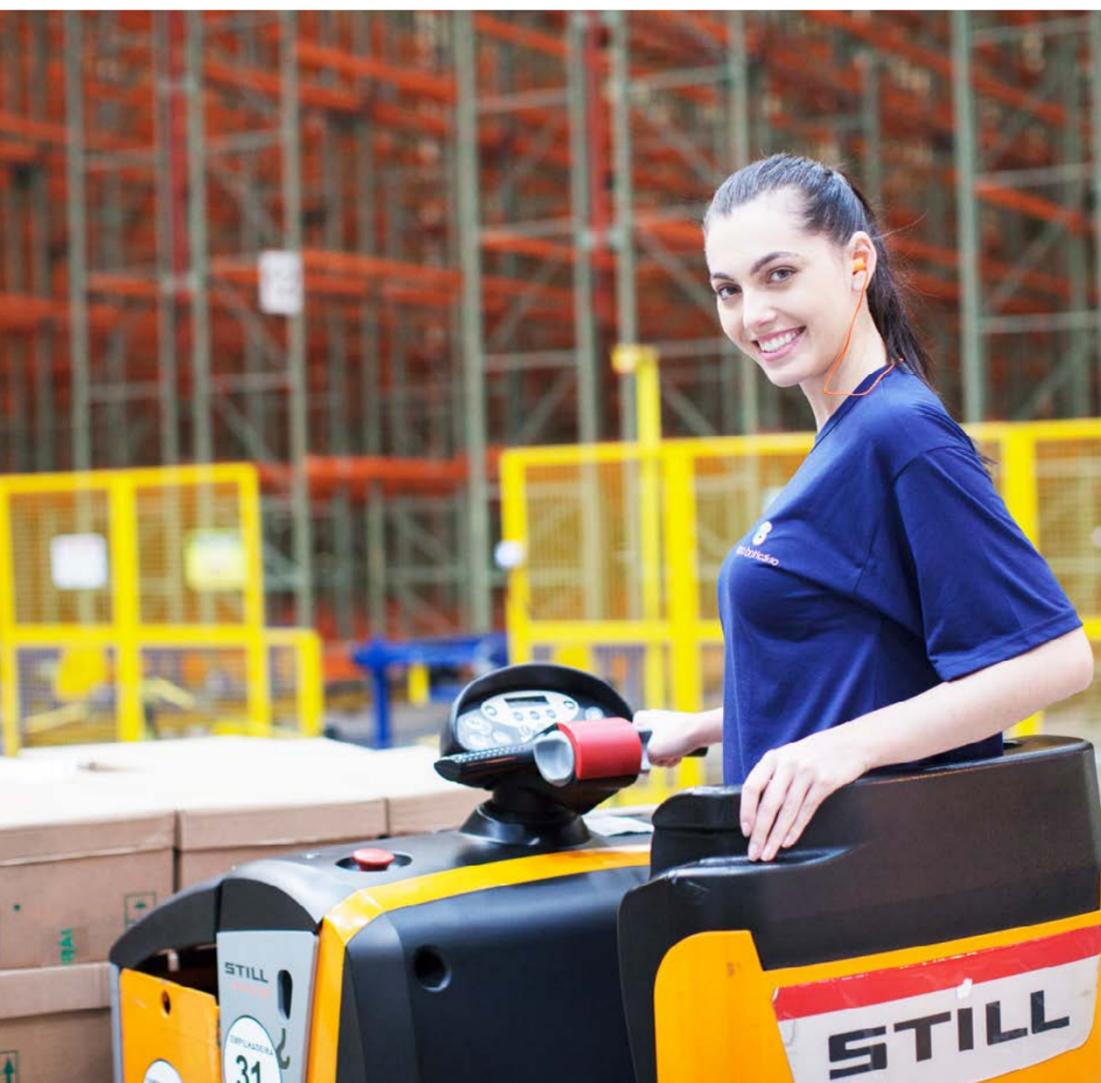
**MWh/10
unidades produzidas**



O PRESENTE A GENTE CONSERVA

Energia

[GRI 302-5]



Entendemos a relevância de **acompanhar, mitigar e nos adaptar às mudanças climáticas**, que estão impactando não apenas o futuro dos negócios, mas de todos nós, nesta e nas próximas gerações. Por isso, anualmente, ainda no primeiro semestre, o Grupo Boticário apresenta o seu inventário de emissões por meio da metodologia GHG Protocol, que mede as emissões diretas e indiretas das organizações, dando **transparência às nossas emissões** e à forma como realizamos a gestão desse tema.

Para efeito de controle e gestão, **monitoramos mensalmente as emissões** resultantes da queima de combustíveis fósseis nas caldeiras e geradores de energia das fábricas de São José dos Pinhais (SP) e de Camaçari (BA), assim como dos centros de distribuição de Registro (SP) e São Gonçalo dos Campos (BA).

A melhoria de processos internos tem contribuído para um desempenho que nos anima a observar cada vez mais de perto os meios de **redução de nossas emissões**. Tivemos, em doze meses, uma diminuição de 15% no consumo de gás natural, em São José dos Pinhais. Este resultado contribuiu para que o indicador de toneladas de carbono emitidas para cada milhão de unidades produzidas caísse de 12,6, em 2015, para 10,2, em 2017, isto é, uma redução de 19%.

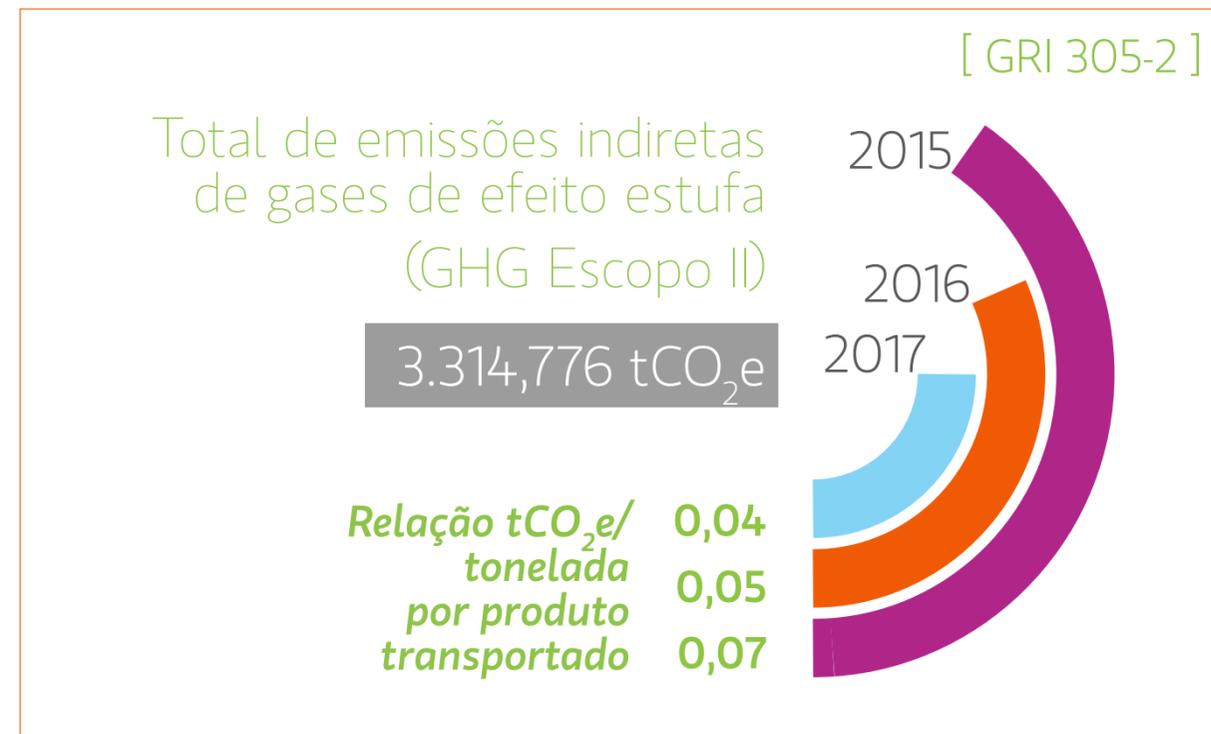
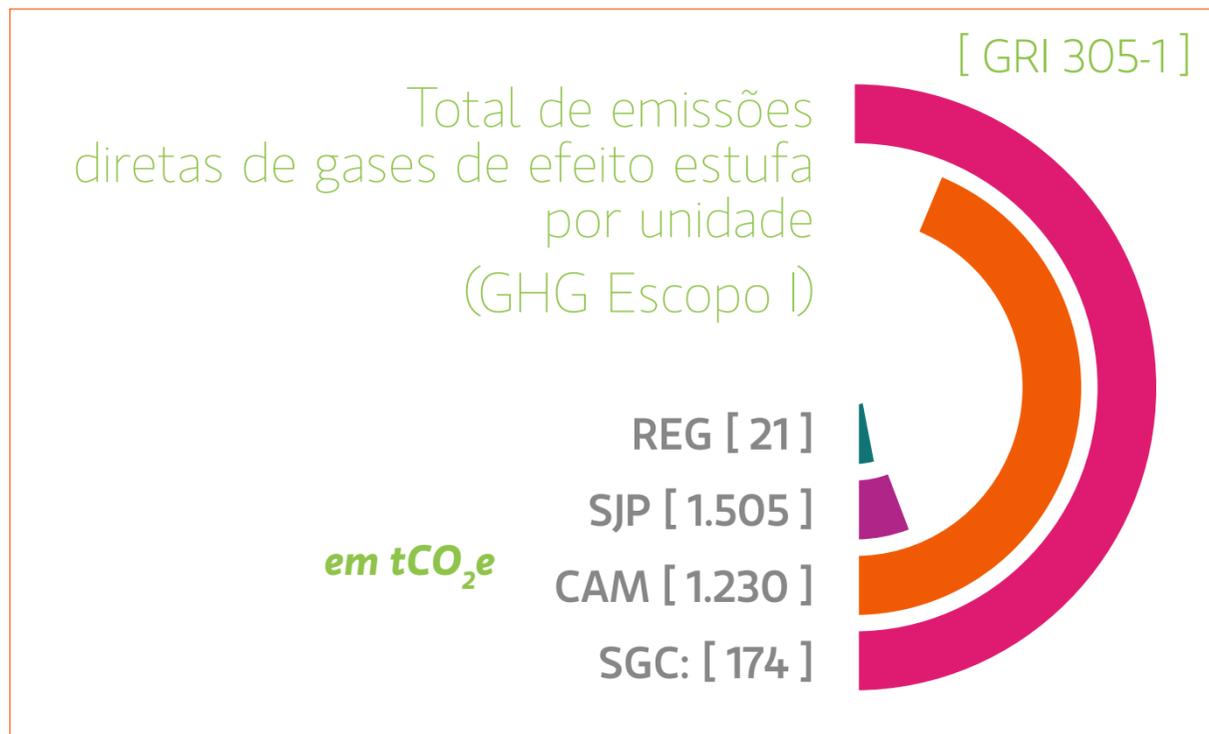
Em Registro, uma queda de 92% no consumo de óleo diesel levou a relação de toneladas para cada milhão de unidades expedidas para 0,1 em 2017, uma redução de 98% quando comparada aos 1,58 de 2015.

MERCADO LIVRE DE ENERGIA

Ao migrarmos para o Mercado Livre de Energia, também alcançamos reduções nos indicadores relativos de emissões. No horário de pico (das 18h às 21h), para evitar as tarifas mais altas praticadas pela concessionária local, desligávamos a energia fornecida e acionávamos o gerador de gás natural nas fábricas e de diesel nos Centros de Distribuição. Após a adesão ao Mercado Livre de Energia, não é mais necessário utilizar o gerador. Essa iniciativa contribuiu para diminuir a utilização de combustível fóssil e reduzir o indicador de emissão de gases de efeito estufa em Registro (53%) e em São José dos Pinhais (19%).

O PRESENTE
A GENTE
CONSERVA

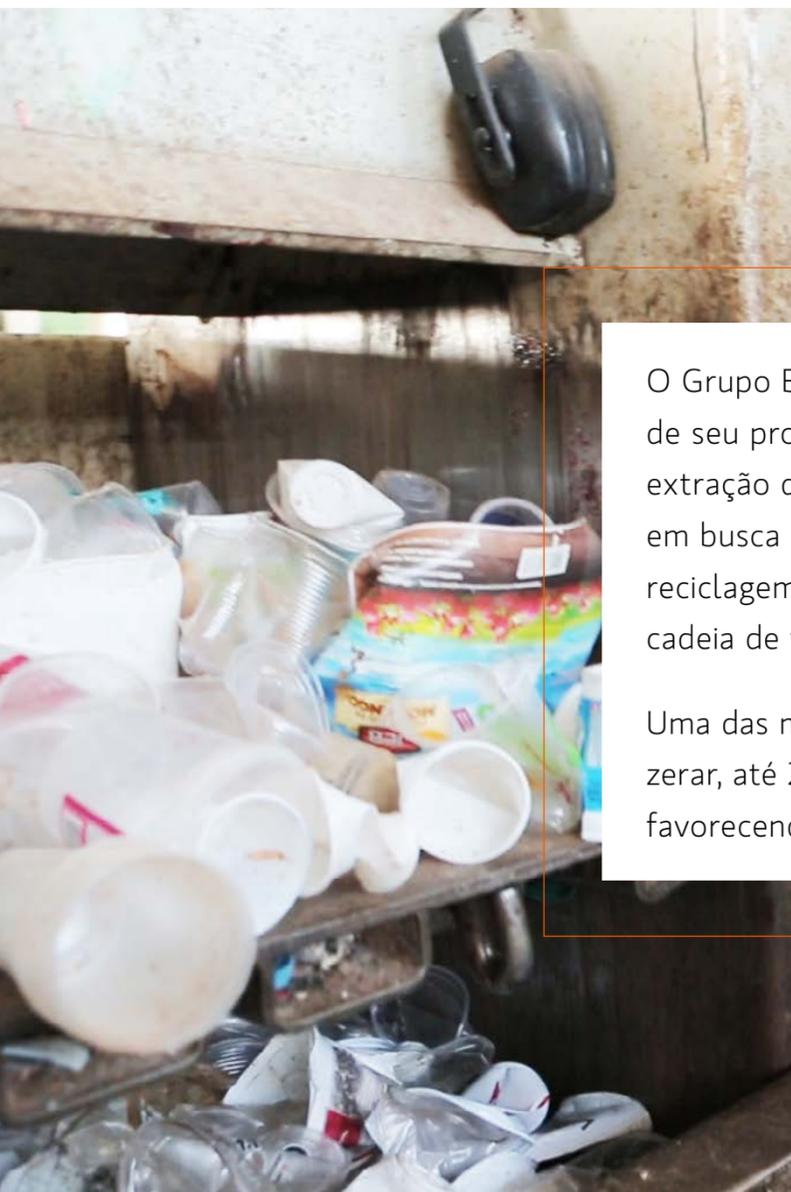
Emissões



O PRESENTE A GENTE CONSERVA

Resíduos

[GRI 306-2]



O Grupo Boticário se preocupa com a **gestão dos resíduos** de seu processo produtivo, de ponta a ponta, desde a extração das matérias-primas até as embalagens, sempre em busca de métodos e tecnologias que favoreçam a reciclagem e a **melhoria dos processos**, inclusive de nossa cadeia de valor.

Uma das metas relacionadas à gestão dos resíduos é a de zerar, até 2024, a sua disposição em aterros sanitários, favorecendo o reúso e a reciclagem.

Destinação dos resíduos

Tipo	SJP	Camaçari	São Gonçalo dos Campos	Registro
Não Perigosos (t)	1.592,74	284,00	468,81	1086,61
Reutilização	307,2			608,97
Reciclagem	1.104,08	1.072,25	431,37	450,97
Coprocessamento	0	64		0
Aterro Industrial	181,47	219,86	37,44	26,68
Incineração	0			0
Perigosos (t)	896,28	22,71	0	1,7
Reutilização	155,69			0
Reciclagem	159,04			1,7
Coprocessamento	572,87	22,71		0
Aterro Industrial	8,68			0
Incineração	0			0
Indicador (t/10⁶ unidades produzidas ou expedidas)	16,6	23,9	3,8	5,4

O PRESENTE A GENTE CONSERVA

Cadeia de Valor

INFLUÊNCIA NA CADEIA DE VALOR

Esse compromisso com operações mais ecoeficientes se reflete ao longo de toda cadeia de valor, incluindo nossa relação com fornecedores. A meta é que, até 2020, 100% dos fornecedores estratégicos estejam nessa condição e que, em 2024, as compras sustentáveis do grupo alcancem a casa de R\$ 2 bilhões.

Para apoiar as empresas parceiras nesse processo, estabelecemos um programa de apoio à gestão de práticas visando um melhor desempenho ambiental. A iniciativa consiste em treinamento das equipes, desenvolvimento de um plano de trabalho e produção de um ranking, inspirando melhorias nos modelos de negócio.

Nessa classificação, são considerados como de “alto desempenho” os fornecedores que atingem resultados iguais ou superiores ao Grupo Boticário. Atualmente, 22 fornecedores estratégicos estão nesse grupo.

Gestão de práticas ecoeficientes

Desempenho	Plano de ação proposto
00 – 50 pontos: Baixo	Visita presencial Plano de ação Monitoramento trimestral
51 – 70 pontos: Regular	Acompanhamento Remoto Plano mais ousado Monitoramento semestral
71 – 89 pontos: Bom	
Acima 90 pontos: Alto	Foco na manutenção e consolidação de diferencial Papel de multiplicador Reconhecimento



O PRESENTE
A GENTE
CONSERVA

Conservação

Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza



Assinatura da parceria da Fundação Grupo Boticário com a Fundação Roberto Marinho, em parceria com CNPq

Uma das primeiras organizações privadas para conservação da natureza do Brasil, a Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza chegou aos 27 anos, em 2017, atuando de forma continuada e contundente na causa, que segue como uma das mais atuais da sociedade: a **conservação ambiental**. Para manter resultados expressivos, promove ações de **mobilização, sensibilização e comunicação inovadoras**, que aproximam a natureza do cotidiano das pessoas, desenvolvendo novas ações para a sociedade, fomentando a produção científica nacional, estabelecendo novas parcerias e incentivando propostas inovadoras que aliem desenvolvimento social, econômico e proteção do meio ambiente. Para realizar suas ações, conta com a política de Investimento Social Privado (ISP) do Grupo Boticário, na qual 1% da receita líquida é destinado para a Fundação Grupo Boticário e outras iniciativas que geram valor para a sociedade.

Em 2017, muitas oportunidades e conquistas reforçaram a atuação consistente da Fundação. A construção de um novo auditório potencializou o caráter agregador da Reserva Natural Salto Morato, promovendo a integração cada vez maior de atores e ações de conservação da natureza. O trabalho para **empoderar atores de diferentes** áreas a agirem em prol da conservação da natureza também apresentou resultados expressivos. A instituição consolidou uma parceria com o Tribunal Regional Federal da 4ª Região, em que os magistrados passaram a dispor de uma rede de consultores voluntários para prover informações de temas ligados à conservação da natureza que os auxiliem nas tomadas de decisão inerentes a suas posições.

Além disso, a instituição fechou 2017 com 30 novas iniciativas apoiadas em suas chamadas públicas para apoio financeiro a **ações de conservação da natureza**, somando 1.528 projetos e programas apoiados desde 1991.

1.528
projetos de
conservação da
natureza apoiados

17
novas espécies em
2017, totalizando
172 descritas

11
projetos
selecionados para
receber apoio
financeiro

6.630
visitantes na
Reserva Natural
Salto Morato
em 2017

O PRESENTE A GENTE CONSERVA

Conservação



Desde 2014, quando implementou seu último mapa estratégico, a Fundação vem atuando para ampliar a relevância do tema conservação da natureza na sociedade e na elaboração de políticas públicas voltadas para esta questão. Em 2017, sua presença atuante em fóruns de discussão, envolvendo diversos setores da sociedade, incluindo o judiciário, resultaram na criação de 22 políticas públicas, entre elas está a criação de **seis novas unidades de conservação**, em 3 estados.

Com uma equipe formada por 50 colaboradores e uma rede de 75 consultores independentes e voluntários, a Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza busca estar presentes nos mais relevantes **fóruns de debate sobre conservação e mudanças climáticas**. Em 2017, foram 20 participações em painéis, apresentação de estudos ou na organização de eventos próprios. Em 2018, com realização da Fundação Grupo Boticário, acontece a 9ª edição do Congresso Brasileiro de Unidades de Conservação, com o tema Futuros Possíveis: economia e natureza. O encontro acontece em Santa Catarina com três dias de painéis e apresentação de trabalhos científicos inscritos.

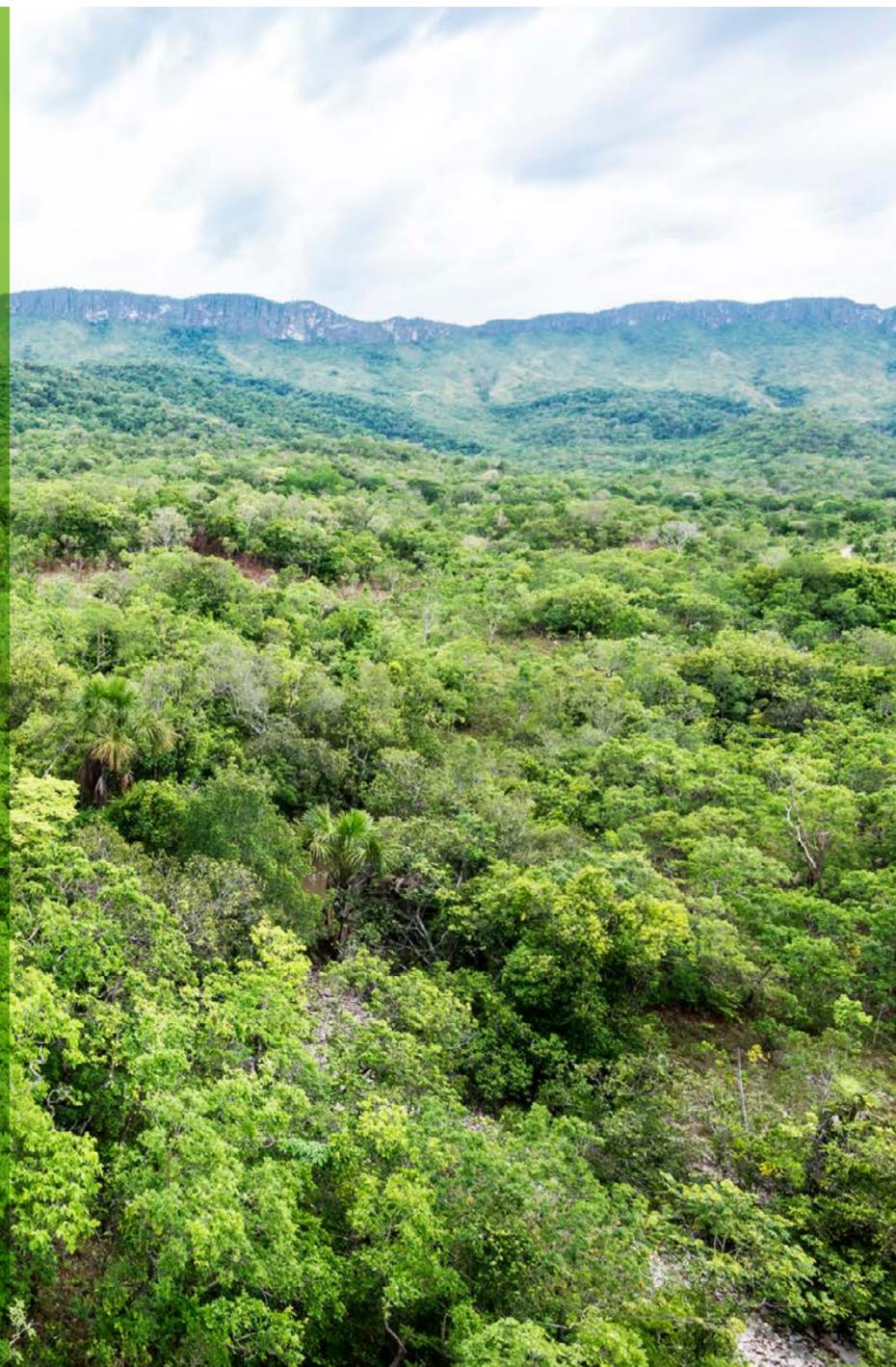


Participação
da Fundação Grupo
Boticário na COP 23

O PRESENTE
A GENTE
CONSERVA

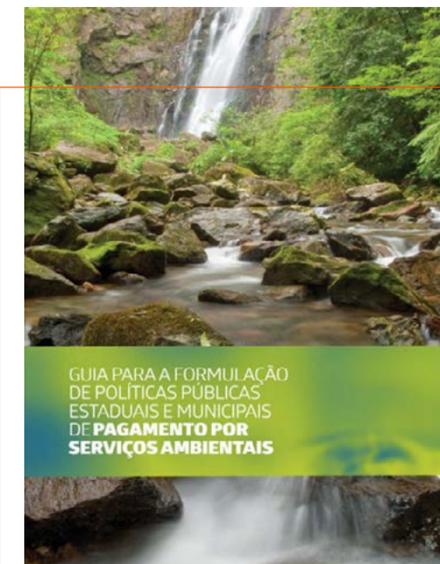
Conservação

Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza



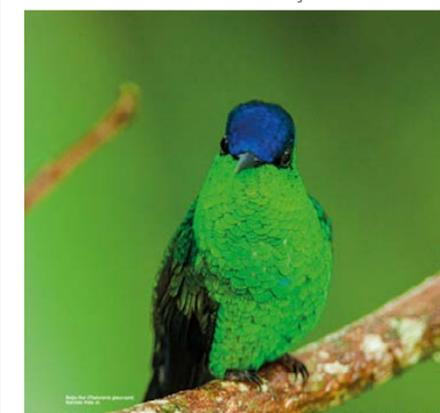
Entre as missões no âmbito de desenvolvimento de políticas e práticas que tragam **contribuições efetivas para a conservação de áreas e biomas**, está a disseminação da lógica de busca de soluções baseadas na natureza. Conceito desenvolvido pela União Internacional para Conservação da Natureza (IUCN, na sigla em inglês), este tipo de solução sempre tem foco em resolver um desafio global – como alteração climática ou acesso a recursos hídricos, por exemplo – utilizando a natureza como ponto de partida.

A Fundação Grupo Boticário também entende que um dos caminhos para **promover a conservação** é o apoio ao desenvolvimento de iniciativas na área de Economia da Biodiversidade. Outro é o incentivo à inovação e investimentos em negócios de impacto, aqueles que geram atividade econômica sustentável e que visam gerar resultados socioambientais positivos além do resultado financeiro. Em 2017, a Fundação Grupo Boticário lançou duas publicações que consolidam benefícios sociais e econômicos gerados pelas unidades de conservação para incentivar a criação e manutenção dessas áreas e promoveu o Desafio Conservação da biodiversidade e negócios, premiando três iniciativas.



Guia para a Formulação de Políticas Públicas Estaduais e Municipais de Pagamento por Serviços Ambientais

Roteiro para a Valoração de Benefícios Econômicos e Sociais de Unidades de Conservação



ROTEIRO PARA A VALORAÇÃO DE BENEFÍCIOS ECONÔMICOS E SOCIAIS DE UNIDADES DE CONSERVAÇÃO

O PRESENTE
A GENTE
CONSERVA

Fundação
Grupo
Boticário
de Proteção
à Natureza

GUIA ESTRATÉGICO 25+

Pensar em conservação é sempre pensar no futuro. A começar pela atuação de longo prazo da própria instituição. Ao longo de 2017, a Fundação Grupo Boticário promoveu um diagnóstico interno, envolvendo também suas partes interessadas, e esse trabalho resultou no Guia Estratégico +25, buscando estabelecer uma visão de longo prazo. Essa ferramenta de gestão será **instrumento para auxiliar na tomada de decisões** a partir de uma experiência já consolidada e de direcionadores claros. Nesse guia, a Fundação compromete-se em manter-se conectada a novidades e tendências, a inovar continuamente por meio que garantam maior impacto e a **manter-se sempre proativa** como fonte de conhecimento científico e aplicado em conservação.

INCENTIVO ÀS FUTURAS GERAÇÕES

Fazer a causa da conservação da natureza ganhar relevância nacional exige ir além da **participação no desenvolvimento de políticas públicas** e da atuação junto à comunidade científica. Requer, sistematicamente, a sensibilização da sociedade como um todo, desde cedo. Engajada em ajudar a **formar gerações comprometidas com a conservação da natureza**, a Fundação Grupo Boticário assinou, em 2017, uma parceria com o Prêmio Jovem Cientista, iniciativa do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) em parceria com a Fundação Roberto Marinho em prol da promoção da iniciação científica entre os jovens. Para o ciclo de 2018, o tema definido é Inovações para Conservação da Natureza e Transformação Social. Das 11 linhas para o Ensino Superior, nove estão relacionadas à conservação. E das seis linhas para o Ensino Médio, cinco estão relacionadas à conservação.

Para alunos e professores do Ensino Fundamental, lançou a Coleção Meu Ambiente, que **insere o tema conservação no contexto escolar**. Foram desenvolvidos materiais paradidáticos exclusivos para engajar educadores e alunos, para que se tornem multiplicadores da causa e sejam cidadãos mais conscientes. Os volumes para o 1º, 2º e 3º ano foram lançados e utilizados em escolas participantes e outros três chegarão às salas de aulas em 2018.

Conservação



O PRESENTE
A GENTE
CONSERVA

Conservação

Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza

A Fundação também trabalha a conscientização ambiental de forma lúdica, por meio da promoção de experiências, como na **Conexão Estação Natureza**, uma exposição itinerante sobre a conservação da natureza que encerrou suas atividades em 2017. Foram **três anos** sensibilizando os moradores de grandes centros urbanos sobre a **importância da conservação**. Em 2017, a exposição passou por cinco cidades, impactou mais de dois milhões de pessoas e recebeu mais de 3.600 alunos de 84 escolas.

+ de **2 milhões**
de pessoas



5
cidades



TRANSFORMAÇÃO AO NOSSO REDOR

1.438

produtos
lançados

127

novos pontos
de venda

O compromisso com os resultados é um dos valores do Grupo Boticário, e ele nasce da vontade de **transformar o mundo de forma sustentável** para ser referência na criação de valor em negócios de beleza.

Em 2017, apesar das oscilações vividas pelo mercado de cosméticos – que teve um pequeno crescimento de 2,8% depois de dois anos de queda, segundo a Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC) –, o Grupo Boticário cresceu 7,5% em relação a 2016, alcançando um faturamento de R\$12,3 bilhões. Lançamos, ainda, 1.438 produtos, além de destinar 2,5% do faturamento para Pesquisa e Desenvolvimento. Foram abertos 127 novos pontos de venda, 61 deles lojas novas, mais do que o dobro planejado.

Esse bom resultado é fruto de uma **estratégia consistente**, que coloca o cliente no centro do processo, por meio do sistema omnichannel, e que faz avançar nossas operações por meio do conceito de indústria 4.0, baseado em **automação e inteligência cognitiva**, entre outras ferramentas disruptivas.



TRANSFORMAÇÃO AO NOSSO REDOR

Paixão por inovar



No segundo semestre de 2017, inauguramos o Botilab, um espaço coworking na sede, em São José dos Pinhais (PR). Nele, colaboradores do Grupo, startups e empresas parceiras encontram um **ambiente moderno, convidativo à inovação** e que integra profissionais de diversas áreas na busca de ideias disruptivas para criar valor dentro e fora da empresa.

A loja Ânfora, aberta no Rio de Janeiro, é um exemplo claro da vocação inovadora do Grupo e que apresenta a nossa concepção para o futuro do varejo físico, baseado na oferta de experiências para o consumidor *(leia mais na página 28)*.

Na área científica, o Grupo Boticário investe na **pesquisa de métodos alternativos** para entregar produtos seguros e eficazes sem que haja necessidade de testes em animais. Entre as tecnologias desenvolvidas com esse fim estão as já consagradas pele 3D e *organs on a chip*, que simula um órgão humano em um chip.

TRANSFORMAÇÃO AO NOSSO REDOR

Investimento Social Privado

O Grupo Boticário investe 1% da receita líquida da indústria em iniciativas de educação e cultura, lideradas pelo Instituto Grupo Boticário, e na **conservação da natureza**, via Fundação Grupo Boticário.

O Instituto Grupo Boticário **promove a disseminação da cultura por meio de projetos** que incentivam experiências voltadas a ampliação da visão de mundo, valorizam o relacionamento entre as pessoas e ampliam seus repertórios. A Política de Investimento Social Privado do Grupo Boticário orienta o **apoio proporcionado a espaços culturais, projetos socioculturais e esportivos, além da preservação de Memória do Grupo**. Aos recursos do Instituto, somam-se outros, provenientes de leis de incentivo.

Ao todo, mais de 937.633 pessoas foram impactadas pelos 57 projetos apoiados pelo Instituto Grupo Boticário e 9.995 empregos diretos e indiretos foram gerados. Desse total, 33 projetos são ligados à cultura e cinco ao esporte.

O programa Nossa Memória Organizacional, além de cuidar da exposição Histórias Grupo Boticário, encerrou 2017 com quatro exposições temporárias realizadas e mais de 150.000 peças catalogadas no acervo e com a realização de quatro exposições temporárias sobre a história e curiosidades do Grupo Boticário.



TRANSFORMAÇÃO AO NOSSO REDOR

Investimento Social Privado



ESTAÇÃO NATUREZA PANTANAL - CORUMBÁ (MS)

17.000 visitantes em 2017

4 exposições temporárias

95% das escolas de Corumbá e Ladário visitaram a exposição em 2017



EXPOSIÇÃO ITINERANTE CONEXÃO ESTAÇÃO NATUREZA

13 milhões de pessoas impactadas em três anos percorrendo o Brasil

20 cidades

20 mil alunos sensibilizados



ESPAÇO DO OLFATO: UMA EXPERIÊNCIA ÚNICA E SENSORIAL

113.634 visitantes em 2017



TEATRO DR. BOTICA: ABRAM AS CORTINAS DA IMAGINAÇÃO

54 apresentações

7.459 espectadores de setembro a dezembro de 2017, em São Paulo (SP)

9 oficinas realizadas para comemorar o Dia das Crianças



TEATRO DE BONECOS DO DR. BOTICA: UM MUNDO CHEIO DE HISTÓRIAS E FANTASIAS - CURITIBA (PR)

60.335 espectadores em 2017

18 apresentações gratuitas e itinerantes

316 apresentações realizadas no teatro em 2017



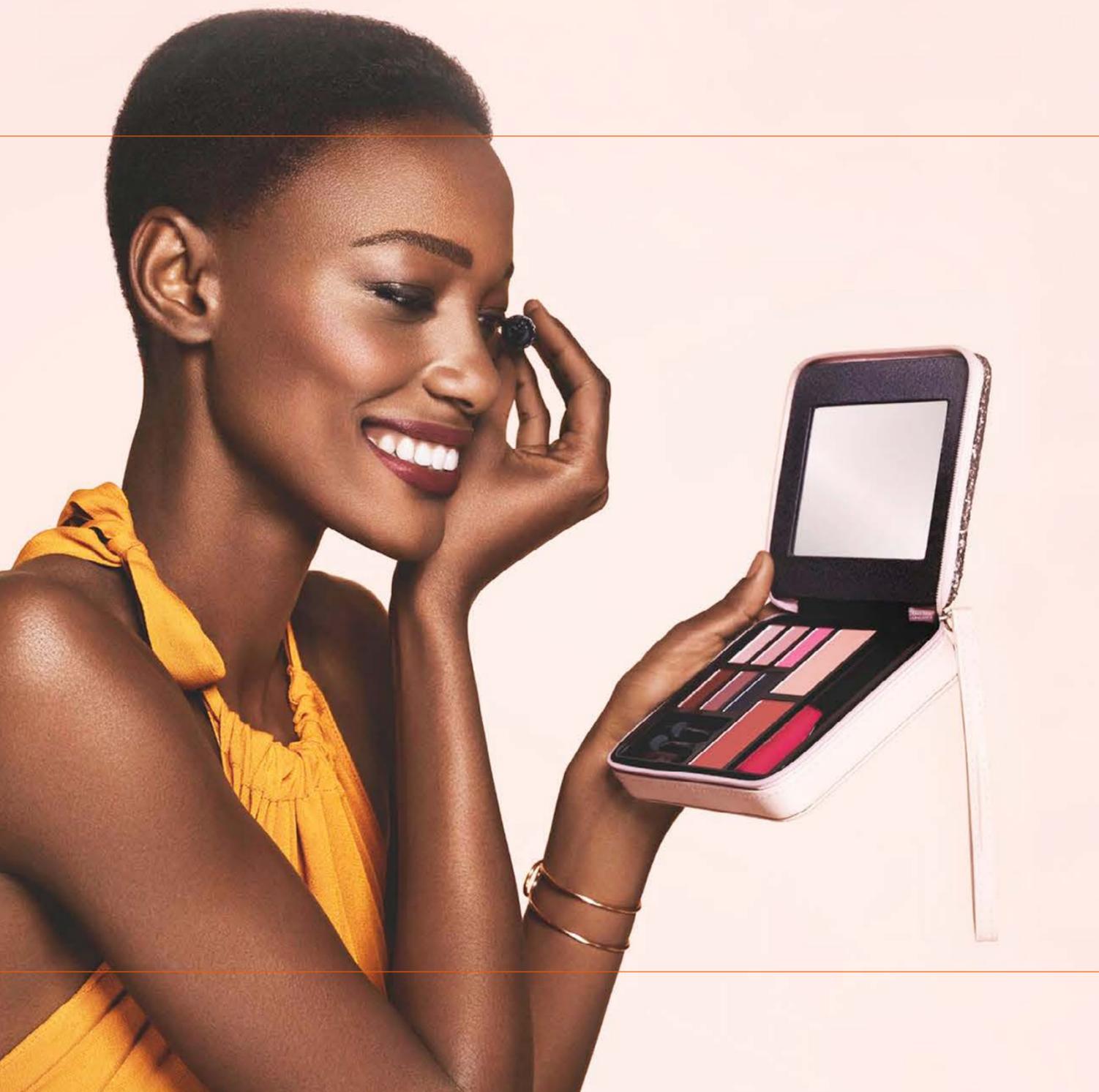
O MUNDO DO PERFUME: A EXPERIÊNCIA ATRAVÉS DOS SENTIDOS

Catavento Cultural inaugurado em outubro de 2017, em São Paulo (SP)

132.221 visitantes de setembro a dezembro de 2017, em São Paulo (SP)

TRANSFORMAÇÃO AO NOSSO REDOR

Representatividade em produtos



O posicionamento do Grupo Boticário diante da sociedade é de grande compromisso com a diversidade. Da estratégia de desenvolvimento de nossos produtos às nossas campanhas de comunicação, isto é, de uma ponta a outra do processo, buscamos **valorizar a beleza da diversidade e o poder da convivência entre diferentes**.

Lideradas pelas áreas de Marketing de Produtos, de Pesquisa e Desenvolvimento e de Sustentabilidade, as iniciativas de trazer a diversidade para os produtos tiveram alguns destaques em 2017, seja em pesquisa, desenvolvimento, comunicação, lançamento, força de vendas e atendimento ao consumidor:

Pesquisa no Clube Viva (fidelidade de O Boticário)

com amostras representativas de cada região para entender o perfil e as características físicas dos consumidores cadastrados como raça ou alguma deficiência, por exemplo em conta a autodeclaração.

Consultoria de conteúdo com pesquisadoras, blogueiras e influenciadoras

para a curadoria do projeto e Workshop de Cocriação.

Em quem disse, berenice?,

lançamento de produtos que contemplam 99% do espectro de tons de pele da população brasileira.

TRANSFORMAÇÃO AO NOSSO REDOR

Fornecedores

O Grupo Boticário tem o compromisso de exercer influência positiva sobre a sua cadeia de valor e ser reconhecido como acelerador da transformação dos fornecedores em empreendedores sustentáveis. Por isso, trabalha junto com seus parceiros para impulsionar inovação sustentável na cadeia de fornecimento.

Iniciativas como Programas de Avaliação e Desenvolvimento de Fornecedores (PADF) e Programa de Parceria em Ecoeficiência são exemplos de como esse trabalho é feito.

No PADF, em atuação há 21 anos, as empresas fornecedoras são avaliadas em aspectos relacionados aos negócios, inclusive sustentabilidade, que tem peso relevante na nota final. Ao longo do processo, recebem feedbacks sobre seu desempenho e são orientadas acerca das **melhores políticas e práticas** para melhorarem seus indicadores. Aquelas que conseguem apresentar os melhores resultados, de maneira consistente, são reconhecidas pelo Grupo, inclusive com uma categoria específica sobre Sustentabilidade.

Os processos de **gestão da água, da energia, dos resíduos e das emissões** são temas prioritários no desenvolvimento dos fornecedores e têm grande peso na avaliação anual deles. Em casos extremos, as não conformidades podem levar à reprovação no processo e consequente exclusão do fornecedor. O acompanhamento se dá continuamente nas reuniões de alinhamento semanal.

Cada não conformidade ambiental e social detectada resulta em um plano de ação para o desenvolvimento do fornecedor. Anualmente, consolidamos um parecer individual sobre a operação de cada parceiro, identificando **oportunidades e redução de riscos**, e compartilhamos nas reuniões de devolutiva do PADF: em 2017, 100% dos fornecedores estratégicos e relevantes (74 parceiros) participaram desses encontros. O acompanhamento se dá continuamente nas reuniões de alinhamento semanal.



TRANSFORMAÇÃO AO NOSSO REDOR

Fornecedores

 **115**
líderes presentes
na Oficina
de Fornecedores



Artur Grynbaun no Encontro de Fornecedores

 **88%**
engajamento
dos fornecedores

De um total de 343 fornecedores sujeitos a avaliação em 2017, 101 diretos e 66 indiretos foram submetidos às **avaliações de impacto ambiental**. Os 74 fornecedores considerados estratégicos puderam proceder sua autoavaliação online.

Já o Programa de Parceria em Ecoeficiência engaja, desde 2015, os nossos parceiros na implementação de **projetos para a redução do consumo de água, energia, emissões de gases de efeito estufa e a geração de resíduos**. Durante o projeto, o fornecedor recebe consultoria técnica gratuita e indicações de pontos de melhorias. Os fornecedores, por sua vez, assumem o compromisso de executar os planos, parcial ou integralmente, com acompanhamento trimestral.

A expectativa do Grupo é, até 2020, envolver 100% dos fornecedores estratégicos, considerando a base de 2017, no Programa de Parceria em Ecoeficiência.

Em 2017, o trabalho realizado com 10 fornecedores em 12 plantas permitiu a economia de 43.400 m³ de água, o equivalente a 17 piscinas olímpicas; 10.300 MWh de energia elétrica, o equivalente ao consumo de 9 mil pessoas; 41 toneladas de CO₂e, um volume correspondente a 115 viagens de Camaçari (BA) a São José dos Pinhais (PR). Esse desempenho resultou em se evitar custos de cerca de R\$ 3,5 milhões.

Outro destaque do ano foi a realização da Oficina de Fornecedores, voltada para a comunicação dos principais norteadores para o ano seguinte em **inovação e sustentabilidade**. A edição de 2017 contou com a presença de 115 líderes, com 88% de engajamento dos fornecedores. Cerca de 17mil pessoas foram impactadas nas redes sociais e houve 4,7 mil visualizações da transmissão online da Oficina.

TRANSFORMAÇÃO AO NOSSO REDOR

Práticas de compra

O Grupo Boticário tem entre seus objetivos de sustentabilidade atingir a marca de R\$2 bilhões por meio de compras sustentáveis até 2024, por isso busca estabelecer **parcerias consistentes** com seus fornecedores, diretos e indiretos.

Em 2017, o Grupo Boticário se relacionou com 214 fornecedores ativos diretos e 3.491 indiretos. Ao longo do ano, 29 novas empresas passaram a fazer parte da categoria de fornecedores diretos e 1.423 de indiretos.

Dos fornecedores de materiais diretos, 60% estão localizados no estado de São Paulo, 20% nos



estados da região Sul do Brasil e, aproximadamente, 6% na Bahia. O restante está nos demais estados do Brasil e no exterior. Entre os fornecedores de materiais e serviços indiretos, 44% se encontram no Paraná, 37% no estado de São Paulo e 6,5% na Bahia. Os demais fornecedores estão nos outros estados do país e 0,8% no exterior.

As compras de materiais diretos do Grupo Boticário totalizaram R\$1,5 bilhão em 2017. Cerca de 90% dessas compras foram realizadas de **fornecedores distribuídos dentro do território brasileiro**.

Os dez por cento restantes



se distribuem por empresas localizadas na **Europa, Ásia ou demais países da América**. Esses materiais podem ser divididos em acessórios, matérias-primas, fragrâncias, plásticos, vidros, papéis, metais, maquiagem, válvulas e terceirizações.

Já as compras de materiais indiretos alcançaram R\$1,9 bilhão e 99% delas se deram em território nacional. Entre os itens considerados indiretos, estão materiais e serviços administrativos, facilities, frotas, RH, TI, treinamento, auditoria, consultoria e construção civil, entre outros.

VALORIZAMOS QUEM ESTÁ CONOSCO

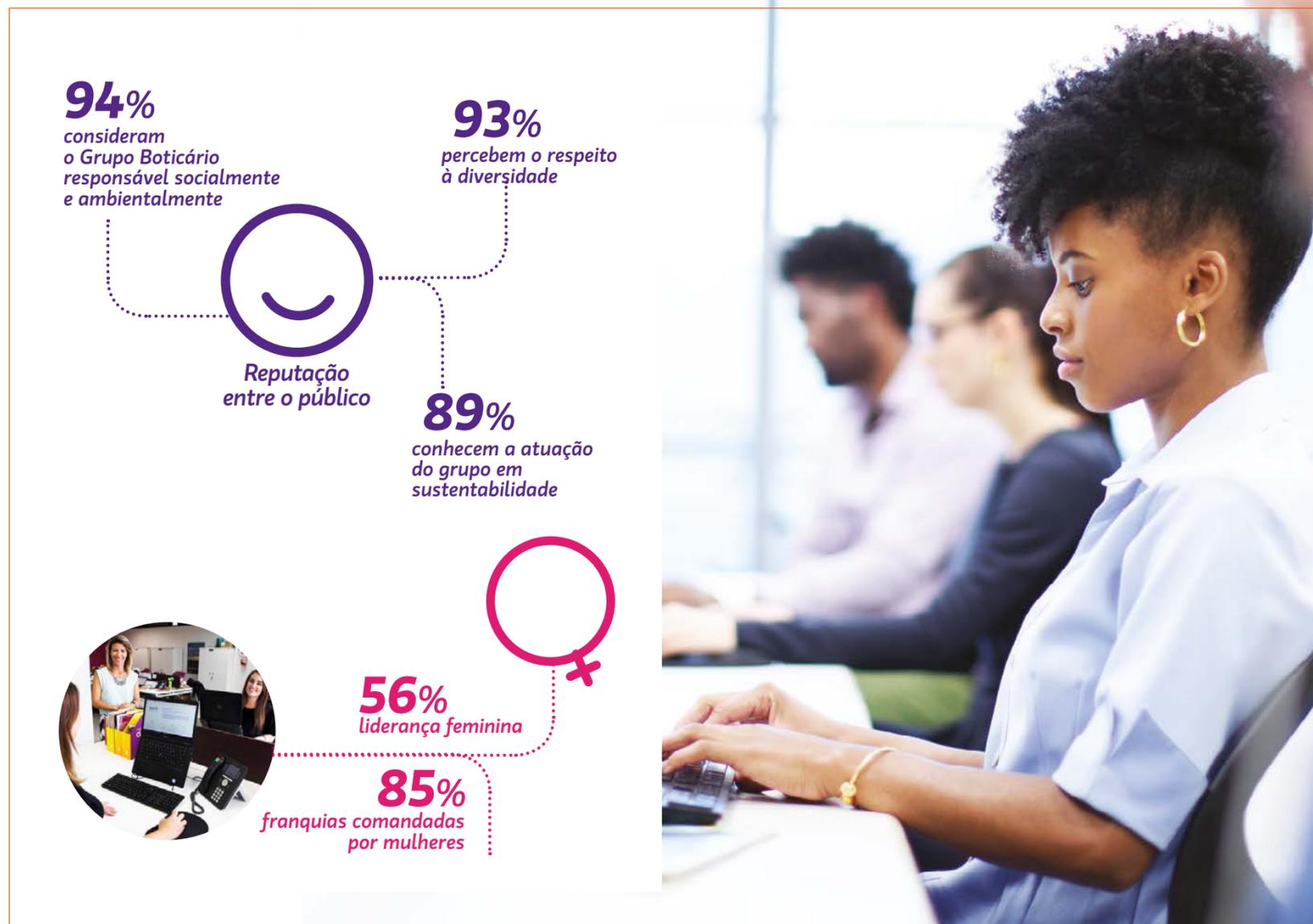
O **Grupo Boticário** tem entre seus valores corporativos a **valorização das pessoas e relações**. Esta é uma das forças que nos fizeram chegar até aqui. Acreditamos no potencial de quem faz parte da nossa equipe e valorizamos o papel de cada um na construção do nosso futuro. Temos concentrado esforços para prestigiar a **diversidade** em todos os nossos públicos de relacionamento – da atração e retenção de talentos ao relacionamento com o consumidor – pois, entendemos que nela reside **a inovação e a pluralidade de ideias** para a **construção** de uma sociedade mais justa e sustentável.

Esse compromisso levou o **Grupo Boticário** a ficar, pelo quarto ano consecutivo, entre as **150 melhores empresas para trabalhar no Brasil**, selecionadas pela revista *Você S/A*, e também entre as melhores para começar a carreira.

Desde o primeiro dia de trabalho, cada um de nossos colaboradores é apresentado aos nossos valores e passa a contar com uma estrutura de apoio que o ajuda a potencializar suas entregas cotidianas. Também há práticas específicas para lideranças – nosso grande **canal de engajamento** – como o Fórum de Gestão, em que os temas relativos à sustentabilidade e responsabilidade social corporativa estão sempre presentes, ampliando conhecimento e sensibilização deste público.

Como resultado, nossos colaboradores estão engajados e avaliam muito bem nosso desempenho de sustentabilidade. Segundo pesquisa interna, 94% deles consideram o Grupo Boticário responsável socialmente e ambientalmente; 93% percebem nosso **compromisso com o respeito à diversidade**; e 89% dizem conhecer a atuação do Grupo Boticário em Sustentabilidade.

Nos diferentes pontos de nossa cadeia de valor, buscamos, ainda, abrir espaço para práticas de **empoderamento das mulheres**, por entendermos nosso papel no seguimento em que atuamos. Nos orgulhamos de manter a marca de 56% de mulheres em posições de liderança e 85% das nossas franquias comandadas por mulheres. Também destacamos duas preocupações especiais com todos os nossos públicos: a educação corporativa e a avaliação de desempenho.



VALORIZAMOS QUEM ESTÁ CONOSCO

Diversidade e empoderamento de mulheres

Promover a equidade sempre foi prioridade aqui no Grupo Boticário: tanto para nosso público interno quanto na cadeia de valor, queremos ser uma influência positiva para a sociedade neste tema para que possam ser multiplicadores de atitudes positivas. Desejamos que todos possam entender que cada um tem um papel e uma contribuição a dar para vivermos em uma sociedade mais justa e equitativa.

Diligentemente trabalhamos para melhorar nossas práticas dentro de casa, oferecendo **oportunidades iguais para todos**, independentemente de qualquer característica individual. Fazemos o monitoramento trimestral dos indicadores relativos à diversidade para identificarmos oportunidades de ação.

Progressivamente, visamos materializar essa crença na comunicação das nossas marcas, valorizando aspectos de representatividade, tanto de pessoas como de momentos reais. Promovemos campanhas internas para sensibilização sobre o tema entre nossos colaboradores e realizamos **treinamentos e capacitações** das equipes de Comunicação e Marketing e de toda a liderança sobre vieses inconscientes e adequação de campanhas publicitárias.

Essas iniciativas estão alinhadas aos compromissos, nacionais e globais, aos quais aderimos, como os Princípios de Empoderamento das Mulheres (WEPs, na sigla em inglês) das Nações Unidas e o Programa Pró-Equidade de Gênero e Raça da Secretaria Especial de Políticas para Mulheres, nas nossas

campanhas de comunicação (externas e internas) e na gestão da companhia, voltada para **garantir a liberdade de pensamento** e de expressão entre nossos colaboradores, assim como nas práticas de recrutamento e seleção.

Realizamos, em 2017, nosso primeiro censo interno de **identidade de gênero e orientação sexual**, com objetivo de levantar dados que nos permitissem avaliar a representatividade dos diversos grupos dentro do universo de nossos colaboradores. O questionário foi respondido de forma voluntária e aplicado de maneira a garantir o **respeito à privacidade** dos respondentes.

Também merecem destaque iniciativas como palestras de **empoderamento das mulheres** em eventos em eventos para debater e promover o tema entre os nossos stakeholders e a sociedade.

A nossa atuação resultou no reconhecimento do Grupo Boticário pelo Fórum Mulheres na Liderança, em parceria com a revista *Exame*, como 1º lugar em Monitoramento da Equidade de Gênero na edição de 2017. Também fomos reconhecidos como uma das 30 empresas que mais estimulam, por meio de práticas e de políticas, a **diversidade de gênero em todos os níveis hierárquicos** das empresas na América Latina.



VALORIZAMOS QUEM ESTÁ CONOSCO

Um outro olhar



Viés

CONFIRMATÓRIO

Quando procuramos só reafirmar nossas próprias ideias ao invés de ouvir e compreender opiniões diferentes. Tem relação com o fato de observarmos mais de perto a pessoa da qual desconfiamos do que as outras pessoas das quais não temos um preconceito a respeito.



Viés da AFINIDADE

É a tendência de gostar mais daqueles que se parecem com a gente.



Viés do EFEITO DE GRUPO

É a tendência de seguir o comportamento de um grupo, mesmo discordando, para evitar um embate de ideias.



Viés do EFEITO AURÉOLA

Quando usamos um aspecto da pessoa que gostamos e consideramos tudo o que ela faz como correto, sem um julgamento muito apurado.



Viés da PERCEPÇÃO

É quando uma pessoa tem as mesmas capacidades para executar qualquer função, mas é desconsiderada pelo estereótipo que fazemos do grupo ao qual ela pertence.

Para ampliar o **envolvimento das lideranças** com as questões de diversidade, foi realizado, em 2017, um treinamento sobre **Vieses Inconscientes** para todo o corpo gerencial. O objetivo era **sensibilizar** e **conscientizar** sobre preconceitos e pré-julgamentos sobre pessoas que têm perfis ou comportamentos diferentes dos nossos. Cinco aspectos foram abordados:

Nosso treinamento tem como fonte a ONU Mulheres:

http://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2016/04/Vieses_inconscientes_16_digital.pdf



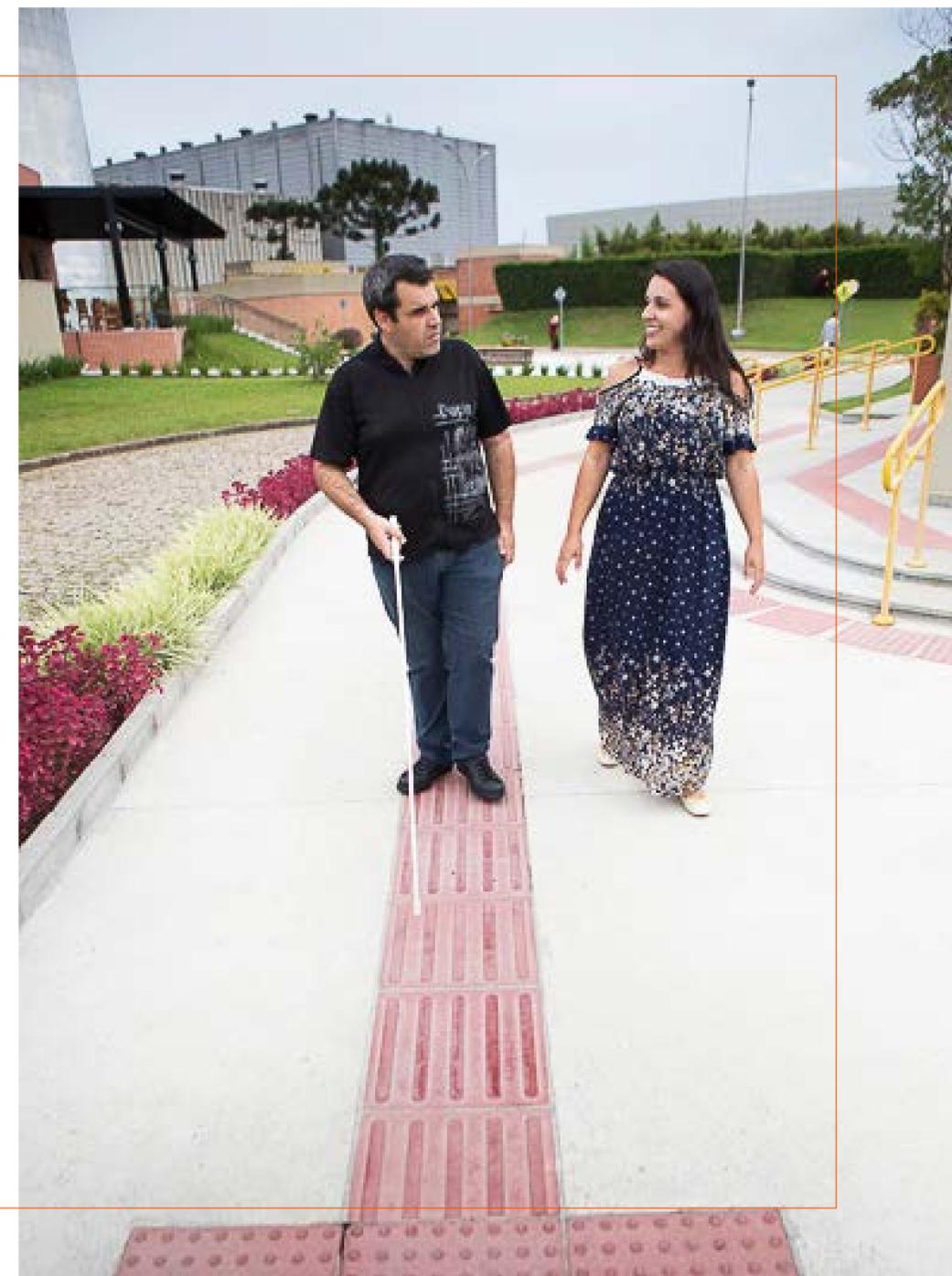
VALORIZAMOS QUEM ESTÁ CONOSCO

Unidades mais acessíveis



Realizamos o diagnóstico de acessibilidade na fábrica de **Camaçari (BA)** e no **CD de São Gonçalo dos Campos (BA)** para mapearmos todos os pontos que precisamos adequar para garantir a completa acessibilidade nos sites, projeto que deverá estar completo até o fim de 2018.

A iniciativa é inspirada nas adaptações já realizadas na planta de São José dos Pinhais, instaladas e utilizadas com **sucesso por colaboradores e visitantes com necessidades especiais**.



VALORIZAMOS QUEM ESTÁ CONOSCO

Educação corporativa: aprendendo a cada dia

Entendemos que a **multiplicação do conhecimento** é um processo estratégico, que, para funcionar, precisa ser de responsabilidade de todos os colaboradores. Para garantir esse movimento, o Grupo Boticário promove programas e ações de desenvolvimento e capacitação voltados para incentivar o aprendizado, desenvolver as competências, estimular o **autodesenvolvimento dos colaboradores**, influenciar o desempenho e **fortalecer a cultura inclusiva e de respeito**, que é nossa característica.

Entre as nossas principais ferramentas de educação corporativa estão os **treinamentos e as ações desenvolvimento**, como os programas de Coaching e de Business Partner, além do Complemento Educacional, que consiste no pagamento parcial de cursos técnicos, graduação ou pós-graduação para colaboradores.

Em 2017, foram mais de 130 mil horas de treinamento, um número quase 40% superior ao de 2016, abrangendo todos os níveis funcionais. Durante o ano, foram acrescentados cerca de 30 novos títulos de treinamentos online, além da atualização das trilhas de desenvolvimento já existentes. Entre as novidades, teve início o programa "Escola de Mercado e Varejo", com o objetivo de **concentrar esforços de todas as áreas da empresa** – do corporativo às operações – colocando no centro das práticas o consumidor.

Número total de horas de treinamento por categoria [GRI 404-1]

6.675,5	<i>Executivos</i>	44,8
17.660,2	<i>Coordenação</i>	58,9
4.496,3	<i>Supervisores</i>	33,3
55.970	<i>Téc. Especializados</i>	31,1
9.169,9	<i>Técnicos</i>	29,8
10.014,8	<i>Administrativos</i>	12,5
23.769,5	<i>Operacionais</i>	16,9
1.298,5	<i>Estagiários</i>	18,3
1.135,5	<i>Jovem Aprendiz</i>	7,9
130.189,3	TOTAL	25,4

Média de horas de treinamento por empregado

Total de horas de treinamento por gênero



VALORIZAMOS QUEM ESTÁ CONOSCO

Avaliação de desempenho

[GRI 404-3]

O Grupo Boticário acredita no **reconhecimento e na premiação por mérito**, conduzido por intermédio do nosso programa de Gestão de Desempenho, que leva em consideração os resultados gerados pelo colaborador, **independentemente de gênero, raça, idade ou qualquer outra característica individual**.

Os resultados gerados por esse processo funcionam como norteadores para nossas práticas de gestão de pessoas (gestão de talentos, processo sucessório, movimentações salariais e desenvolvimento, entre outras), sempre em acordo com nossos valores e compromissos, tais como **representatividade, diversidade, integridade e valorização das pessoas**. Importante destacar que, entre as competências avaliadas nos gestores está a **valorização das diferenças** como alavanca de desenvolvimento de carreira, tanto dentro da empresa como um fator de competitividade no mercado.



Total de colaboradores avaliados (2017)

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

*Com base no total de colaboradores elegíveis (1.331)



ÍNDICE GRI E ANEXOS

ÍNDICE GRI E ANEXOS

Para ler este relatório

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

O Grupo Boticário apresenta a edição de seu relatório de sustentabilidade referente ao ano de 2017. Neste ano, pela primeira vez, o relatório foi preparado de acordo com a GRI Standards: opção essencial.

Como nos outros anos, o conteúdo da publicação foi pautado por dois aspectos: as atividades do Grupo Boticário, ao longo do ano, e os temas materiais da organização e dos principais públicos com que ele se relaciona. A partir desta edição, o nosso relatório também busca avançar na integração entre suas realizações ambientais, sociais e de governança e o desempenho financeiro, com o objetivo de tornar mais claro o valor que geramos para nossas partes interessadas.

O conteúdo deste ano apresenta as atividades do grupo a partir o tema “O Valor da beleza transforma o mundo ao nosso redor”, que orienta e dá unidade às informações apresentadas. Essa narrativa é subdividida em duas partes: Institucional – que apresenta o grupo, suas empresas e produtos – e o “O futuro a gente constrói hoje”, um conjunto de quatro capítulos que apresentam nosso desempenho, forma de gestão e metas para os próximos anos.

Materialidade e indicadores

No processo de adaptação à nova metodologia da Global Reporting Initiative, que incentiva o foco nos temas, aspectos e indicadores realmente materiais de nossa operação e do relacionamento com nossas partes interessadas, fizemos uma nova revisão e priorização dos aspectos essenciais do relato, sempre com base nos temas materiais que são apontados na Agenda Estratégica de Sustentabilidade do Grupo Boticário e que são confirmados anualmente por meio de consultas.

Em 2016, essa revisão se deu por meio da realização da pesquisa de reputação, que ouviu mais de 1.500 pessoas, distribuídas entre os principais públicos de interesse do Grupo Boticário: colaboradores, franqueados, universitários, fornecedores, governo e órgãos reguladores, imprensa e associações.

Ao fim do processo, foram definidos 15 temas críticos de sustentabilidade, com base nos riscos e oportunidades para a empresa no curto, médio e longo prazo, assim como os temas prioritários para as partes interessadas, que constituem a matriz de materialidade do Grupo Boticário, todos com alta priorização:

- Desenvolvimento das comunidades; • Desenvolvimento da cadeia de fornecedores;
- Sustentabilidade na rede de franquias; • Utilização de materiais sustentáveis nas lojas;
- Descarte, reciclagem e coleta de embalagens; • Utilização de recursos naturais renováveis;
- Redução do consumo de recursos; • Empoderamento Feminino.

Foi a partir desta lista que definimos os aspectos materiais previstos na metodologia GRI e que são relatados e têm seus indicadores apresentados nesta publicação. Por outro lado, outros temas não previstos entre os indicadores e temas da GRI são contemplados. Isso possibilita uma visão detalhada de como o Grupo Boticário trabalhou para fazer sua gestão e operação mais sustentáveis, criando valor para suas partes interessadas sem se descuidar do compromisso com o planeta e as gerações futuras.



ÍNDICE GRI E ANEXOS

Verificação externa

[GRI 102-56]

O Grupo Boticário submeteu seu Relatório de Sustentabilidade à verificação externa a fim de conferir mais credibilidade ao processo. A verificação externa foi realizada novamente pela Prof^a Dra. Priscila Borin Claro, Doutora em Administração, Ambiente e Desenvolvimento pela Universidade Federal de Lavras, Professora do Insper, onde é responsável pelo Núcleo de Estudos em Meio Ambiente e Centros Urbanos e Co-Chair do PRME/ONU Brasil. A verificação foi feita levando-se em conta o GRI Standards.

A verificação se limita ao relatório final apresentado e anexos (tabelas de indicadores GRI materiais). O processo de avaliação envolveu uma análise geral do relatório em relação ao contexto e às estratégias de sustentabilidade, incluindo teste de materialidade e conteúdos das respostas aos indicadores GRI selecionados. Os critérios utilizados foram os seguintes: representatividade e inclusão de stakeholders, completude, objetividade, clareza, equilíbrio entre evidências quantitativas e qualitativas, amplitude temporal e a completude das respostas. As principais conclusões foram:

Contexto de Sustentabilidade, Materialidade e Inclusão de Stakeholders

O relatório deixa claro como o Grupo Boticário contribui, por meio de seus negócios e estratégias, para o desenvolvimento ambiental, social e econômico a nível local, regional e nacional em toda a cadeia de valor. Ainda em contexto, o formato do relatório permite entendimento dos resultados alcançados, das estratégias que foram executadas para alcance dos mesmos e das metas futuras em relação ao desempenho desejado.

Um avanço no relatório deste ano é a apresentação detalhada sobre a pesquisa realizada para o teste de materialidade, os resultados obtidos bem como os grupos de stakeholders envolvidos. O tamanho e a diversidade da amostra garantem representatividade e inclusão dos diferentes grupos de stakeholders na pesquisa.

Objetividade, Clareza e Comparabilidade

A escolha pelo padrão GRI Standard influenciou positivamente o formato do relatório. As respostas aos indicadores são objetivas e ao mesmo tempo, completas. Informações específicas nos aspectos materiais podem ser facilmente encontrados pelos stakeholders, principalmente nas figuras, tabelas, esquemas e textos realçados.

O corpo do relatório apresenta informações claras e em linguagem acessível para um público não especialista, com representação de desempenho por meio de indicadores intuitivos.

Percebe-se um esforço evidente em desenvolver um relato integrado. Ou seja, fica evidente como as questões relacionadas a sustentabilidade ambiental e social se relacionam aos negócios do Grupo Boticário.

Para facilitar ainda mais o entendimento do desempenho do Grupo ao longo do tempo o relatório apresenta, para a grande maioria dos indicadores específicos, os desempenhos passados. Isto permite uma avaliação comparativa. O ideal é expandir esta boa prática para todos os indicadores.

O relatório poderia trazer informações sobre exemplos de empresas ou projetos que são benchmarks nos aspectos materiais para os negócios do Grupo como sugere o GRI Standards. Este ponto poderia ser implementado em relatórios futuros com vistas a favorecer ainda mais o critério de comparabilidade.

Equilíbrio, Exatidão e Completude

A tabela GRI e o texto apresentam as respostas aos indicadores qualitativos e quantitativos sobre o desempenho de sustentabilidade do Grupo. O relatório apresenta alguns resultados negativos por exemplo para o tema consumo de água.

Mais importante que reportar o resultado negativo (aumento de consumo de água), o relatório apresenta justificativas e estratégias futuras para reduzir o problema. As análises qualitativas são consistentes com os indicadores quantitativos disponíveis. Em geral, o relatório cumpre os requisitos de publicação dos escopos, limites dos aspectos e detalhamento de período para os indicadores selecionados.

Conclusões

O relatório se enquadra no GRI Standard, opção “Essencial ou Core” das Diretrizes.

O relatório apresenta de forma qualitativa e detalhada o posicionamento, as estratégias, os resultados e as metas futuras do Grupo Boticário em relação à Sustentabilidade, bem como os limites de atuação priorizados pelos diferentes stakeholders.

Como desenvolvimentos futuros sugere-se que o Grupo demonstre seu comprometimento com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU, alinhando o que tem sido boas práticas corporativas no Brasil e no Mundo em relação a Relatório de Sustentabilidade.



Priscila Borin de Oliveira Claro

São Paulo, Agosto de 2018

ÍNDICE GRI E ANEXOS

Tabela GRI

Item de divulgação	Página/resposta	Omissão	Princípios do Pacto Global
GRI 101: Fundamentos 2016			
GRI 102: Divulgações gerais 2016 – Perfil organizacional			
102-1 Nome da organização	4		
102-2 Atividades, marcas, produtos e serviços	4		
102-3 Localização da sede da organização	4		
102-4 Localização das operações	4		
102-5 Natureza da propriedade e forma jurídica	4		
102-6 Mercados atendidos	4		
102-7 Porte da organização	4		
102-8 Informações sobre empregados e outros trabalhadores	4		3
102-9 Cadeia de fornecedores	9		
102-10 Mudanças significativas na organização e na sua cadeia de fornecedores	10 - 15		
102-11 Abordagem do princípio da precaução	65 (Nota I)		
102-13 Participação em associações	65 (Nota II)		
GRI 102: Divulgações gerais 2016 – Estratégia			
102-14 Declaração do decisor mais graduado	7 - 8		
GRI 102: Divulgações gerais 2016 – Ética e integridade			
102-16 Valores, princípios, padrões e normas de comportamento	5		10
GRI 102: Divulgações gerais 2016 – Governança			
102-18 Estrutura de governança	19		
GRI 102: Divulgações gerais 2016 – Engajamento das partes interessadas			
102-40 Lista de grupos de <i>stakeholders</i>	62		
102-41 Acordos de negociação coletiva	65 (Nota III)		
102-42 Identificação e seleção de <i>stakeholders</i>	62		

Item de divulgação	Página/resposta	Omissão	Princípios do Pacto Global
102-43 Abordagem para engajamento de <i>stakeholders</i>	62		
102-44 Principais tópicos e preocupações levantadas	62		
GRI 102: Divulgações gerais 2016 – Práticas de relato			
102-45 Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas	10-15		
102-46 Definição do conteúdo do relatório e seus limites	62		
102-47 Lista de tópicos materiais	62		
102-48 Reformulações de informações	Não houve		
102-49 Alterações no relatório	Não houve		
102-50 Período coberto pelo relatório	1º de janeiro de 2017 a 31 de dezembro de 2017		
102-51 Data do relatório mais recente	30 de junho de 2017		
102-52 Ciclo de emissão	anual		
102-53 Ponto de contato para perguntas sobre o relatório	66		
102-54 Opção de acordo do Padrão GRI	62		
102-55 Sumário de conteúdo GRI	64-66		
102-56 Asseguração externa	63		
GRI 302: Energia 2016			
103-1 Explicação do tema material e seus limites	37-38		
103-2 A forma de gestão e seus componentes	37-38		
103-3 Evolução da forma de gestão	37-38		
302-3 Intensidade energética	37		7, 8 e 9
302-5: Reduções nos requisitos energéticos de produtos e serviços	38		7, 8 e 9
GRI 303: Água 2016			
103-1 Explicação do tema material e seus limites	36		
103-2 A forma de gestão e seus componentes	36		
103-3 Evolução da forma de gestão	36		

ÍNDICE GRI E ANEXOS

Tabela GRI

Item de divulgação	Página/resposta	Omissão	Princípios do Pacto Global
303-1 Retirada de água por fonte	36		7 e 8
303-3 Água reciclada e reutilizada	36		7 e 8
GRI 305: Emissões 2016			
103-1 Explicação do tema material e seus limites	38		
103-2 A forma de gestão e seus componentes	38		
103-3 Evolução da forma de gestão	38		
305-1 Emissões diretas de gases de efeito estufa (GEE) (Escopo 1)	39		7 e 8
305-2 Emissões indiretas de gases de efeito estufa (GEE) (Escopo 2)	39		7 e 8
305-3 Emissões indiretas de gases de efeito estufa GEE) (Escopo 3)	39		7 e 8
305-4 Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	39		7 e 8
GRI 404: Treinamento e educação 2016			
103-1 Explicação do tema material e seus limites	59 - 60		
103-2 A forma de gestão e seus componentes	59 -60		
103-3 Evolução da forma de gestão	59 - 60		
404-1 Média de horas de treinamento por ano por empregado	59		
404-3 Percentual de empregados que recebem regularmente análises de desempenho e de desenvolvimento de carreira	60		
GRI 416: Saúde e segurança do cliente 2016			
103-1 Explicação do tema material e seus limites	24 - 25		
103-2 A forma de gestão e seus componentes	24 - 25		
103-3 Evolução da forma de gestão	24 - 25		
103-3 Evolução da forma de gestão	24 - 25		
416-1 Percentual de categorias de produtos e serviços significativas para as quais são avaliados impactos na saúde e segurança buscando melhorias.	25		
416-2 Número total de casos de não conformidade com regulamentos e códigos voluntários relacionados aos impactos causados por produtos e serviços na saúde e segurança durante seu ciclo de vida, discriminados por tipo de resultado	25		

Item de divulgação	Página/resposta	Omissão	Princípios do Pacto Global
GRI 417: Rotulagem de produtos e serviços 2016			
103-1 Explicação do tema materia e seus limites	24 - 26		
103-2 A forma de gestão e seus componentes	24 - 26		
103-3 Evolução da forma de gestão	24 - 26		
417-1 Tipo de informações sobre produtos e serviços exigidas pelos procedimentos da organização referentes ainformações e rotulagem de produtos e serviços e percentual de categorias significativas sujeitas a essas exigências	26		

Nota I

O princípio da precaução guia as atividades do grupo com ações antecipatórias para proteger a saúde dos envolvidos e o meio ambiente. Além disso, há as ações de preservação de áreas e reservas naturais e a proteção das espécies por meio da Fundação Grupo Boticário de Proteção a Natureza. A aplicação do princípio da precaução é essencial nas tomadas de decisões do GB e serve de base para a execução de muitos projetos e atividades. Ainda que não haja evidências que estabeleçam uma relação entre a atividade e os seus efeitos, o GB se antecipa e busca uma tratativa, tomando as medidas necessárias para impedir a ocorrência do impacto negativo.

Nota II

Associação Brasileira de Anunciantes (ABA); Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (ABERJE); Associação Brasileira de Embalagem (ABRE); Associação Brasileira de Franchising (ABF); Associação Brasileira de Indústrias de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC); Associação Brasileira de Propriedade Intelectual (ABPI); Associação Brasileira de Recursos Humanos (ABRH); Associação de Usuários de Informática e Telecomunicação do Paraná (Sucesu-PR); Câmara Americana de Comércio Para o Brasil (Amcham Brasil); Centro de Estudos em Sustentabilidade (GVces) da Fundação Getulio Vargas (FGV-EAESP)- Empresas pelo Clima e Inovação e Sustentabilidade na Cadeia de Valor; Confederação Nacional da Indústria (CNI); Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS); Conselho Paranaense de Cidadania Empresarial (FIEP); Comitê de Responsabilidade Social (FIEB); Endeavor Paraná; GHG Protocol; Grupo Informal de Empresas sobre Expatriação (GAE); Grupo de Profissionais de Meio Ambiente das Indústrias do Paraná (GPMAI); Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE); Instituto Akatu; Instituto Brasileiro de Inteligência de Mercado (IBRAMERC); Instituto para Desenvolvimento do Varejo (IDV); Instituto Ethos; Junior Achievement; Rede Empresarial Brasileira de Avaliação de Ciclo de Vida; Rede Nacional de Métodos Alternativos (RENAMA); SBMalt: Sociedade Brasileira de Métodos Alternativos.

Nota III

100% dos empregados são abrangidos pelas convenções coletivas de trabalho de cada localidade, ocorrendo o mesmo com os acordos coletivos de trabalho relativos ao programa de participação dos resultados e banco de compensação de horas para 95% das equipes administrativas.

Coordenação
Grupo Boticário

Edição, conteúdo, design e indicadores
Approach Comunicação

Editora-executiva
Monique Cardoso

Diretora de Arte
Karina Rohde

Projeto Gráfico e Diagramação
Tati Rivoire

Consultoria GRI
Marcelo Vieira

Fotografia
Banco de imagens Grupo Boticário



grupo boticário
beleza é o que a gente faz