

**Creamos oportunidades
para cumplir *Sueños***

2018
INFORME DE
SUSTENTABILIDAD

GrupoBoticário 

-
- 3 RETROSPECTIVA DEL AÑO
POR TEMAS Y NÚMEROS
4 INTERNACIONAL
5 MENSAJES

INSTITUCIONAL

- 10 NUESTRA ESENCIA
12 MARCAS
19 PREMIOS
20 MODELO DE NEGOCIOS
21 GOBIERNO
22 GESTIÓN DE RIESGOS

CREAMOS OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

- 24 EL VALOR QUE CREAMOS
25 NUESTRO DESEMPEÑO
29 LO QUE ENTENDEMOS COMO INNOVACIÓN
33 SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

LA BELLEZA DEL SER HUMANO

- 56 VIVIR LA DIVERSIDAD ES LA FORMA MÁS LEGÍTIMA DE TRANSFORMAR EL MUNDO A NUESTRO ALREDEDOR
66 NUESTRA CADENA ES DE VALOR
69 INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO: SUSTENTABILIDAD, NEGOCIOS Y DESARROLLO SOCIAL

LA CONSERVACIÓN DE LA NATURALEZA ES NUESTRA CAUSA

- 38 NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
41 FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
45 ECOEFICIENCIA: SUSTENTABILIDAD DESDE LA ESTRUCTURA
49 CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
51 LOGÍSTICA INVERSA
53 GESTIÓN DE RESIDUOS

ANEXO

- 75 ÍNDICE GRI
76 VERIFICACIÓN EXTERNA
77 MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
85 RELACIONES INSTITUCIONALES

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIENCIA
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



Retrospectiva del año en temas y números

En 2018, crecimos **7 %**

11% con Vult:
casi siete veces más
que la economía
brasileña

Ingresos
R\$ **13,2** billones

R\$ **13,7** billones con Vult

Colaboradores

12.349

8.649 mujeres
3.700 hombres

335 millones
de ítems producidos

380 millones
de productos
expedidos en los
tres centros de
distribución

Lanzamiento de
+ de **1,5** mil
productos, dentro
de un portafolio
que cuenta
+ de **10** mil ítems

Crecimiento

MULTICANAL

4 mil tiendas
e-commerce de
venta directa

con
81
nuevos PDVs
inaugurados
en 2018

77 %
de todos los productos
desarrollados por
el Grupo Boticário
en 2018 incluyeron
sustentabilidad en su
fórmula y/o envase

Presencia en
35 mil
puestos de venta del
comercio minorista

Tiendas Ânfora, O Boticário

modelo más sustentable

reducción del
consumo de
energía eléctrica
de hasta **63%**

Mejor empresa

del sector de Bienes
de Consumo en el Guía
"Exame" de Diversidad

para Trabajar en el sector de
Bienes de Consumo en el Guía
de la Revista "Você S/A"

el sector de Bienes de
Consumo en el Guía "Exame"
de Sustentabilidad



Implementamos el mejor programa de
Logística Inversa de Brasil. Proyecto
ganador del Premio Abihpec Beleza
Brasil, en la categoría Sustentabilidad

Certificado Cruelty Free emitida por
la ONG PETA (People for the Ethical
Treatment of Animals) para todas las
marcas fabricadas por el Grupo

Premio ECO en la categoría Procesos,
con su envase de vidrio reciclado

Portafolio vegano en O Boticário

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIENCIA
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



[102-6 | 102-7]

INTERNACIONAL

**Belleza
en cualquier lugar de Brasil
y en más de 15 países**

Somos internacionales

Nuestras marcas están ahora en 15 países >> Abrimos dos tiendas O Boticário en Dubai, en el más grande centro comercial del mundo, y seguimos construyendo puentes para ampliar nuestra presencia en el Medio Oriente >> Llegamos a Bolivia >> Nuestra línea Nativa SPA está en tiendas departamentales en Panamá >> *quem disse, berenice?* fue premiada en Portugal como la mejor marca de maquillaje del país

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEficiencia
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



Una cadena de emprendedores

El compromiso con los resultados sustentables es un valor para el Grupo Boticário, pues creemos que es a través de estos que construimos nuestro legado y cumplimos nuestra vocación como emprendedores de un mundo mejor.

Cada año, esperamos con ansias el momento en que, a través de nuestro informe de sustentabilidad, tendremos la oportunidad de compartir, con todos nuestros públicos, los desafíos, iniciativas y resultados que condujeron nuestro año. Más que un esfuerzo de transparencia, entendemos que es también la celebración de un viaje que construimos con esfuerzo y compromiso.

Hace un año, en el último informe, yo mismo escribí, en este espacio, que los excelentes resultados del 2017 ya predecían un 2018 prometedor, pero con algunas nubes en el horizonte, debido a los efectos de la crisis y de la inestabilidad. Ha sido en este escenario de optimismo, pero con incertidumbres, que hemos regresado para entregar un excelente resultado. El crecimiento del 7% y la adquisición de Vult son evidencias de que la valentía al emprender y el modelo de negocios enfocado en el valor que la belleza le da al mundo, son una combinación poderosa y eficaz.

Nuestras conquistas, sin embargo, superan la dimensión financiera. En el 2018, como en los años anteriores, tenemos buenas noticias para compartir sobre nuestra evolución en ecoeficiencia, el compromiso de nuestra cadena con la sustentabilidad y el valor creciente que la investigación y el desarrollo le han agregado a los productos.

Entre estos resultados, resalto el modelo más sustentable de puesto de venta, que hemos adoptado en la nuestra tienda llamada Loja Ânfora, de O Boticário. También celebro que 77% de los productos desarrollados en el 2018 presentan propiedades sustentable, ya sea en su fórmula o en su envase, además de la conquista del sello Cruelty Free, otorgado por la ONG People for the Ethical Treatment of Animals (PETA) y la presentación de nuestro portafolio de productos veganos, una demanda de nuestros consumidores.

Es de esta forma que queremos crecer: con el menor impacto ambiental posible, valorizando la belleza que las personas son capaces de construir y entregando resultados, continuamente, para todos.

ARTUR GRYNBAUM

Presidente del Grupo Boticário



APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOFICIENCIA
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



La valentía de hacer bien las cosas

Desde que abrimos nuestra primera tienda, enfocamos nuestras acciones orientados por el valor que tiene la belleza para mejorar el mundo y cambiar la vida de las personas. Existimos para que la vida de las personas sea más bonita, más optimista.

Desde nuestra función, plantamos la semilla de nuestro compromiso, de actuar de manera sustentable y correcta. Escogimos ser valientes al hacer bien las cosas, aunque esto exija de más esfuerzo y nos lleve a renunciar a resultados más fáciles e inmediatos.

Hoy en día, cuando observo a donde nos ha llevado nuestra convicción, siento una enorme felicidad al saber que es posible entregar los resultados que estamos presentando, sin sacrificar el compromiso de hacer del mundo un lugar más bello.

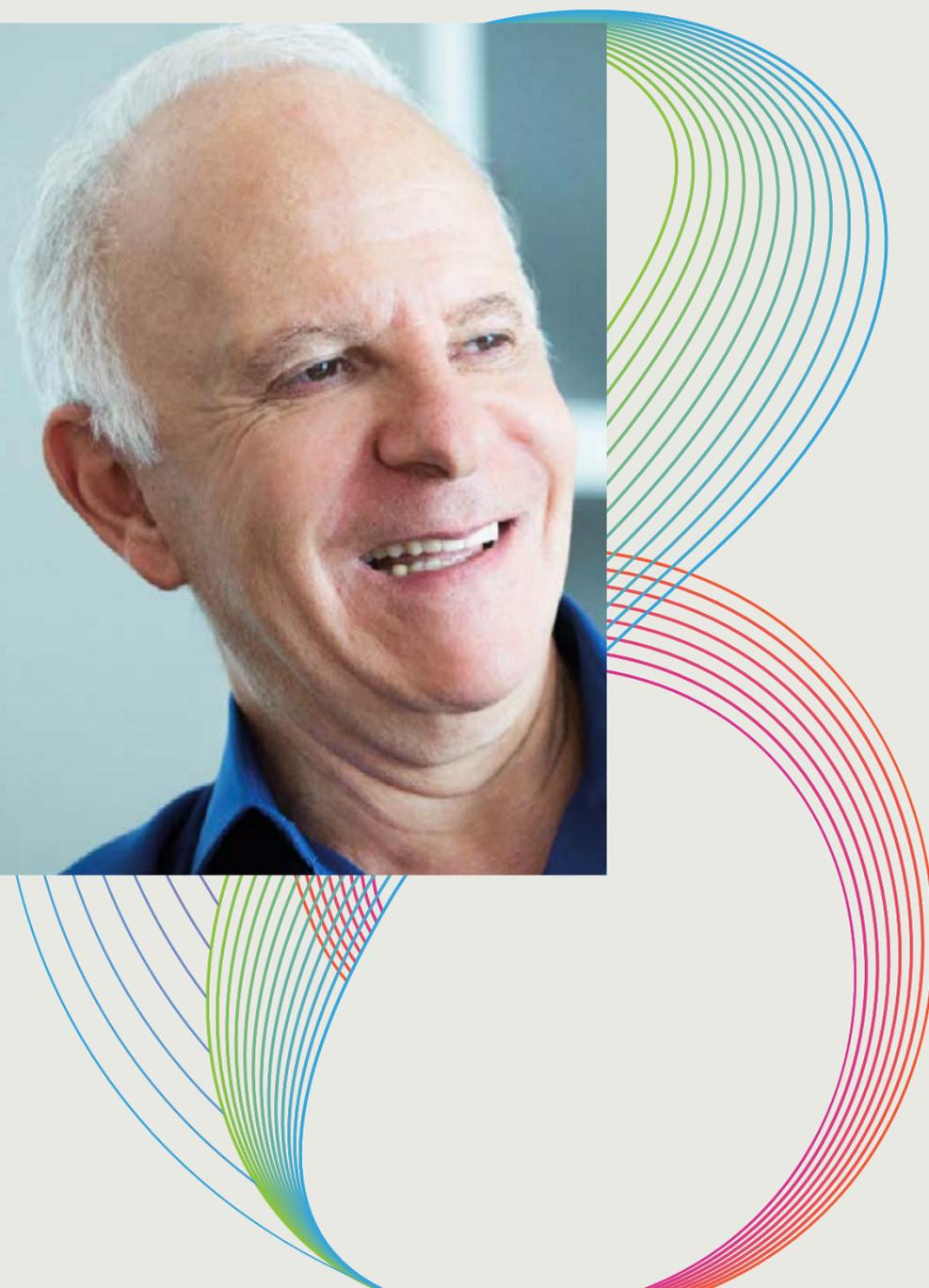
Nuestra actuación, basada en la sustentabilidad, en la diversidad, en la inclusión y en el respeto a todas las personas, sus decisiones y necesidades, ha dejado de ser, en los últimos años, la decisión de una empresa o de un grupo de personas: ahora es el criterio que define a quien está listo para construir el futuro que queremos como sociedad. Y es por eso que estamos más listos que nunca para entregar aquello que nuestros públicos interesados esperan de nosotros – ser una empresa que se lanza al futuro.

Sin embargo, no podemos olvidar que la capacidad para emprender ese futuro nace de las personas. Hoy en día, en el Grupo Boticário, tenemos un equipo enorme de colaboradores, franquicias, proveedores y clientes, entre otros públicos, trabajando juntos para construir escenarios más bellos y más sustentables. El ser humano está al centro de todo lo que hacemos en el Grupo Boticário.

Todo esto es fruto de este compromiso, mismo que renovamos todos los días, de hacer lo correcto y de ser la mejor empresa posible para las personas y para el planeta. Compartimos con usted, ahora, nuestro secreto para transformar todo esto en una realidad.

MIGUEL KRIGSNER

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



APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEficiencia
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



Hoy, mi regalo es el Futuro

La Fundación Grupo Boticário de Protección a la Naturaleza es uno de los principales inversionistas en conservación de la naturaleza en Brasil y es una fuente de inspiración para las empresas y stakeholders del Grupo Boticário. Dedicada a una agenda que participa de las grandes cuestiones globales, la Fundación ha asumido –desde su creación– el compromiso con la causa de la conservación de la naturaleza brasileña.

La Institución fomenta la investigación científica y la producción de conocimiento sobre todos los biomas brasileños, dando atención, también, a la relación entre el ser humano y la naturaleza. De esta forma, asume un protagonismo y liderazgo en el desarrollo de iniciativas que garanticen servicios ecosistémicos, acciones que involucren a la sociedad, influencia en políticas públicas y apoyo a la creación de negocios de impacto, siempre con la conservación al centro.

Contribuir con el futuro es una parte importante de los compromisos que el sector privado debe asumir. Él puede ser el motor para una gestión y generación de recursos que ayuden a las causas ambientales y sociales, complementando lo que ya se ha hecho en la esfera gubernamental en todo el mundo. Si el uso de recursos de inversión social privada nos ha traído hasta aquí, –son casi 30 años de actuación en esta misma causa–, nos valemos de nuestro expertise para ayudar a desarrollar una sociedad sustentable, que permita atender a las necesidades actuales, sin arriesgar los recursos naturales disponibles para las generaciones futuras.

Alineada con los Objetivos de Desarrollo Sustentable, la Fundación contribuye para mantener la calidad de vida, la salud y el equilibrio entre todos los ecosistemas que garantizan nuestra propia vida y la de todas las especies en la Tierra. Estamos mirando hacia adelante, pero sabemos que es necesario abordar los desafíos actuales.

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEficiencia
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



El ser humano al centro de la transformación que deseamos

Transformar la vida de las personas a través de la belleza es la misión que el Grupo Boticário ha asumido y que materializamos diariamente gracias a la actuación del Instituto Grupo Boticário. Ya son 15 años de actividades dedicadas a generar un impacto positivo en la vida de las personas.

En un mundo todavía muy regido por la estética, hemos asumido el desafío de mostrar que lo bello no está solamente en el rostro o en el cuerpo de las personas, pero en la postura, en la valentía, en la capacidad de entender y de entenderse, de interactuar y de transformar el mundo a su alrededor.

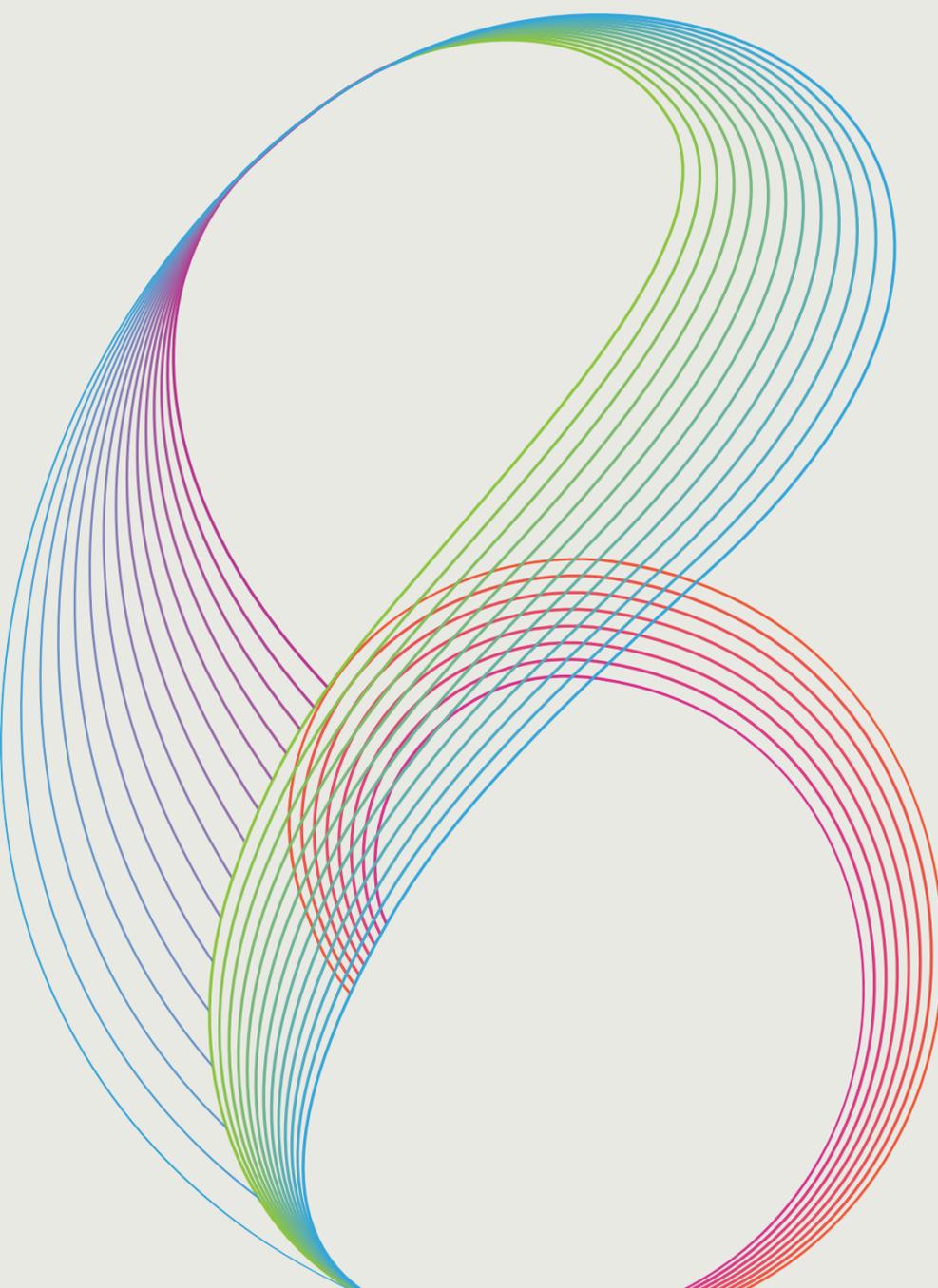
Creemos que poder sentir la belleza es más importante que verla.

Sabemos también que, al permitir nuevas experiencias, al absorber nuevos puntos de vista, al contemplar nuevas perspectivas, las personas evolucionan. Y, así, se abren camino para vivir la belleza plenamente.

De acuerdo con esta visión, actuamos a través de la cultura para posibilitar que más personas amplíen su visión del mundo y se den cuenta de que la belleza de las artes puede ser transformadora. O gracias al deporte, para que el ciudadano común conozca y rompa sus propios límites, descubriendo el encanto detrás de la superación personal. Y, a través de esta vena social, se estimula el acceso a la salud y a la educación, promoviendo el desarrollo de la sociedad y la calidad de vida de niños, adultos y personas mayores, así como la de sus familias.

También actuamos con la belleza que existe en la preservación de la memoria organizacional, buscando obtener y generar inspiración a partir de elementos guardados en la memoria del Grupo, la cual preservamos, revisamos y mantenemos como una historia viva.

Sin embargo, sabemos que siempre se puede hacer más y mejor, pues entendemos que la promoción social y cultural todavía es parte de un gran desafío en nuestro país y el cual tendremos mucho que contribuir para que la vida de las personas sea más bonita.





INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA

MARCAS

PREMIOS

MODELO DE NEGOCIO

GOBIERNO

GESTIÓN DE RIESGOS

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEficiencia
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



NUESTRA ESENCIA NOS CONECTA Y NOS INSPIRA A HACER BIEN LAS COSAS EN NUESTRO NEGOCIO, NUESTRO PAÍS Y EN EL MUNDO

Personas. Por ellas, con ellas. El ser humano está al centro de todo lo que el Grupo Boticário hace. Tenemos una cultura emprendedora e incentivamos el sentimiento de propiedad en todos los negocios del Grupo, en cada equipo. Esta es nuestra esencia, nos conecta y nos inspira a hacer bien las cosas en nuestro negocio y también en nuestro país. El emprendimiento, la sustentabilidad y la innovación, estas son directrices que nos han impulsado para llegar a nuestros mejores resultados.

Con un modelo multinegocios y una estrategia de comercialización multicanal, el Grupo Boticário se ha reafirmado como la mayor red de franquicias en cosméticos del mundo. Reunimos hoy a las marcas O Boticário, Eudora, quem disse, berenice?, The Beauty Box, MultiB y Vult, adquirida en 2018, y nuestro volumen de producción entrega 335 millones de unidades producidas en los departamentos de perfumería, cosméticos e higiene personal. Hemos ampliado nuestra presencia internacional, llegando hasta Panamá, Bolivia y Dubai, y hoy estamos en 15 países, además de Brasil.

Siempre pensamos en el mejor uso de los recursos naturales, ya sea en la fórmula o en los envases de nuestros productos, pasando por procesos industriales, llegando hasta la reutilización de los residuos que generamos.

335 millones
de unidades
producidas en los
departamentos
de perfumería,
cosméticos e
higiene personal



APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOFICIENCIA
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



Más que fabricar y vender productos, el Grupo Boticário busca entender cómo generar más valor para las personas. Queremos involucrar a nuestros consumidores y llevarles el mensaje de que la sustentabilidad está en todo lo que uno hace. Por esa razón, continuamos apostándole a la innovación. Para el 2024, todos nuestros productos tendrán propiedades sustentables. Para nosotros, la innovación y la transformación caminan de la mano, pues la belleza del ser humano está en su capacidad para evolucionar.

El éxito de esta estrategia le ha otorgado al Grupo Boticário el reconocimiento como mejor empresa en la categoría de Bienes de Consumo en el Guía "Exame" de Sustentabilidad 2018. Cuando le queda claro a nuestros interlocutores que nuestra causa es la conservación de la naturaleza, el propósito de emprender este nuevo futuro se vuelve más palpable y nos conecta con la agenda global de la ONU, reflejada en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

La agenda presentada por las Naciones Unidas está dividida en cinco ejes – Personas, Planeta, Paz, Prosperidad y Asociación –, dentro de las cuales existen 17 objetivos alineados, que a su vez, están divididos en 169 metas. Dentro de los 17 ODS, la misión y la razón de existir del Grupo Boticário lo posicionan como un aliado, principalmente en la búsqueda de:

Producción sustentable a lo largo de la cadena de valor:



Conservación de la naturaleza gracias a la Fundación Grupo Boticário:



Inversiones en cultura en todo Brasil por el Instituto Boticário:



Apoyo al desarrollo de nuestros colaboradores y de las comunidades:



Alianzas a favor del alcance de estos y otros objetivos ODS:



Nuestra forma de hacer negocios está diseñada para generar una transformación positiva en la vida de las personas y en el mundo a nuestro alrededor, a través de la belleza. Trabajamos en 2018 con una perspectiva de crecimiento, misma que se ha confirmado. A pesar de que Brasil se encuentre en una lucha contra el desempleo, ampliamos a nuestro público interno y logramos pasar de aproximadamente 10,500 colaboradores, a más de 12mil. En 2018, recibimos el premio a la Mejor Empresa para Trabajar en el sector de bienes de consumo, por la Revista "Você S/A", un reconocimiento a nuestro empeño en la valorización del ser humano, dentro y fuera de casa.

Estamos en más de 39 mil puestos de venta, ya sea en nuestras más de 4mil tiendas o en nuestros 35 mil puestos de venta multimarca. Cubrimos más de 1,750 municipios en todos los Estados de Brasil. Recibimos a nuestros clientes en tiendas propias, franquicias, quioscos y a través del e-commerce y ventas directas. Firmamos acuerdos con grandes empresas minoristas para aumentar nuestra capilaridad, y hoy en día las marcas del Grupo Boticário están presentes en diversas redes de farmacias y tiendas multimarcas.

Nuestras unidades de fabricación tienen sus bases en São José dos Pinhais (PR) y en Camaçari (BA). Los Centros de Distribución están localizados estratégicamente en Registro (SP), São Gonçalo dos Campos (BA) y Serra (ES). Nuestras unidades administrativas están en Curitiba (PR), hogar de la sede del Grupo, en São Paulo (SP) y en oficinas en Colombia y Portugal.

Buscamos diariamente que nuestro crecimiento ocurra de forma sustentable, adoptando procesos operacionales que busquen reducir al máximo nuestros impactos y el uso de recursos naturales. Crecemos y, a medida que crece nuestro negocio, ampliamos nuestra contribución para el desarrollo, manteniendo el compromiso de invertir el 1% de nuestras ganancias en iniciativas de sustentabilidad, a través de las actividades de la Fundación Grupo Boticário de Protección a la Naturaleza y al Instituto Grupo Boticário. Gracias a estas organizaciones, firmamos un pacto con la generación actual y las futuras, para que construyamos juntos una sociedad más justa y un patrimonio natural disponible y accesible.

Por eso, en nuestras operaciones, tenemos metas relacionadas a la reducción del uso de los recursos naturales, de nuestras emisiones y la gestión de los residuos que generamos, posicionándonos en cuanto a cuestiones como la búsqueda por la igualdad de derechos y oportunidades y la inclusión de todos. Avanzamos en nuestros indicadores internos y establecimos el 2024 como un horizonte para cumplir nuestras metas.

Nuestras empresas son entidades de capital cerrado y, en nuestra gestión, adoptamos las mejores prácticas de gobierno corporativo, ética e integridad, compliance y seguridad. La gente cree en un Brasil que funcione.

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA
CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIENCIA
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



HACER BIEN
LAS COSAS

es nuestro negocio

oBoticário

THE
beauty
BOX

E
eudora

multi

MARCAS

quem disse,
berenice?

vult

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOFICIENCIA
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



O Boticário

Hace más de cuatro décadas, O Boticário ha llevado el amor y la belleza a miles de consumidores en Brasil, participando en la construcción de inúmeras historias y momentos especiales. Con la mayor red de franquicias del país, desde 1980, la marca ha ganado espacio internacional y, actualmente, actúa en 15 países. En su portafolio existen más de 1,100 productos, desde ítems de perfumería hasta maquillaje y cosméticos. Para O Boticário, el 2018 estuvo marcado por la campaña con la supermodelo Gisele Bündchen y por los desafíos en la reducción del uso de plásticos, que activó a miles de consumidores gracias al llamado de André Farber, vice-presidente del Grupo Boticário. Este año también fue especial para la marca por la identificación, en su portafolio, de productos veganos de maquillaje y cuidado personal, y por la conquista del sello de PETA, confirmando así nuestro compromiso de no hacer pruebas en animales.

77%

de los productos lanzados con propiedades sustentables

38

nuevas tiendas que acercan la sustentabilidad a nuestros consumidores

Cinco nuevas

Tiendas Ânfora

más sustentables y con mejor comunicación con los consumidores



Malbec Floratta

Cuide-se Bem

Líneas premiadas en sustentabilidad de procesos de producción, envases y distribución

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIENCIA
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



Eudora

Eudora cree que uno está vivo cuando hace que las cosas sucedan, y que la belleza es el motor de esta jornada. En 2018, Eudora avanzó en su estrategia multicanal y se asoció a una de las principales marcas de belleza por venta directa de Brasil, con tiendas propias, quioscos y e-commerce.

Eudora quiere que sus cerca de 500 productos continúen siendo parte de la trayectoria de esa mujer protagonista, de manera que puedan ser un estímulo para que ella conquiste sus objetivos, cada vez más.

En 2018 reposicionamos nuestro visual merchandising, abrimos 5 nuevas tiendas, empezando por Belo Horizonte, y 15 nuevos espacios de la representante con un modelo de autoservicio, totalizando 63 espacios de la representante, además de 11 quioscos en centros comerciales. Esto nos da más autonomía y la posibilidad de desarrollo para mujeres que trabajan con la venta directa, el principal canal de Eudora.

Además de este cambio en nuestros canales de ventas, orientados por un guía de la marca que incluye a la sustentabilidad como un capítulo específico, también aprovechamos este año para potencializar nuestro programa de logística inversa, llamado "Chega lá e Recicla" (Ven y Recicla). A lo largo del 2018, hicimos una campaña en 3 ciclos, reconociendo a nuestra mejor fuerza de ventas. Como resultados, además del aumento en la cantidad de envases recolectados, 97% de los clientes afirmaron haber disfrutado más de la marca Eudora por la posibilidad de devolver los envases vacíos.

Entre nuestros productos lanzados por Eudora en 2018, 68% presentan propiedades sustentables, especialmente en los envases, hechos con plástico vegetal y papel reciclado, en un proceso de fabricación en frío y/o por la reducción de toxicidad del ambiente acuático.

63
espacios de la representante



700
productos de perfumería, maquillaje, accesorios, para el cabello, cuerpo y baño



Chega lá e Recicla

Campañas en 3 ciclos para estimular la devolución de los envases

68%
de los productos tienen alguna propiedad sustentable

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIENCIA
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



quem disse, berenice?

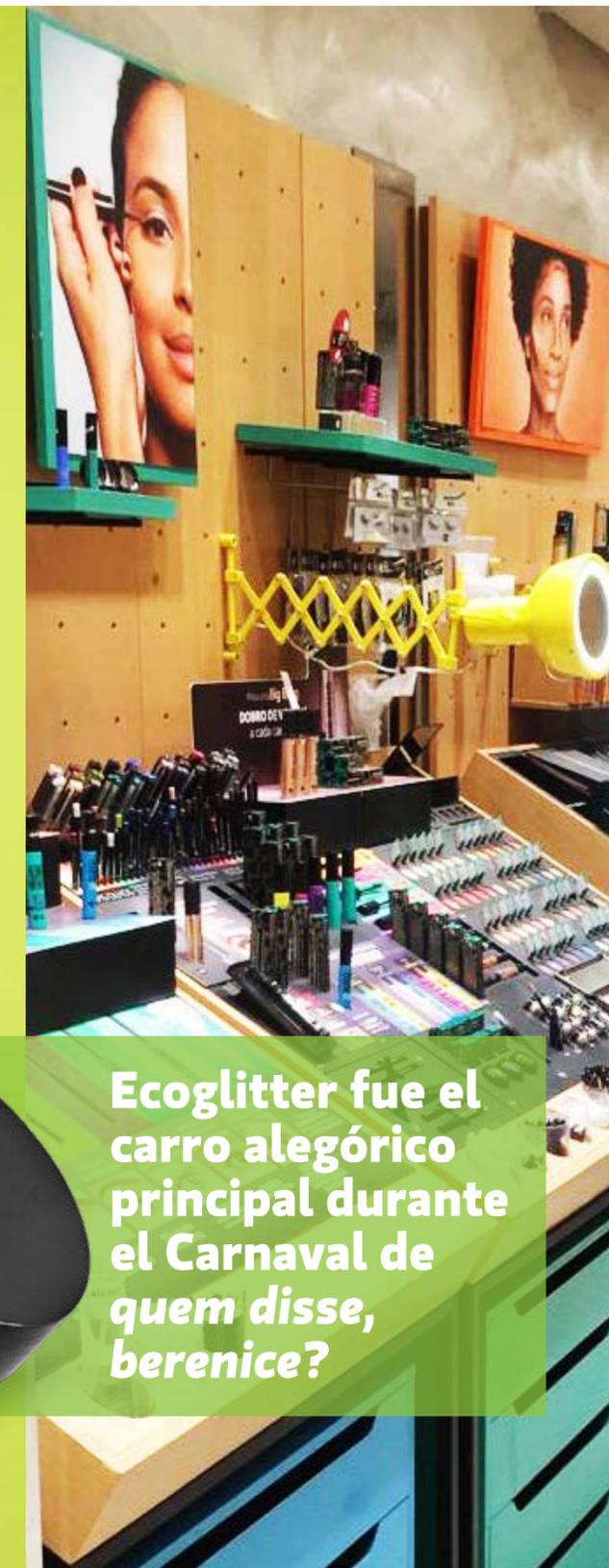
Está aquí para cuestionar, ampliar y proponer un nuevo concepto sobre maquillaje, libre de prejuicios y modelos preconcebidos. Creada hace seis años, *quem disse, berenice?* continúa inspirando a las personas a atreverse, a ser libres para sentirse más bonitas. Para lograrlo, estimula a sus clientes a probar diferentes posibilidades de productos, hasta encontrar aquel que combina mejor con ellas. En 2018, uno de los principales logros de la marca se hizo de la mano de las personas con capacidades diferentes. La Fuerza de Ventas recibió una capacitación de accesibilidad, que incluyó mejoras en la atención al cliente y consejos de automaquillaje para personas con discapacidades visuales. Además, tenemos a disposición materiales de apoyo en las tiendas, como las etiquetas sensoriales para facilitar la identificación de productos y el glosario de colores, que ayuda a nuestro equipo en la tienda a traducir los tonos utilizando las sensaciones, para quien nunca fue vidente.

En 2018, 97% de los productos desarrollados en proyectos de innovación de la marca se beneficiaron en términos de sustentabilidad, especialmente con los envases de plástico vegetal y empaques de papel reciclado, así como en las fórmulas que utilizan Ecoglitter. El programa "Recicla Berê" incentiva la correcta eliminación de los envases, duplicando la cantidad de unidades recolectadas, gracias a las campañas realizadas.

La marca ofrece más de 500 productos de diversos colores, texturas y fragancias y ya alcanzó el 30% de productos veganos en su portafolio. La consentida de nuestras consumidoras, la paleta de sombras con refill fue premiada por su envase sustentable.

Expansión de la presencia en farmacias

19 nuevas tiendas, de las cuales 8 en Portugal



Ecoglitter fue el carro alegórico principal durante el Carnaval de quem disse, berenice?

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIENCIA
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



THE
beauty
BOX

The Beauty Box es la más grande tienda multimarca de venta al por menor de belleza *Premium* de todo Brasil, con más de 100 marcas internacionales de fragancias, maquillaje, *skincare* y cuidado del cabello, que pueden encontrarse en 45 tiendas físicas y con el *e-commerce* que entrega en todo Brasil.

El primer semestre del 2018 estuvo marcado por la entrada de Gosh Copenhagen, marca socialmente responsable con una línea totalmente vegana y que ahora está disponible junto a Dior, Lancôme, Shiseido, Clinique, Givenchy, Caudalie y muchas otras.

Uno de los más importantes acontecimientos del año, la iniciativa Sustenta+Beauty promovió el reciclaje de envases post-consumo de The Beauty Box y más de 70% de los consumidores que fueron a las tiendas para devolver sus envases hicieron nuevas compras, generando un índice de fidelidad sin precedentes.



Inauguración de seis nuevas tiendas y más de 10 tiendas remodeladas

The Beauty Box

The Beauty Box dispone además de un *e-commerce* con recursos accesibles y todos los posts de la marca en Instagram incluyen un texto descriptivo **#ParaCegoVer**.

Estrategia Omni

100%
e la red usando el "clique y retire"
(compra online y retirada en la tienda)

**Sustenta
+
Beauty**



APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIENCIA
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



Responsable por la venta minorista multimarcas, MultiB es estratégica por su diversificación de canales del GB, con presencia en farmacias, perfumerías, redes selectivas y especializadas, tiendas departamentales y *travel retail*.

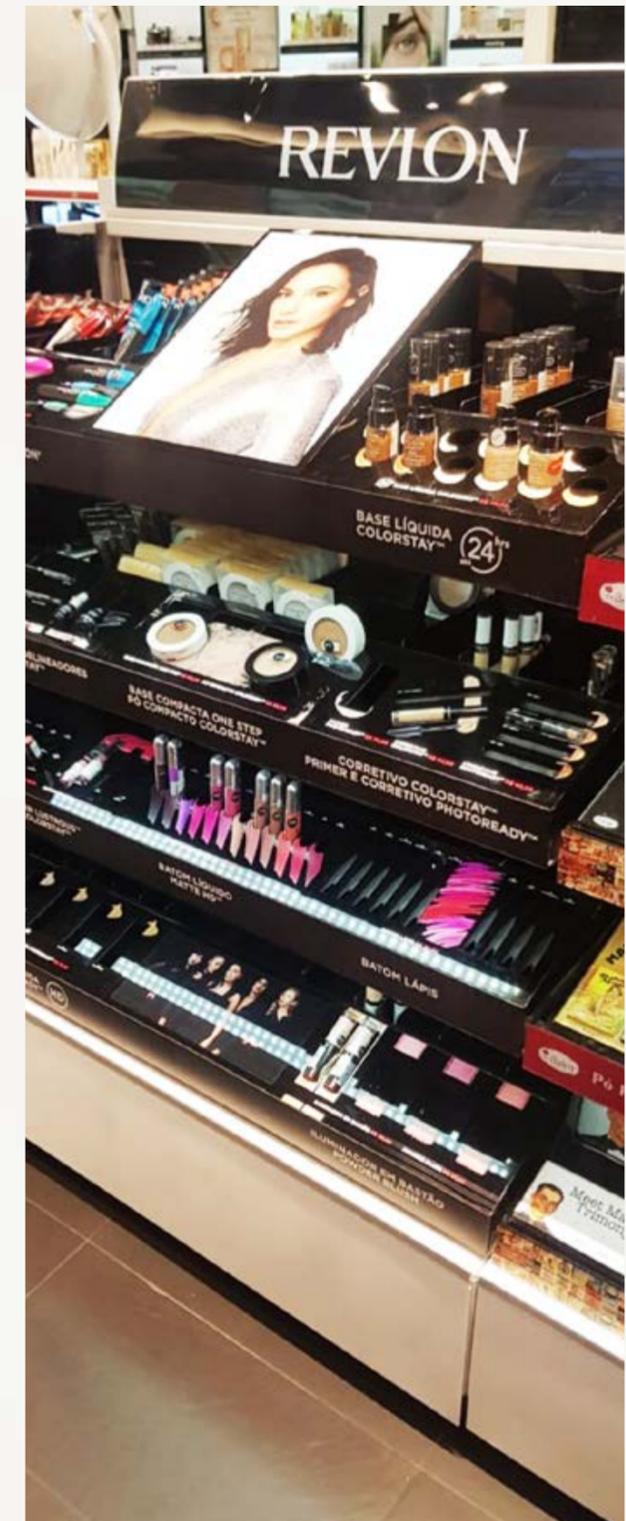
Es exclusiva en el mercado brasileño de las marcas propiedades del Grupo Boticário, como *quem disse, berenice?*, Vult y Eudora, y representa a marcas internacionales como Revlon, Australian Gol, Bio-Oil, Nuxe, Lee Stafford y Sinfulcolors.

Integrante del Grupo Boticário desde 2017, Multi B ya tiene en su esencia las prácticas de sustentabilidad, como la implementación del Guía de Eventos Sustentables, una iniciativa interna que orienta la realización de eventos con menor impacto ambiental, reduciendo la generación de residuos e incentivando la recolecta selectiva.



108%
de crecimiento en un año

Australian Gold,
con fabricación local,
asume una posición única
en el mercado solar



APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOFICIENCIA
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



Vult | 

Consagrada como la marca líder en el sector de cosméticos y maquillaje del mercado minorista en Brasil*, Vult es parte del Grupo Boticário desde 2018. Con más de 500 opciones de ítems de maquillaje y un portafolio que complementa bien al Grupo, ofrece productos de altísima calidad y con valores accesibles a consumidoras de todo Brasil, en más de 35 mil puestos de venta, como farmacias, perfumerías especializadas y tiendas departamentales. La posición #VocêDoSeuJeito resalta el poder y la personalidad de las mujeres y demuestra que la verdadera belleza está en la aceptación de uno mismo.



Lanzamiento de **130** nuevos productos Vult a lo largo del año

Presencia en + de **35 mil** puestos de venta en todo Brasil



*FUENTE: Nielsen Retail Index | Share Valor por total de Ventas en Total en Brasil en la categoría Maquillaje en los canales de Perfumería y Farma, en el período de Mayo/2017 a Abril/2018.

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEficiencia
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



PRÊMIOS



Guía Exame de la Diversidad 2018

Mejor de Brasil en el sector de Bienes de Consumo



Guía Exame de Sustentabilidad 2018

Mejor empresa en la categoría Bienes de consumo



Sustainable Beauty Awards

Finalista en las categorías Packaging, sombra en refill de *quem disse, berenice?*, y Pioneering, métodos alternativos a las pruebas en animales



Premio Cinco Estrellas

quem disse, berenice?

Fue considerada como la mejor marca de maquillaje de Portugal y O Boticário, la mejor empresa de venta por catálogo en Perfumería y Cosméticos



Premio Popai

Oro para la Tienda Ânfora en la categoría de sustentabilidad



ABRE de Envases

Oro con la fragancia Floratta Flores Secretas (Design Forma) y el Delineador Líquido Roller (Diseño Funcionalidad)

Bronce con la fragancia Eudora Arien (envase) y Floratta (sustentabilidad)



150 Mejores Empresas para Trabajar en 2018

Revista *Você S/A*, en la categoría Bienes de Consumo – Higiene y Belleza



Premio ECO – Amcham

Sustentabilidad de procesos – logística inversa y Malbec Club, que utiliza el 35% del vidrio reciclado en sus frascos, reutilizando más de 180 toneladas de materia-prima por año



Premio Abihpec Belleza Brasil 2018

Categoría sustentabilidad, con el caso “Reciclaje de envases: un motor para la generación de valor compartido”

Categoría Perfumista, con Floratta Flores Secretas desarrollada por Marion Costero

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEficiENCIA
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES

MODELO DE NEGÓCIOS

RECURSOS



Financiero

- R\$ 13,7 billones en ingresos
- R\$ 300 millones en inversiones a partir de 2019



manufacturado

- Fábricas en Camaçari (BA), São José dos Pinhais (PR).
- Centros de distribución en Curitiba (PR), Registro (SP), Serra (ES), Colbia y Portugal.
- Oficinas en Curitiba (PR), São Paulo (SP), Colbia y Portugal.
- 6 marcas con más de 4mil puestos de venta con prácticas sustentables.
- Actuación multicanal (venta directa, tiendas, e-commerce).
- Teatro Dr. Botica en São Paulo (SP) y en Curitiba (PR), El Mundo del Perfume en São Paulo (SP), Estación Pantanal en Corumbá (MT).



natural

- 207 mil m3 de agua.
- 3,1 mil toneladas de CO2 emitidas.



intelectual

- Centro de P&D en São José dos Pinhais.
- E-commerce multicanal.
- 331 acuerdos con instituciones educativas y organizaciones.
- Patentes, grupos de investigación, innovación abierta, artículos científicos, financiamiento en investigación y desarrollo.
- 2,5% de los ingresos invertido en Investigación y Desarrollo.



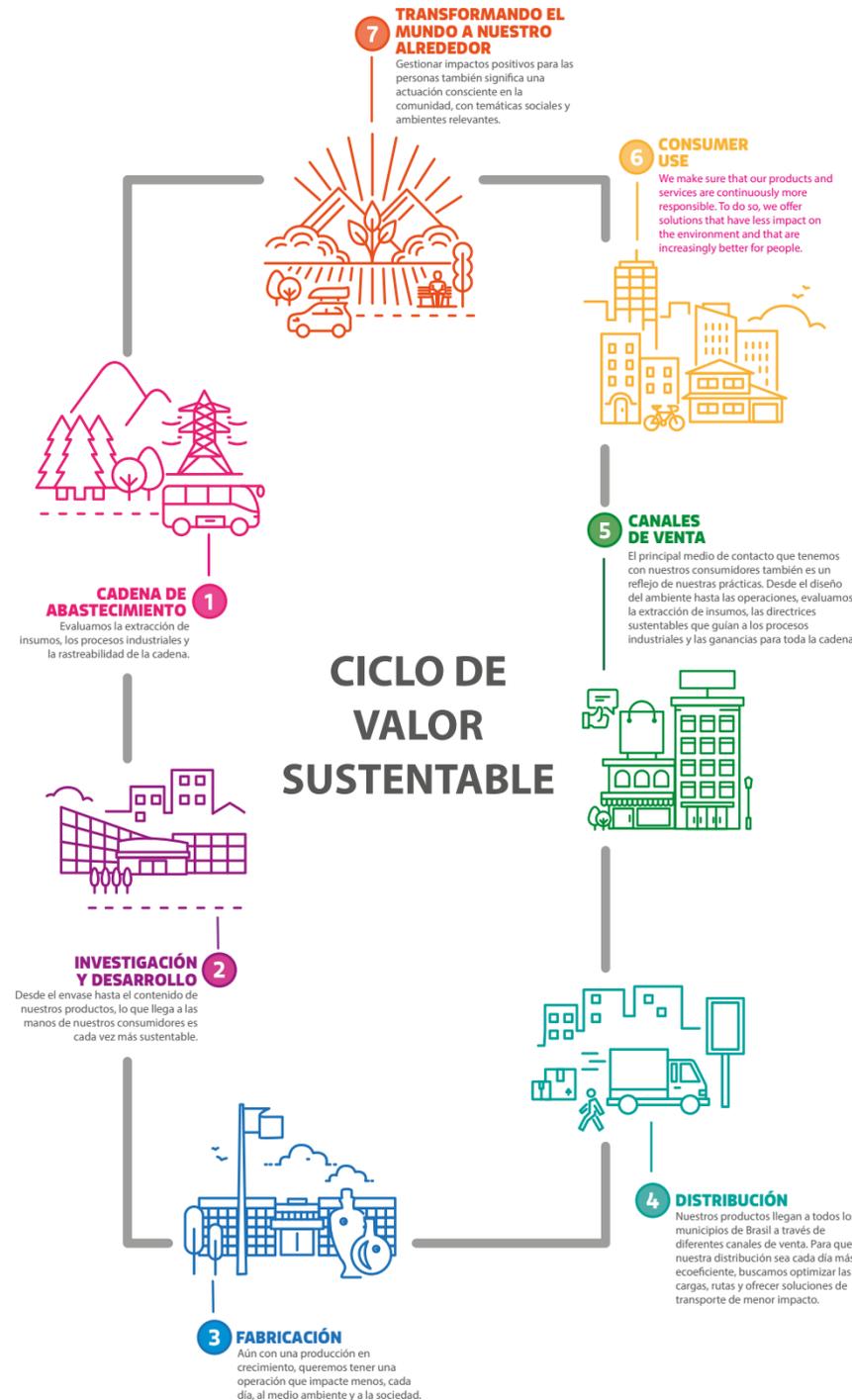
humano

- Más de 168 mil horas de capacitación en 2018



Social/relaciones

- 1% de los ingresos invertido en acciones de la Fundación y del Instituto Boticário.
- 62 (98%) de los proveedores estratégicos, y otros 22 relevantes, fueron evaluados en términos de sustentabilidad en 2018. Durante todo el año, fueron realizadas 124 auditorías sociales y ambientales.



RESULTADOS



Financiero

- Crecimiento del 7%, por encima del promedio del sector y casi 7 veces mayor que el PIB.
- Más grande red de franquicias de cosméticos del mundo.
- Entre los 5 mejores comercios minoristas de Brasil.
- 37% de los ingresos provenientes de la innovación.



Manufacturado

- 335 millones de productos fabricados anualmente
- 77% de todos los productos desarrollados por el Grupo Boticário en 2018 fueron sustentables en sus fórmulas o en sus envases. Para el 2024, 100% de los productos lanzados tendrán propiedades sustentables en sus envases y fórmulas.
- Más de 30 productos ya cuentan con un proceso de fabricación en frío, que reduce el gasto de energía.



natural

- Para el 2024, 50% del agua que usamos en nuestras fábricas y centros de distribución será agua reutilizada o de lluvia. Hoy, ese número es del 27%.
- Las unidades en São Gonçalo dos Campos y Camaçari presentan mejorías en eficiencia energética del 28,8% y del 4%, respectivamente.
- 11 mil hectáreas protegidas por la Fundación Grupo Boticário en las reservas de la Serra do Tombador e de Salto Morato.
- Centros de distribución redujeron sus emisiones por cada millón de unidades transportadas anualmente.



Intelectual

- Libros, patentes, programas – P&D.
- Realización, por la Fundación Grupo Boticário, de la novena edición del Congreso Brasileño de Unidades de Conservación (CBUC por sus siglas en portugués), alcanzando un público record.
- Pioneros en métodos alternativos, como la Piel 3D y los organ-on-chip.
- Memoria Organizacional – referencia en organización y preservación de nuestra historia, así como en la preservación de la historia de la perfumería brasileña.



humano

- Promedio de reputación de 96,42 (de 100) entre los colaboradores.
- Premio a la Mejor Empresa para Trabajar en el sector de Bienes de Consumo en 2018.



Social/relaciones

- Mejor empresa en la categoría Bienes de Consumo en el Guía Exame de Sustentabilidad.
- La Fundación Grupo Boticário ya ha apoyado a más de 1,500 proyectos.
- En cinco años, el Instituto Grupo Boticário impactó la vida de cerca de 16 millones de personas. En 2018, hubo 47 proyectos apoyados en todo Brasil.
- 36 cooperativas asociadas en la recepción y tratamiento adecuado de desechos, 507 toneladas recogidas durante el año.

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEficiencia
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



GOBIERNO

El Gobierno del Grupo Boticário está construido alrededor del compromiso de generar valor, incentivar el emprendimiento interno y externo, y garantizar la sustentabilidad de nuestras prácticas y negocios. La sustentabilidad es tratada como un tema transversal en el negocio, estando presente en la toma de decisiones y, en muchos casos, siendo la orientadora para estrategias específicas.

El Consejo de Administración, la más alta instancia del gobierno, es también la referencia principal en liderazgo. Son siete profesionales de renombre en el mercado y con experiencia reconocida en cada una de sus áreas, que se reúnen cada dos meses para tomar decisiones estratégicas. Los mandatos son anuales y atribuidos por los socios en reuniones especiales dedicadas a este objetivo.

El Consejo de Administración es quien orienta la gestión del Grupo y aprueba el plan estratégico. También se asegura de que todas las actividades desempeñadas por las empresas estén en armonía con el propósito, la visión, la misión y los valores que son diseminados y practicados por todos los colaboradores del grupo y que involucran a los socios y *stakeholders*.

Para apoyar las decisiones y la actuación del Consejo de Administración, existen cinco comités consultivos (Riesgos y Auditoría, Conducta, Planeamiento y Estrategia, Remuneración y Seguridad de la Información), responsables por analizar y presentar recomendaciones sobre temas estratégicos. Otro punto importante de nuestro gobierno es la realización de foros trimestrales de gestión, que reúne el liderazgo amplio – directores y gerentes – para debatir sobre temas del negocio y crear el alineamiento alrededor de las directrices estratégicas.

Estructura del Consejo



APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIENCIA
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



GESTIÓN DE RIESGOS

El Grupo Boticário realiza la gestión de sus riesgos operacionales, que son clasificados en cinco grandes categorías: financieros, operacionales, ambientales, legales y de imagen. Los riesgos identificados son monitoreados por los *risk owners* de la empresa, responsables por gestionar, monitorear e implementar los planes de tratamiento y mitigación. Los riesgos operacionales y estratégicos son monitoreados por el Comité de Riesgos y Auditoría, que también es asesor del Consejo de Administración del Grupo Boticário.

Como un grupo empresarial responsable y comprometido con la sociedad, con sus miles de empleados, millones de clientes en Brasil y en el mundo, con la salud financiera y la estabilidad del negocio, y con sus impactos sobre el medio ambiente y el uso de recursos naturales, el Grupo Boticário tiene el compromiso de analizar estos riesgos continuamente.

En este procesos de evaluación constante, se consideran los aspectos que pueden impactar los procesos y la estrategia de los negocios, además de la imagen de la empresa y la salud de las marcas. El principio de la precaución es lo que rige todos los procesos de toma de decisiones que afectan nuestras inversiones, operaciones y ampliación en la producción, entre otras definiciones estratégicas.

El Comité de Riesgos y Auditoría se reúne cada dos meses y, eventualmente, por medio de convocatorias extraordinarias. El Comité de Riesgos y Auditoría, órgano consultivo del CA, evalúa y monitorea la gestión de riesgos y otros procesos de *compliance*, como controles internos, auditoría interna y auditoría externa del Grupo Boticário.



CREAMOS OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS

NUESTRO DESEMPEÑO

LO QUE ENTENDEMOS COMO INNOVACIÓN

SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIENCIA
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



EL VALOR QUE CREAMOS

La belleza es lo que hacemos. Y la belleza del ser humano está en crear oportunidades para cumplir sueños. Es actuar en el presente para transformar la vida de cada uno y el mundo a nuestro alrededor. Aquí, todos somos emprendedores de un futuro en el cual la innovación es una aliada en la conservación de la naturaleza y en la creación de bien-estar, por eso, renovamos diariamente nuestro compromiso para tener un menor impacto en el medio ambiente y beneficiar más a las personas.

Trabajar para un presente y un futuro mejores es el valor más importante que construimos en y es nuestro legado más valioso. Para formar este camino, apostamos en la innovación, en la sustentabilidad y en el emprendimiento, pilares que nos acompañan y que son capaces de entregar los resultados y crear los recursos que construirán ese futuro que emprendimos hoy.

Nuestro ciclo de creación de valor compartido involucra a todas nuestras partes interesadas, como colaboradores, proveedores, franquicias, clientes, investigadores y mucha gente que está interesada en una sociedad más sustentable y más bonita. Al centro de nuestra estrategia se encuentra la renovación del portafolio, para entregar a los consumidores brasileños y de los otros 15 países en que estamos presentes la convicción de que ellos también están reduciendo sus impactos.

Todo esto sólo es posible porque mantenemos la mirada integrada – y atenta – sobre la sustentabilidad, ya sea en nuestros negocios o a través de la actuación consistente de la Fundación Grupo Boticário de Protección a la Naturaleza y del Instituto Grupo Boticário. El valor generado para la sociedad aquí no puede medirse usando los mismos parámetros de los resultados económicos, pues la conservación de la vida y del desarrollo social ya son beneficios por sí solos, que todos pueden disfrutar, no solamente nosotros como empresa ni únicamente nuestros consumidores.

Sabemos que todo empieza dentro de nuestros muros. Invertir en ecoeficiencia de procesos operacionales es importante, pero esta inversión debe orientarse a la reducción del impacto durante y después del consumo. A esta mirada enfocada en la sustentabilidad, se suma la actitud, la voluntad de hacer las cosas de forma diferente, entregando productos seguros y de calidad, que sean innovadores en todos los aspectos – desde las materias primas hasta los puestos de venta – y que aumenten la calidad de vida de los consumidores, a través de experiencias positivas.

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEficiencia
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



NUESTRO DESEMPEÑO

Para nosotros, la forma como se genera el resultado es tan importante como el resultado en sí. El secreto de nuestros resultados positivos, año tras año, es que nunca valorizamos más las metas que los proyectos. Siempre tomamos en cuenta aquello que es más importante para las personas. Así como invertimos en las mejores fórmulas para nuestros productos, buscamos los mejores ingredientes. E insistimos en compartir esta receta: nos guiamos por un enfoque en el desarrollo de las personas, en la colaboración, en el valor del dominio técnico, en el reconocimiento y la promoción de singularidades, en la ampliación de la visión de negocios, en la simplificación, en el espíritu de liderazgo por propósito y en la búsqueda diaria por innovación, siempre manteniendo al cliente al centro.

Las perspectivas de desempeño económico para 2018 eran positivas, pero el resultado al final de los 12 meses alcanzó metas por encima de lo esperado. Cerramos el año con un aumento en la facturación líquida del 7%, más que el doble del mercado de belleza y cosméticos – algo significativo para un año marcado por huelgas, elecciones y eventos deportivos mundiales, que impactan en el calendario del comercio. El departamento de cosmetología e higiene personal estaba esperando un crecimiento del 1,5% y llegó al 2,77%. Un saldo positivo frente a otras industrias, pero que todavía está siendo direccionado para cubrir las pérdidas de la crisis económica de 2015-2016.

2018

7%
Crecimiento

335
millones

R\$ 13,2 billones
facturados



APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIENCIA
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



En términos absolutos, alcanzamos la marca de los R\$ 13,2 billones en facturación. Cuando sumamos esto al resultado de Vult, marca adquirida en abril del 2018, ese valor llega a los R\$ 13,7 billones.

Para el 2019, la expectativa es que los resultados del 2018 puedan repetirse. Confiando en este escenario de crecimiento, el Grupo Boticário va a invertir R\$ 300 millones en 2019, de los cuales R\$ 100 millones serán destinados al incremento de la capacidad de dos fábricas en Camaçari (BA) y São José dos Pinhais (PR) y la inauguración de un cuarto centro de distribución en Varginha (MG), que generará 250 puestos de trabajo.

Nuestro buen desempeño económico ha permitido ampliar los destinos de los recursos financieros hacia la inversión social privada, en una medida proporcional a los ingresos. Tenemos el compromiso de destinar el 1% de los ingresos líquidos consolidados en iniciativas de sustentabilidad, de la Fundación y del Instituto Grupo Boticário.

Otro fruto cosechado por este resultado es la generación de empleos. Nuestra fuerza de trabajo aumentó, y nuestra dirección ha contrastado con el triste mapa del desempleo en Brasil, que muestra que el número de personas sin trabajo ni ingresos se ha casi duplicado entre 2012 y 2018. En el mismo período, ampliamos nuestras inversiones con una estrategia multimarca y multicanal, y nuestro público interno casi se duplicó. Hoy, somos cerca de 12 mil colaboradores directos en las empresas del Grupo Boticário, todos preocupados por transformar el mundo a nuestro alrededor a través de la belleza.

El esfuerzo de este grupo no está enfocado solamente en ampliar el volumen de las operaciones, pero también en calificar esta entrega. Hemos alcanzado la increíble cantidad de 335 millones de ítems producidos, pero se ha destacado también la ampliación del portafolio, pasando de 2,400 ítems diferentes en 2011, a 6,800 en 2018. Esto exige una escucha activa a las manifestaciones de las necesidades del consumidores y mucha investigación y desarrollo.

Ampliamos nuestras inversiones con una estrategia multimarca y multicanal

2018

INVERSIONES:

R\$ **300** millones
en inversiones

R\$ **100** millones
serán destinados a la expansión
de la capacidad de nuestras fábricas

250
nuevos puestos de trabajo

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIENCIA
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



Sin fronteras



Durante el año, tuvimos un enfoque aún mayor en la maximización de la actuación en nuestros canales propietarios. Fueron inaugurados 81 puestos de venta nuevos y la expectativa es que, en el 2019, otros 50 sean inaugurados. Con la llegada de Vult al Grupo, sumamos otros 35 mil puestos de venta en farmacias y diversas redes de venta minorista.

La actuación internacional obtuvo una atención especial. Ahora estamos presentes en 15 países, además de Brasil. Estamos cumpliendo el sueño de llevar más lejos a las marcas del del Grupo Boticário, y eso empieza con los estudios de mercado y con mucha experimentación.

Algunas de estas iniciativas produjeron los *insights* necesarios para el planeamiento de nuestra expansión.

Presentamos la línea Natia SPA en Las Vegas, participando en la feria Cosmoprof International Beauty Fair. Natia SPA también está presente en la venta minorista especializada en Panamá, país que es un hub internacional y, así, logramos impactar consumidores de muchas nacionalidades diferentes. La decisión es estratégica pues, además de ser querida en el mercado, la línea Natia SPA es rica en propiedades sustentables, tanto en la selección

de las materias primas y fórmulas como en los procesos productivos y de embalaje y, a través de sus productos para cuerpo y cabello, transmitimos este mensaje.

El Medio Oriente también está en nuestro mapa de actuación. Inauguramos, en 2018, dos tiendas O Boticário en Dubai, una de ellas en el shopping más grande del mundo, Dubai Mall, que es una enorme vitrina para la marca. Allí, aprendimos que Malbec Signature y Lily son los ítems más vendidos. Como parte de los planes de expansión en esta región del mundo, firmamos una carta de intención con un socio local en Arabia Saudita, y este proyecto está ahora en etapa de estudio de viabilidad comercial.

En Portugal, *quem disse, berenice?* se ha consolidado como una de las principales marcas de maquillaje del país, y O Boticário es reconocida como la mejor empresa de venta por catálogo en la categoría de Perfumería y Cosméticos. En América Latina ampliamos nuestra actuación en Bolivia, con la inauguración de dos tiendas en Santa Cruz de la Sierra.

Para construir relaciones con públicos internacionales, invertimos en contenido y segmentación para vehicular en otras geografías. En estas comunicaciones, en su mayoría vía website y redes sociales, escogimos fortalecer este diálogo sobre nuestra actuación en sustentabilidad. En el Día Mundial de la Protección Animal, nuestro mensaje llegó a más de 20mil personas en Portugal y Estados Unidos.

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIENCIA
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES

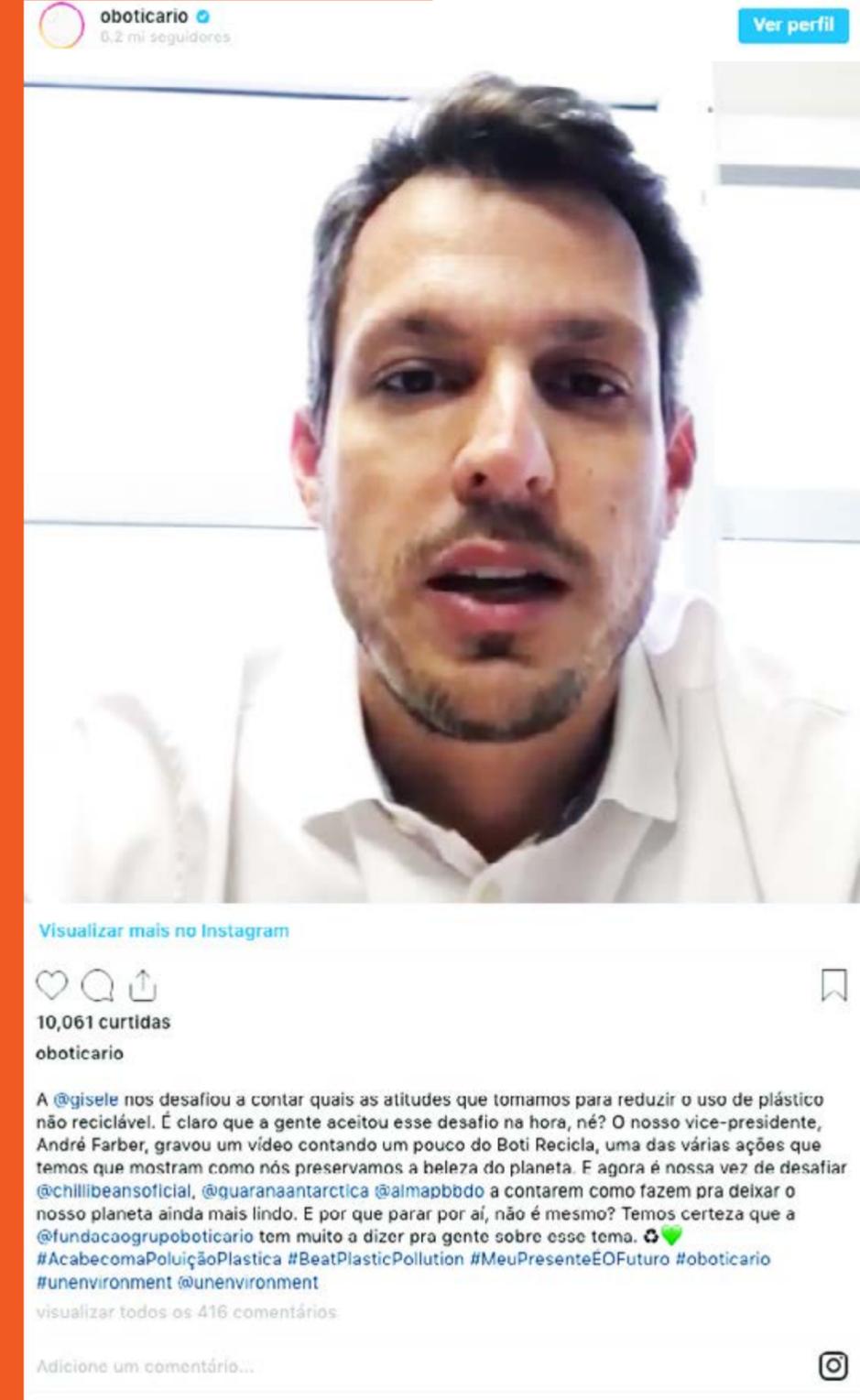


Aceptamos el desafío de Gisele Bündchen!

En el Día Mundial del Medio Ambiente, celebrando el 5 de Junio, fuimos convocados por la modelo Gisele Bündchen para ayudar a acabar con la contaminación de plásticos en el mundo. La campaña, una iniciativa de la ONU Medio Ambiente en 2018, tiene como objetivo convencer a las personas de substituir los plásticos por ítems reutilizables.

Etiquetando en las redes sociales por Gisele, el vice-presidente de O Boticário, André Farber, publicó un video en la página de Facebook de la marca contando un poco sobre el proyecto Boti Recicla, una iniciativa de logística inversa que permite que los envases de plástico de nuestros productos sean adecuadamente reciclados después del consumo y reaprovechados en nuestra cadena

#acabecomapoluiçãooplástica



APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEficiencia
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



LO QUE ENTENDEMOS COMO INNOVACIÓN

Para el Grupo Boticário, la belleza del ser humano está en evolucionar. Queremos conocer, escuchar, entender y sentir al otro. En un mundo dominado por códigos, algoritmos y nuevas tecnologías, queremos involucrar profundamente a lo que tenemos de más humano. Cada vez más, queremos ser humanos. Esto, para nosotros, es innovar. Nosotros creemos que no estamos promoviendo una transformación en la industria, sino una transformación de las personas.

Desde la fundación del Grupo Boticário y de haber establecido una estrategia multimarca, hace casi una década, diversificamos nuestro portafolio y casi triplicamos la variedad de ítems desarrollados. Comprometidos en entregar valor en cada frasco, llegamos a la marca del 77% de los 1,108 nuevos productos con propiedades sustentables en las fórmulas, procesos y/o envases. Para el 2024, fijamos la meta de que nuestras marcas tengan un 100% de nuevos productos con propiedades sustentables y con impacto menor o igual a las fórmulas de referencia; además de 50% de todos los proyectos de investigación relacionados a este tema. Y la única forma de cumplir este compromiso es gracias a la innovación. Y la innovación empieza con las personas.

Nuestro Centro de Investigación y Desarrollo es uno de los más modernos en el mundo en la industria de cosméticos, con la capacidad para desarrollar dos mil productos simultáneamente. En el 2018, 37% de nuestros ingresos vino de la innovación, que recibe inversiones del 2,5% de nuestra facturación. También le hemos dedicado atención especial al potencial que tiene la investigación científica brasileña, desarrollada en nuestras universidades, como un valor para nuestro negocio. Mantenemos 331 asociaciones con instituciones educativas y organizaciones. Asimismo, nuestros más de 300 colaboradores del Centro de P&D continúan publicando artículos científicos con los proyectos desarrollados para el Grupo.

Un gran caso de éxito, fruto de estas asociaciones, ha sido el desarrollo de la primera fragancia del mundo hecha por inteligencia artificial, resultado de la investigación en conjunto con el proveedor de fragancias Symrise y con IBM, como mostraremos en la próxima página.



APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOFICIENCIA
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



two fragrances for **innovative** Brazilian cosmetics company O Boticario



uses **machine learning** to sort through thousands of **fragrance formulas**, **ingredients** and **industry trends**,



discovering **untried combinations**

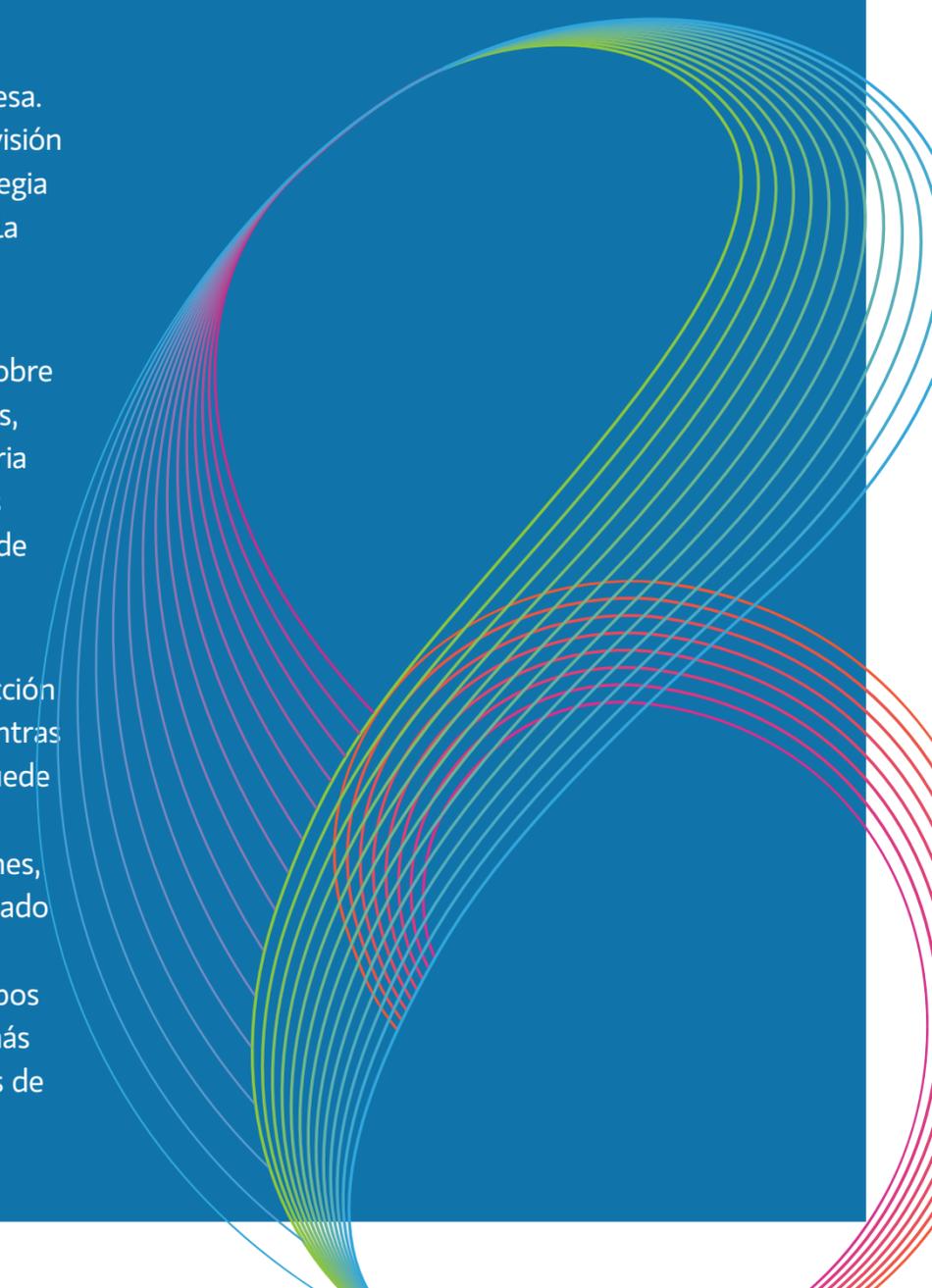
Fragancia desarrollada a partir de INTELIGENCIA Artificial

Desarrollamos, en 2018, las primeras fragancias del mundo hechas con la ayuda de inteligencia artificial. Los perfumistas de O Boticário utilizaron un sistema inédito de tecnología que se ha ganado el nombre de Phylira – la inspiración viene de la mitología griega, en homenaje a la diosa del perfume. Las investigaciones fueron realizadas en asociación con IBM y la compañía alemana Symrise, que es una de las principales proveedoras de fragancias de la empresa. El nuevo producto tendrá dos versiones, y la previsión es de que llegue al mercado en el 2019. La estrategia de marketing fue pensada para consumidores de la generación Y.

Para desarrollar las nuevas fórmulas, el “cerebro artificial” fue alimentado con millones de datos sobre ingredientes, tasas de aceptación de consumidores, fórmulas e informaciones cruzadas sobre la historia de la perfumería. El sistema de IA no tiene límites de combinaciones y las fragancias ganaron notas de especias, maderas, frutas y flores, entre otros ingredientes.

Una de las ganancias en este proceso fue la reducción en el tiempo de desarrollo de los productos. Mientras que el promedio convencional de investigación puede ser de hasta tres años, con centenas de pruebas olfativas y repeticiones de diferentes combinaciones, la utilización de esta nueva tecnología ha posibilitado que esta etapa se redujera a seis meses, lo que permite que tanto los perfumistas como los equipos de investigación, desarrollo y marketing tengan más tiempo para dedicarse a las combinaciones finales de la fragancia y refinar el producto final.

Clique en la imagen para ver el video completo.



APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEficiencia
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



Rumbo a la Industria 4.0

La innovación está presente no solamente en lo que hacemos, sino también en cómo lo hacemos. Cada vez más sectores de la economía están adoptando las premisas de la Industria 4.0 para ser más eficientes y competitivos. Se trata de un concepto de industria que engloba a las principales innovaciones tecnológicas de los campos de la automatización: la descentralización en la toma de decisiones por medio de sistemas, la capacidad de operación en tiempo real, una amplia capacidad de rastreabilidad, mejora en los procesos a partir de informaciones fornecidas por máquinas que procesan los datos de ciclos de trabajo, entre otros.

En Grupo Boticário, nos mantenemos siempre actualizados en términos de tecnología, pero lo hacemos a nuestra manera. Vemos la automatización de procesos y medios de producción con un enfoque en liberar a las personas para hacer tareas más inteligentes, estratégicas y creativas. Las personas están al centro de todo lo que hacemos y continúan siendo esenciales para el éxito de nuestros negocios.

Como en el Grupo siempre jugamos a la delantera, no paramos de experimentar. Nuestra Fábrica de Soluciones, relacionada al área de TI, está enfocada en automatizar procesos y transformar los papeleos en datos. Esto ha permitido la formación de una nueva área en la compañía, el Centro de Servicios Compartidos. Nació como algo innovador, perfeccionando y automatizando las transacciones para que los colaboradores puedan aprovechar más el tiempo y los esfuerzos.

La Fábrica de Soluciones enseñó a robots para que se ocuparan de las actividades repetitivas, como registros, rellenar planillas y parámetros, cálculos y generación de informes, liberando al colaborador para que pueda hacer un análisis crítico de estos materiales y darle más soporte al negocio –esto es esencial para el propio crecimiento de las personas como profesionales, ampliando sus aptitudes para un enfoque estratégico.

En el Núcleo de Evaluaciones y Soluciones Analíticas –NASA, por sus siglas en portugués, en nuestro Centro de Investigación y Desarrollo, el equipo que cuida de las pruebas y el control de calidad de los envases, recibió dos equipos de punta que van a garantizar la precisión de las pruebas realizadas y reducir el margen de error y el tiempo de prueba.



APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIENCIA
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



El primero es una máquina tridimensional para medición de piezas, lo que proporciona esa garantía de precisión a través del toque, fuerza y láseres, que dan la medida exacta del envase testado. Cada milímetro hace la diferencia para evitar el derrame del producto, asegurar la preservación del contenido y la seguridad en el uso del consumidor. El segundo es un escáner que ayuda con la digitalización de los envases. Es portátil y genera fielmente la imagen de cualquier pieza verificada. Después, esa imagen es analizada por investigadores con la ayuda de *software* 3D, que hace la simulación virtual del encaje de las piezas. Esta automatización le da tiempo a los investigadores para crear, innovar y aprender más.

La innovación está presente también en los procesos rápidos y eficientes para la sustitución de materiales controversiales. En 2018, logramos eliminar el formaldehído y el tolueno, iniciando en 2017, además de los avances en la sustitución del triclosán, mismo que será interrumpido para el 2020. Otro logro ha sido la cadena certificada RSPO, del Aceite de Palma.

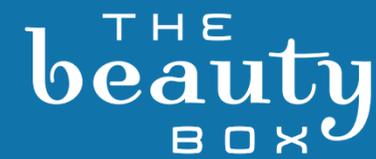
En el envase, concluimos recientemente el planeamiento y la aprobación para la sustitución total del PVC.

Innovar es intercambiar ideas

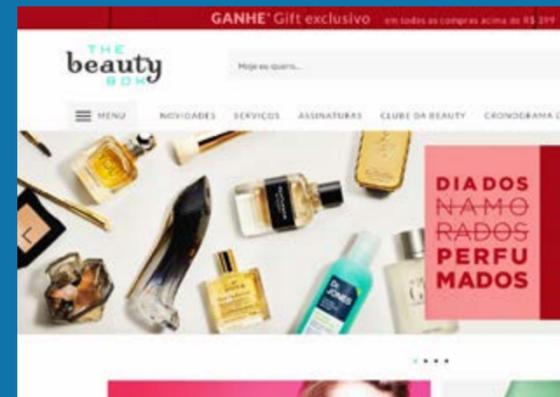


Cada marca del Grupo Boticário es un mini-laboratorio. Independientemente de los desafíos y del modelo de gestión, lo que hay en común es lo aprendido, que se puede y se debe impactar en el negocio y compartir, generando valor para más gente. En *quem disse, berenice?*, con la iniciativa Acelera, Berê estimula el envío de ideas de los colaboradores y trata las sugerencias en busca de aquellas que tenga potencial para ser probadas. Hoy en día, tenemos en promedio 15 proyectos-piloto, más otros ya siendo implementados, como el cambio del *layout* de la tienda. El equipo de la marca también pasó por una inmersión en una incentivadora de *startups*. Observaron la gestión de riesgos, la voluntad de innovar y de salir de la zona de confort.

Compre en la tienda online, retire en la tienda física



Más que una estrategia de negocio multimarca y multicanal para generar resultados: una experiencia de compra como al consumidor le gusta. Somos multicanal hoy pues las personas son multicanal. Además de la forma tradicional de adquirir sus ítems favoritos en tiendas y quioscos propios o en la red de venta minorista, atendemos a nuestro consumidor gracias a la consultoría en venta directa, con ventas por internet, y con la compra online y retirada en la tienda. Pero no todos los clientes optan por recibir sus compras en casa. The Beauty Box es la primera marca de belleza brasileña con 100% de su red dando clic y retirando (compre online y retire en la tienda). Cerca del 25% de las ventas online ya siguen el modelo de clickeo y retire, con picos encima del 50%. Y aún con tantas opciones, la relación cercana con los consumidores continúa inigualable: el número de consultoras Eudora se cuadruplicó entre 2015 y 2018.



APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEficiencia
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



DE LA FORMA QUE SÓLO NOSOTROS LO HACEMOS

Seis marcas con características propias, líneas de productos únicos, pero con un ADN en común: atender los deseos y las necesidades de nuestros consumidores con el menor impacto ambiental posible, durante y después del uso. La belleza es esencial en todo lo que hacemos y no podemos dejar de hacer bien las cosas también en nuestros negocios. Frente a un número tan superlativo de unidades producidas, 335 millones, más de un ítem por cada brasileño, se puede entender cuan grande es nuestra responsabilidad. Nuestros millones de consumidores pueden sentirse tranquilos y cómodos al llevarse a casa un producto de calidad, que entrega los beneficios y el bienestar que están buscando, con un impacto reducido en la naturaleza. Este es el principal valor que tenemos para entregar.

Es nuestro papel como empresa fomentar los temas que consideramos relevantes para un desarrollo pleno de la sociedad, y el control de los impactos ambientales es uno de ellos. Tenemos casos de éxito históricos en esta línea, como el desarrollo y la adopción de la metodología I.A.R.A (Índice de Evaluación de Riesgo Ambiental, por sus siglas en portugués) para el control de la ecotoxicidad de las fórmulas de enjuague, creamos la piel 3D para simular la reacción y los beneficios de nuestros productos en la piel humana, realizamos pruebas *in vitro* y *in silico* para asegurar el desempeño y la seguridad de nuestros productos. Desde el 2000, no hacemos pruebas en animales y ese compromiso se materializó en el 2018 con la conquista de la certificación PETA Cruelty Free, y con la presentación

al consumidor de nuestro portafolio de productos veganos.

De forma institucional, usamos nuestra fuerza de mercado y nuestro conocimiento de la industria para contribuir y mejorar el protocolo de fabricación de productos orgánicos en cosmetología, una discusión que debe avanzar rápidamente.

Rumbo a alcanzar nuestras metas en sustentabilidad, superamos por 17% el número de nuevos productos con propiedades sustentables en el portafolio de todas las marcas propias, llegando a 77% para todos los desarrollos, y queremos llegar a 83% para el 2019. Cerca de 37% de las investigaciones realizadas en 2018 buscaron soluciones para que los productos sean todavía más sustentables. Para el 2019, la meta es abarcar el 40% de las investigaciones.

Algunos compromisos específicos incluyen tener 63% de los productos con un impacto menor en el agua (enjuagables) y 76% de los productos vendidos con material reciclado y/o fuente renovable. Estas iniciativas nos otorgan reconocimientos, como el Premio ECO, ofrecido por la Cámara Americana de Comercio (Amcham), en la categoría Sustentabilidad En Procesos, y el caso de logística inversa y Malbec Club, que utiliza 35% de vidrio reciclado en su frasco, reutilizando más de 180 toneladas de materia prima por año.



2019

METAS:

83%
nuevos productos
con propiedades
sustentables

63%
productos con
impacto reducido en
el agua

76%
productos vendidos
con material reciclado
y/o fuente renovable

Tienda Ânfora - beckers

Para el 2024, cerca de 100 toneladas de vidrio habrán sido reaprovechadas en la cadena de producción de perfumería, para ser transformadas en piezas decorativas para la tienda Ânfora. Esto equivale a 300 mil piezas de New Acqua Frescas.



Malbec

Más de 180 toneladas de vidrio serán reutilizadas cada año para la fabricación de la línea Malbec Club, diseñada especialmente con esta característica. Esto equivale a más de 700 mil frascos de Malbec, la fragancia más vendida de Brasil.

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIENCIA
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



SUSTENTABLE DESDE LA FÓRMULA



Veganos

30%

del portafolio de los productos de maquillaje



40%
de la línea Nativa SPA

Workshop

Capacitación para fortalecer los conceptos internos de lo vegano, orgánico y natural, subsidiando a los equipos de Marketing, P&D y Suministros



Envase Refill

Make B
Base Cushion
Polvo Compacto

PVC free

Primera fase de adquisición de accesorios Sin PVC del mercado mundial

Make B

Menos papel **87%**
de todos los empaques son hechos con papel reciclado

Plástico vegetal en la base líquida de la línea



Más productos, menos envase!

En los bluses, aumentamos la cantidad de producto envasado, en proporción a la cantidad de envase, reduciendo en + de **60%** la cantidad de plástico y papel del producto ya empaquetado

Malbec Club Intenso



35% = +de **180**
del vidrio reciclado en el frasco
toneladas de vidrio reutilizadas cada año en esta línea

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEficiencia
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



SUSTENTABLE DESDE LA FÓRMULA



quem disse, berenice?



Productos
68%
de los productos
con propiedades
sustentables
en 2018

Productos
97%
de los productos
con propiedades
sustentables
en 2018



Primer para Ojos
Envase con
plástico vegetal



Ecoglitter
Desarrollo de productos de
maquillaje, cuerpo y cabello
con brillo, sin uso de
microesferas plásticas



**Acondicionador de la
línea Siège Expert**
Envases con
plástico vegetal



Papel reciclado
Empaques de
todos los ítems de
maquillaje de los proyectos
de innovación del 2018
fueron desarrollados con
papel reciclado



Lápiz labial
Empaque
desarrollado con
papel reciclado

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEficiencia
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES

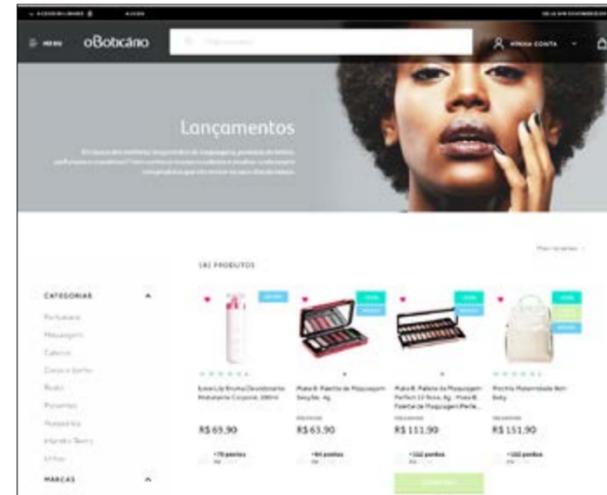
Si es sustentable, lo diremos

A medida que consolidamos diversos proyectos de mejoras y alcanzamos resultados expresivos, nos acercamos a las metas de sustentabilidad establecidas para el 2024, empezamos a involucrar todavía más a nuestros colaboradores y clientes al tema, además de otros públicos.

La investigación sobre reputación y materialidad que realizamos cada dos años muestra que hay oportunidades para ganar más reconocimiento del consumidor sobre estas prácticas que ya generan valor para la sociedad y reducen nuestros impactos en el medio ambiente. El consumidor hoy en día es un mejor ciudadano, activo, quiere protagonismo y entender si las empresas tienen una causa. Involucrar a las personas que usan diariamente nuestros productos, que son fieles a nuestras marcas, es incluirlas en esta ola de transformación que queremos provocar.

Para preparar a nuestro equipo para hablar de sustentabilidad de manera clara y segura, creamos la **Sustenpedia**, una herramienta para que las áreas de Marketing y Comunicación se familiaricen con todos los conceptos de forma colaborativa. Quien aprende algo nuevo, puede compartirlo aquí con sus colegas.

En el 2018, también actualizamos nuestras Directrices de Sustentabilidad para el PDV y estructuramos nuestro primero Guía de Eventos Sustentables, dando directrices adecuadas para la realización de eventos de todos los tamaños.



O Boticário

Intensificó su comunicación a través de una estrategia igual a la de nuestro negocio, multicanal: publicó casos de sustentabilidad por todos los canales de sus relaciones, la Tienda de Bolsa, Redes Sociales, Website y Tienda virtual, Portal del Revendedor, Revista del Revendedor, E-commerce y en las Capacitaciones.



Eudora

Comunicación del programa de devolución de envases Chega Lá e Recicla (Ven y Recicla) en los Espacios de la Representante y en los principales canales de comunicación para los representantes de la marca. El mensaje también se reforzó en las bolsas de compras de los puestos de venta y en los e-mails de marketing. La sustentabilidad fue un tema discutido en sesión plenaria, activaciones y puntos de contacto del Encuentro Nacional de la Fuerza de Ventas de Eudora.



The Beauty Box

Intensificó la comunicación sobre el programa de acopio de envases Sustenta+Beauty en las redes sociales y en el envío de newsletters y e-mails marketing para los consumidores. La sustentabilidad fue un tema abordado en la convención de la marca del equipo de ventas.

quem disse, berenice?

Refuerzo de los contenidos sobre sustentabilidad en la convención de la marca y en el canal de Facebook Adoro, destinado a la fuerza de ventas, con derecho a la realización de un Desafío en Sustentabilidad. Divulgación del programa de acopio de envases Retorna Berê (Devuelve Berê) en los e-mails de marketing enviados a clientes, en las redes sociales, videos del canal Apê da Berê en YouTube, y en las bolsas de compras en puestos de venta.



LA CONSERVACIÓN DE LA NATURALEZA ES NUESTRA CAUSA

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE

FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO

ECOEFICIENCIA: SUSTENTABILIDAD DESDE LA
ESTRUCTURA

CONSTRUCCIONES MÁS VERDES

LOGÍSTICA INVERSA

GESTIÓN DE RESIDUOS

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEficiencia
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE

**Más que un
compromiso, la
conservación es
nuestra causa**

Preservar el medio ambiente es mucho más que un compromiso para el Grupo Boticário: es nuestra causa. Por eso, trabajamos para reducir al máximo el impacto de nuestra producción en los recursos naturales, mientras también somos, gracias a la Fundación Grupo Boticário, el mayor agente privado de conservación de áreas verdes en Brasil.

Para alcanzar estos objetivos, actuamos con la misma actitud emprendedora e innovadora con la que hacemos negocios, ya sea por cómo invertimos nuestros recursos financieros y humanos, por nuestro poder de articulación y movilización en nuestro sector, o apoyando a las iniciativas acorde con nuestra causa.

De esta forma, todas nuestras iniciativas están interconectadas, como en un ecosistema. Por eso, tiene tanto sentido que mantengamos nuestra inversión social más duradera, la Fundación Grupo Boticário de Protección a la Naturaleza. Aunque la institución opere de forma absolutamente independiente y tenga su propia agenda, es aquí que empiezan las actitudes que mantienen viva a nuestra causa –la conservación de la naturaleza. Y esta causa encuentra su continuidad y materialidad en nuestros procesos industriales, en la investigación y la innovación, en las líneas de productos con ciclos de vida adecuados, y en toda la cadena de valor hasta la promoción de medios ambientalmente correctos para descartar los envases, algo en que involucramos a nuestros consumidores.

En los últimos años, hemos avanzado en la estrategia planeada en el 2012, que se ha mostrado bastante fuerte. La participación de los *stakeholders* es cada vez más consistente, lo que nos ayuda a lograr nuestras metas y a reducir nuestros impactos en toda la cadena, hasta el periodo de corte para reevaluaciones en 2024. Sustentada por cuatro áreas principales –materias primas y envases, logística inversa, canales de venta y ecoeficiencia–, la estrategia dialoga con los valores del Grupo y sus políticas, especialmente la de Inversión Social Privada.

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

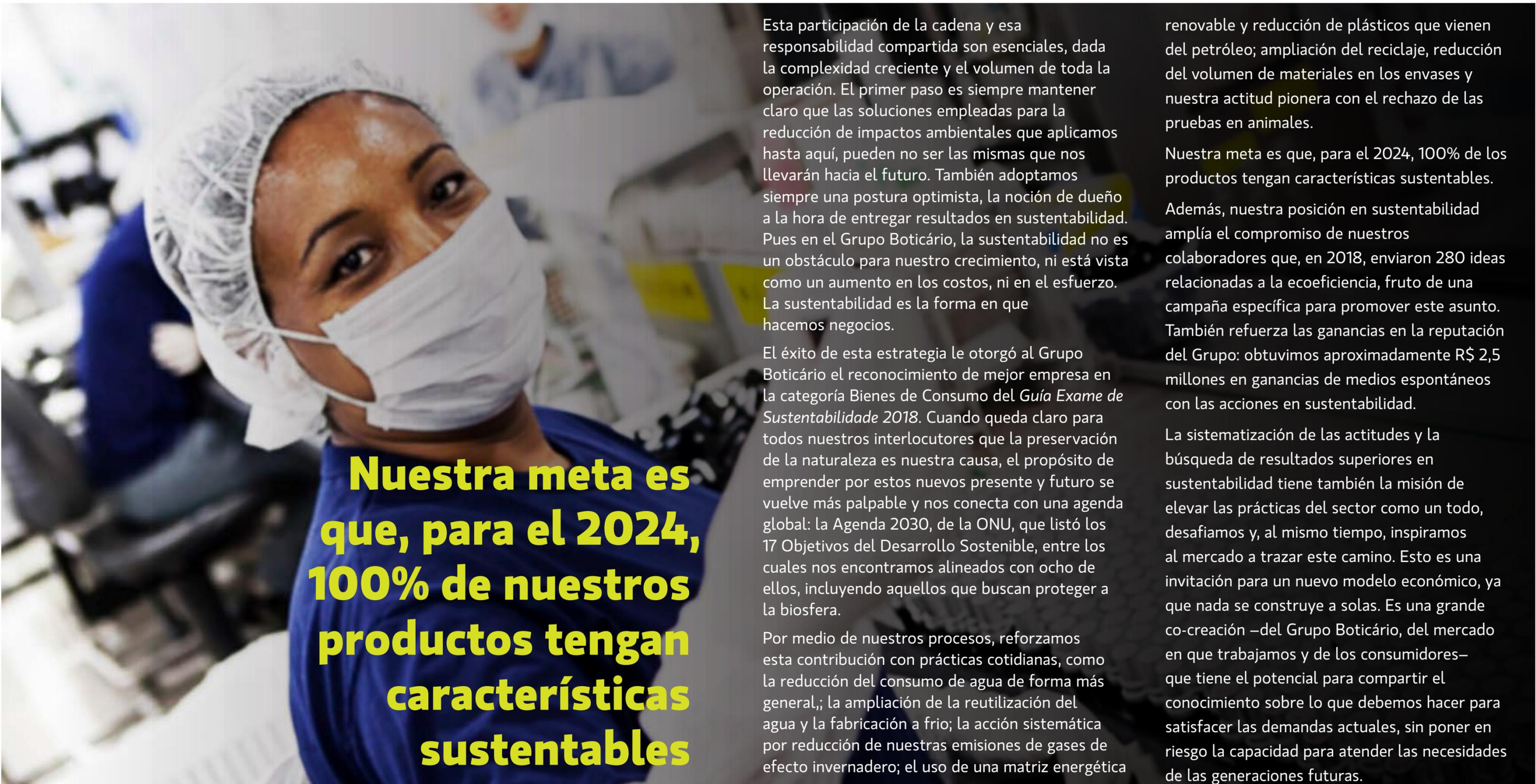
NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEficiencia
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



Nuestra meta es que, para el 2024, 100% de nuestros productos tengan características sustentables

Esta participación de la cadena y esa responsabilidad compartida son esenciales, dada la complejidad creciente y el volumen de toda la operación. El primer paso es siempre mantener claro que las soluciones empleadas para la reducción de impactos ambientales que aplicamos hasta aquí, pueden no ser las mismas que nos llevarán hacia el futuro. También adoptamos siempre una postura optimista, la noción de dueño a la hora de entregar resultados en sustentabilidad. Pues en el Grupo Boticário, la sustentabilidad no es un obstáculo para nuestro crecimiento, ni está vista como un aumento en los costos, ni en el esfuerzo. La sustentabilidad es la forma en que hacemos negocios.

El éxito de esta estrategia le otorgó al Grupo Boticário el reconocimiento de mejor empresa en la categoría Bienes de Consumo del *Guía Exame de Sustentabilidade 2018*. Cuando queda claro para todos nuestros interlocutores que la preservación de la naturaleza es nuestra causa, el propósito de emprender por estos nuevos presente y futuro se vuelve más palpable y nos conecta con una agenda global: la Agenda 2030, de la ONU, que listó los 17 Objetivos del Desarrollo Sostenible, entre los cuales nos encontramos alineados con ocho de ellos, incluyendo aquellos que buscan proteger a la biosfera.

Por medio de nuestros procesos, reforzamos esta contribución con prácticas cotidianas, como la reducción del consumo de agua de forma más general; la ampliación de la reutilización del agua y la fabricación a frío; la acción sistemática por reducción de nuestras emisiones de gases de efecto invernadero; el uso de una matriz energética

renovable y reducción de plásticos que vienen del petróleo; ampliación del reciclaje, reducción del volumen de materiales en los envases y nuestra actitud pionera con el rechazo de las pruebas en animales.

Nuestra meta es que, para el 2024, 100% de los productos tengan características sustentables.

Además, nuestra posición en sustentabilidad amplía el compromiso de nuestros colaboradores que, en 2018, enviaron 280 ideas relacionadas a la ecoeficiencia, fruto de una campaña específica para promover este asunto. También refuerza las ganancias en la reputación del Grupo: obtuvimos aproximadamente R\$ 2,5 millones en ganancias de medios espontáneos con las acciones en sustentabilidad.

La sistematización de las actitudes y la búsqueda de resultados superiores en sustentabilidad tiene también la misión de elevar las prácticas del sector como un todo, desafiamos y, al mismo tiempo, inspiramos al mercado a trazar este camino. Esto es una invitación para un nuevo modelo económico, ya que nada se construye a solas. Es una grande co-creación –del Grupo Boticário, del mercado en que trabajamos y de los consumidores– que tiene el potencial para compartir el conocimiento sobre lo que debemos hacer para satisfacer las demandas actuales, sin poner en riesgo la capacidad para atender las necesidades de las generaciones futuras.

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEficiencia
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



Nuestros índices

El principal indicador proporcionado por la estrategia de actuación del Grupo Boticário es el Índice de Sustentabilidad, una herramienta interna que mide la evolución de las prácticas y de los procesos. Los criterios son definidos con base en los temas materiales del Grupo. El Índice, además de hacer posible la visualización de nuestro desempeño a lo largo del tiempo, usa informaciones públicas para posicionar los resultados del Grupo Boticário por delante del sector de Belleza y Perfumería. Evolucionamos 2,75 puntos, llegando a la marca de 85,68 sobre un total de 100 puntos.

La evolución de este índice nos permite dirigir mejor las inversiones y los esfuerzos internos y así tomar decisiones mejor orientadas, como reducir la cantidad de papel usando en nuestro empaques, ampliar nuestra tasa de reciclaje, optimizar nuestro consumo energético, disminuir nuestras emisiones y desarrollar el mejor programa de logística inversa de Brasil con nuestros puntos de acopio.

El índice está fundado en cuatro pilares: Gestión y Transparencia de las Informaciones (peso 20), Incorporación de la Sustentabilidad en los Negocios (peso 30), Capilaridad de la Actuación en Sustentabilidad (peso 20) y Reputación/Expresión en Sustentabilidad (peso 30). Cada pilar contiene diversos ítems con el objetivo de evaluar el impacto de la sustentabilidad de la actuación del Grupo. Juntar anualmente estos resultados nos permite identificar los riesgos y las oportunidades.



Sustentabilidad involucra clientes

Las estrategias para involucrar a los consumidores en los temas de sustentabilidad están en constante actualización. Una investigación hecha entre los clientes de *quem disse, berenice?* mostró que el 98% de las personas entrevistadas cambiaron su forma de ver la marca después de la campaña de devolución de envases vacíos. En O Boticário, el consumidor identifica fácilmente estos atributos en Cuide-se Bem y Nativa SPA, que han aumentado su sustentabilidad en toda la línea. En todas las marcas, los clientes responden bastante bien a las prácticas de devolución de envases en la tienda y a la divulgación de la acción de logística inversa, con un gran alcance.

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIENCIA
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

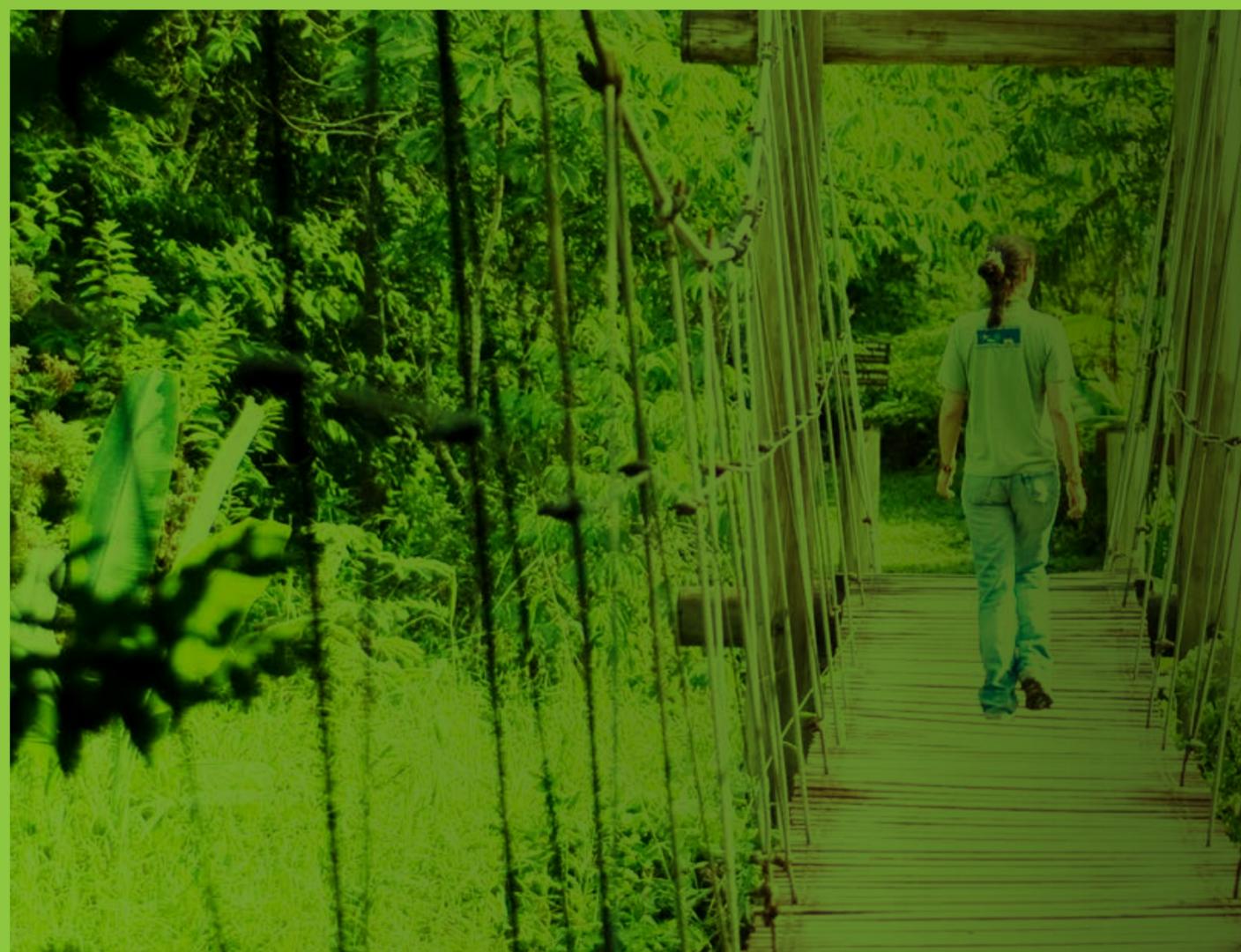
ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



Fundação GrupoBoticário



de proteção à natureza



La Fundación Grupo Boticário de Protección a la Naturaleza cumplirá 30 años en 2020 y es una de las principales instituciones privadas de conservación de la naturaleza en Brasil. La decisión de crear una Fundación representa de forma institucional a la causa que orienta al Grupo Boticário y a su legado más importante: entendemos que la conservación de la naturaleza es un elemento clave para la mantención de los negocios y de la vida.

A lo largo de tres décadas, la Fundación se ha convertido también en una de las principales financiadoras de proyectos ambientales del país, con inversiones que alcanzan los R\$ 80 millones en iniciativas de estudios, preservación y conservación. En total, más de 1,500 proyectos fueron apoyados y así fueron descubiertas más de 170 especies, entre otros avances. La institución también desarrolla acciones propias, como la mantención de sus reservas naturales –Salto Morato (PR) y Serra do Tombador (GO)-, que juntas cuidan a más de 11 mil hectáreas de Mata Atlántica y en la ecorregión del Cerrado, los dos biomas más amenazados del país.

La innovación está presente desde la creación de la Fundación, en un momento en que la sustentabilidad y el cuidado del medio ambiente todavía estaban poco presentes en el contexto de la iniciativa privada. Fue con esta capacidad para traer siempre nuevas soluciones que surgieron proyectos como “Oásis”, la “Iniciativa en Pago por los Servicios Ambientales”, y las “Estaciones Naturaleza”, orientadas para involucrar a la sociedad en la causa ambiental.

La Fundación Grupo Boticário es conocida por su actuación dentro y fuera de Brasil, y dialoga con una gran red de socios para intercambiar buenas prácticas y conocimientos.

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIENCIA
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES

Nuevo plan estratégico

A partir de 2019, la Fundación Grupo Boticário va a empezar un nuevo mapa estratégico, con metas para el 2023. La prioridad se coloca en acciones escalables, de gran impacto, materializadas a través de algunos enfoques de actuación de la institución: compromiso, soluciones innovadoras/basadas en la naturaleza y negocios de impacto positivo para el medio ambiente. Esta decisión revela la sinergia entre los propósitos de la Fundación y del Grupo. Con este nuevo plan estratégico, el trabajo de la Fundación estaría orientado por tres ejes:

Innovación: Soluciones y modelos innovadores de conservación.

Influencia: Subsidiar y calificar la toma de decisiones.

Economía: apoyar el desarrollo de negocios de impacto basados en la conservación de la naturaleza.

Otra definición estratégica de la Fundación es que uno de los temas principales para los próximos cinco años sea el del agua, con una gran prioridad en la movilización social y un fuerte impacto de contribución en la Agenda 2030. El papel de la Fundación es preservar el futuro y actuar en el presente para influenciar la creación de políticas públicas que beneficien al medio ambiente, además de ampliar el esfuerzo de gestión del capital natural de los socios gracias a los proyectos de impacto. Por eso, la Fundación está directamente en acuerdo con los ODS 6 (Agua limpia y saneamiento), 13 (Acción por el clima), 14 (Vida submarina) y 15 (Vida de ecosistemas terrestres).

Encuentro común por planeta

El Congreso Brasileño de Unidades de Conservación (CBUC), organizado por la Fundación Grupo Boticário de Protección a la Naturaleza, organizó su novena edición entre el 31 de julio y el 2 de agosto de 2018. El evento, uno de los más importantes en conservación de la naturaleza en América Latina, reunió a especialistas de renombre de Brasil y del mundo entero, para un intercambio intenso sobre innovación, tecnología, sustentabilidad, diversidad y colaboración.

En esta edición, además de los temas técnicos, la programación acercó la conservación de la naturaleza al cotidiano de las personas. Se destacaron: la relación de la naturaleza con la salud, la economía y el arte. Los invitados, el actor Juliano Cazarré y el cantante Lenine, hablaron sobre la naturaleza como una fuente de inspiración.

El CBUC es un evento totalmente sostenible y reúne a más de 1,200 participantes, de los más variados sectores.



APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEficiencia
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



Involucrando hoy a las generaciones futuras

Uno de los proyectos de educación y compromiso de la Fundación Grupo Boticário, la Colección Meu Ambiente (Mi Ambiente) lleva la conservación de la naturaleza a las escuelas públicas de diversos municipios, con el objetivo de sensibilizar a profesores y alumnos. La iniciativa consiste en distribuir libros didácticos para alumnos y educadores de la educación primaria y secundaria, con la asociación del Sistema Educacional Familia y Escuela (SEFE) al frente de la supervisión pedagógica.

Para el 2019, se habrán realizado 9 ediciones y 18 libros con contenido sobre conservación de la naturaleza, con temas correspondientes a cada etapa:



1° año – Conservación de la naturaleza

2° año – Seres Vivos

3° año – Planeta Azul

4° año – Biomas brasileños: Amazonas, Mata Atlántica y Ecorregión del Cerrado

5° año – Biomas brasileños: Pantanal, Pampas y Caatinga

6° año – Ecosistema marino

7° año – Cambios climáticos

8° año – Futuros posibles: calidad de vida, salud y naturaleza

9° año – Almanaque de conservación

Premio Joven Científico

Por primera vez con el patrocinio de la Fundación Grupo Boticário, el tradicional Premio Joven Científico, organizado por el CNPq y por la Fundación Roberto Marinho, recibió más de 1,500 proyectos en tres categorías, divididas por niveles escolares. También se entregaron condecoraciones para una científica que se destacó y para las instituciones educativas que más presentan candidatos calificados para el Premio Joven Científico. El primer lugar de cada categoría:



Escuela preparatoria:

Proyecto: Desarrollo de una película plástica biodegradable a partir del residuo agroindustrial de maracuyá.

Nombre: Juliana Davoglio Estradioto, estudiante

Institución: Instituto Federal de Educación, Ciencia y Tecnología de Rio Grande do Sul

Ensino superior:

Proyecto: Preservación de la vegetación de los bosques Dois Irmaos y Engenho Uchôa, en Recife, como contribución para la conservación y desarrollo de la comunidad alrededor.

Nombre: Célio Henrique Rocha Moura, estudiante de Arquitectura y Urbanismo

Institución: Universidad Federal de Pernambuco

Maestría y Doctorado:

Proyecto: Modelo de recuperación de poblaciones del pez pirarucu en el Amazonas para conservar a la especie y generar ingresos para las comunidades ribereñas.

Nombre: João Vitor Campos e Silva

Institución: Universidad Federal de Alagoas

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIENCIA
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



Proyecto Araucaria

Una de las iniciativas más innovadoras y con alto impacto positivo en la conservación de la naturaleza desarrollada por la Fundación Grupo Boticário ha sido Araucaria+, que cuenta con la alianza con la Fundación CERTI. Se trata de un modelo de negocios de impacto, con la lógica de la conservación integrada, que armoniza la innovación y la producción sustentable del piñón y la yerba mate con la protección del Bosque de Araucarias.

Los productores rurales, con el apoyo de Araucaria+, se conectan con un mercado especial, formado por empresas que adoptan estrategias de innovación y sustentabilidad en sus productos y, así, exigen insumos de origen sustentable, con información y rastreabilidad- Para atender las demandas de estos clientes, los productores luego adoptan sistemas productivos sustentables y reciben orientación técnica de estrategia de precio especial para sus productos.

A finales del 2018, Araucaria+ contaba con más de 50 organizaciones involucradas, de las cuales empresas, *startups*, universidades, instituciones gubernamentales y organizaciones de la sociedad civil; más de 80 productores; 671 hectáreas de bosque conservado, desde el uso sostenible y el pago por servicios ambientales para conservación integral; y otras 262 hectáreas en proceso de restauración.



Araucária+



**Desde su creación,
la iniciativa ya ha
conquistado cuatro
reconocimientos**



Tecnologia Social
CERTIFICADA PELA
FUNDAÇÃO BANCO DO BRASIL

**Certificado de la Fundación
Banco do Brasil, como
Tecnología Social**



**Prêmio von Martius
de Sustentabilidade**
CÂMARA BRASIL-ALEMANHA

**Premio Von Martius
de Sustentabilidad**



**24º Premio
Expresión Ecológica**



**Certificado FATMA de
Gestión Ambiental**

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIENCIA
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



ECOEFICIENCIA: SUSTENTABILIDAD DESDE LA ESTRUCTURA

Somos consumidores de recursos naturales en nuestra producción –y sabemos que estos no son infinitos. Para garantizar la calidad de nuestros productos y cumplir el compromiso que tenemos con la sociedad y con el planeta, necesitamos avanzar en el uso de recursos naturales renovables y, dando el ejemplo, incentivar a nuestra cadena de valor y a otras empresas a que hagan lo mismo. Basándonos en investigaciones, sabemos que más del 70% de los consumidores están conscientes de que el consumo genera impacto.

Además de todo el trabajo promovido por la Fundación Grupo Boticário de Protección a la Naturaleza, el desafío diario de nuestro negocio es minimizar el impacto en el medio ambiente y beneficiar a todas las personas. Tenemos metas definidas para la reducción del uso de recursos directos y así ampliar nuestra ecoeficiencia desde el 2012, cuando empezamos el capítulo de la estrategia de sustentabilidad que nos orienta hasta el 2024, para el consumo de agua, de energía, la generación de residuos y emisión de gases de efecto invernadero. Para el período del 2019-2021, fueron mapeadas las iniciativas de sustentabilidad en planes de áreas como las de Logística (43, en total) e Industrial (102, en total). Nuestras metas y planes de acción son revisados anualmente, basándonos en el *benchmarking* del sector y en los desafíos que queremos alcanzar.

Los indicadores son monitoreados diariamente, con análisis críticas mensuales y reuniones trimestrales con la dirección para evaluar y discutir los planes de acción

TEMA	INDICADOR	META 2019	META 2024
Reducción en el consumo de agua	m ³ /ton producida	6,00	4,23
Aumento en el agua reutilizada	% del total captado	24%	50%
Reducción en el consumo de energía	Wh/SKU*-- MWH/106 unidades producidas	111,80	97,5
Aumento en el uso de energía de fuente renovable	Participación en la matriz energética	72%	100%
Aumento en la generación propia de energía	Participación sobre el total consumido	0%	20%
Reducción en la generación de residuos	Gramas/SKU	22	16,3
Reducción en la emisión de gases de efecto invernadero	Gramas de CO ₂ /SKU	12,60	10,5
Aumento de las construcciones sustentables en tiendas	Participación total	17,7%	100%

*SKU: Sigla para Stock Keeping Unit, se refiere a los tipos de producto con los que trabaja una empresa. Cada producto equivale a un SKU.



APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIENCIA
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES

AGUA

El agua es una materia prima esencial para el portafolio del Grupo Boticário. Nuestra producción también depende de ella para varios procesos, como los de limpieza y enfriamiento. Por eso, la gestión del agua es uno de los principales indicadores de nuestra estrategia de sustentabilidad y, en nuestro programa de metas para el 2024, contamos con dos líneas de acción: reducción del consumo promedio por tonelada producida para 6 metros cúbicos y aumento del agua reutilizada para 50% del total captado.

En 2018, el volumen de agua captado por el Grupo Boticário aumentó 9,5% comparado con el año anterior, gran parte de esto en función del crecimiento de las operaciones, lo que explica la dimensión del consumo en todas las unidades. Por otro lado, cuando analizamos el volumen consumido por tonelada producida, hubo reducciones considerables en la planta de Camaçari y en el centro de distribución de San Gonçalo dos Campos, ambos en Bahia, lo que indica una eficiencia mayor en el proceso. Cerca de 40% del agua consumida en los centros de distribución proviene del agua de lluvia.

La reutilización también aumentó en 2018. Se aprovecharon 56.382 metros cúbicos de agua (24% del total captado), 6,1% más que en el 2017. Se destacó el centro de distribución de Registro (SP), que aumentó la reutilización por 11 puntos porcentuales, pasando de 33% a 42%. En las fábricas, un total de 21% del agua consumida vino de una reutilización.

Total de agua retirada por fuente

[303-1]

Unidad	Volumen captado (m ³)	Volumen consumido por tonelada (m ³ /ton)	Volumen captado (m ³)	Volumen consumido por tonelada (m ³ /ton)
Planta São José dos Pinhais	107.214	6,6	92.297	6,2
Planta Camaçari	84.499	5,4	82.343	7,5
CD Registro (Poço)	5.741	7,0	4.713	6,3
CD São Gonçalo dos Campos	10.151	19,9	10.100	29,3
TOTAL CONSUMO (m ³)	207.605	-	189.453	-

Volumen e porcentaje de agua reciclada (en m³)

[303-3]

UNIDAD	2018	%	2017	%
São José dos Pinhais	21.911	-	18.739	-
Registro	4.134	-	2.336	-
Camaçari	28.628	23%	30.253	27%
São Gonçalo dos Campos	1.709	14%	1.780	15%
TOTAL	56.382	-	53.108	-



APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIENCIA
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



ENERGÍA

Nuestras operaciones, como las de toda industria, consumen energía intensamente. En función del impacto ambiental que la producción de energía puede provocar, especialmente en cuestión de emisión de gases de efecto invernadero provenientes de los combustibles fósiles, el Grupo Boticário tiene como compromiso que, para el 2024, se reduzca su consumo y que, asimismo, la matriz energética esté totalmente basada en fuentes renovables. Una tercera meta está relacionada a la reducción de la dependencia de terceros, a través de la autogeneración de energía. Para el 2024, el Grupo ansía que 20% de su consumo sea producido por medios propios.

El consumo de energía de todas nuestras unidades es monitoreado diariamente y, además de la meta global, las áreas cuentan con objetivos específicos para la reducción del consumo y el uso de fuentes renovables. En 2018, por ejemplo, el consumo de energía eléctrica fue de 21,7%, menor comparado con 2017.

Una de nuestras principales medidas para la economía energética ha sido la optimización y el aumento de la eficiencia de nuestras plantas. En Camaçari, la alteración realizada en el sistema de climatización resultó en un ahorro de 2,657,000 kWh/año, lo que equivale al consumo promedio de casi 17 mil residencias en un mes entero. Otra línea de trabajo ha sido la sustitución de focos convencionales por iluminación LED. En São José dos Pinhais, esta alteración produjo una reducción en el consumo de 171,639.36 kWh/año, lo que bastaría para abastecer cerca de mil casas por mes.

Con respecto a la intensidad energética, o sea, la energía necesaria para producir un cantidad determinada de nuestros productos, las unidades de São Gonçalo dos Campo y Camaçari presentaron una mejora en su eficiencia del 28,8% y 4% respectivamente.

Matriz energética (em GJ)

[302-1]

COMBUSTIBLE	UNIDAD	CONSUMO 2018
Diesel	São José dos Pinhais	645
	Registro	275
	São Gonçalo dos Campos	339
	TOTAL	1.259
Gas Natural	São José dos Pinhais	24.813
	Camaçari	16.269
	TOTAL	41.082
Energía eléctrica	São José dos Pinhais	56.196
	Registro	11.607
	São Gonçalo dos Campos	12.289
	Camaçari	44.317
	Corporate Jardim Botânico - Curitiba	15.355
	Instituto/Fundación – Curitiba e Salto Morato	891
	TOTAL	140.655
TOTAL DE LA MATRIZ	182.996	

Tasa de intensidad energética (MWh por millón de unidades producidas)

[302-3]

UNIDAD	2018	2017
São José dos Pinhais	107,8	101,9
Registro	18,6	13,5
São Gonçalo dos Campos	19,22	27,0
Camaçari	114,22	119,0

OBS:

1 - En 2018, no hubo consumo de GLP en ninguna de nuestras unidades.

2 - No hay consumo de gasolina, etanol ni biodiesel en ninguna unidad de nuestro grupo.

Fabricación en frío para ahorrar energía

Entre las etapas que más consumen energía para nuestra producción de cosméticos están los procesos de calentamiento y enfriamiento, necesarios para causar las características físicas y químicas de algunas de nuestras materias primas. La fabricación y el envase en frío fueron adoptados hace algunos años para transformar esta etapa en algo más ecoeficiente y siguen siendo métodos estratégicos para la reducción del consumo de energía.

Hasta ahora, hemos tenido éxito al modificar más de 30 productos, para que pudieran tener un proceso en frío, deshaciéndonos así del calentamiento por reactores. Esta innovación provocó una reducción promedio del 71% en el tiempo de fabricación, generando eficiencia operacional y reduciendo el consumo de recursos: 70% en el consumo de energía eléctrica, 15% en el costo de transformación y 10% en el costo de las materias primas.

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEficiencia
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES

EMISIONES

El Grupo Boticário cree en la influencia de las acciones humanas sobre el volumen del carbono presente en la atmósfera y sabe que los cambios climáticos provenientes de este proceso influyen no solamente a nuestro negocio, sino también a la biodiversidad y a las condiciones de vida de billones de personas en mundo. La reducción de emisiones por todos los países es esencial para mantener el aumento de la temperatura por debajo del límite máximo de 2%, como fue establecido por el Acuerdo de París, firmado en 2015 y del cual Brasil participó.

Por eso, la empresa adopta acciones para reducir sus emisiones y contribuir en el esfuerzo de mitigar impactos negativos en el cambio climático. Nuestras acciones se extienden al ciclo de vida de nuestros productos, desde la fabricación hasta el destino final, y a otros aspectos, como la logística, los puestos de venta y la preservación de las áreas forestales, gracias a la Fundación Grupo Boticário.

Todos los años, el Grupo Boticário elabora su inventario de emisiones usando la herramienta GHG Protocol, publicando sus resultados principales. El total de las emisiones de CO2 equivalente del Grupo Boticário tuvo un aumento del 8% en 2018, especialmente debido al aumento de la producción en las fábricas de Camaçari y São José dos Pinhais (PR). Sin embargo, los centros de distribución redujeron sus emisiones. En São Gonçalo dos Campos, la reducción fue de más del 85%: de 174 tCO2e a 25 tCO2e.

Otro indicador importante es la intensidad de las emisiones de GEE por unidad operacional. En 2018, reducimos la intensidad de las emisiones de carbono en las unidades de Camaçari y São Gonçalo dos Campos. En Camaçari, la emisión de CO2 equivalente por cada millón de unidades producidas bajó de 13.9 en 2017, a 11.5 en 2018, una reducción de más de 17%. En São Gonçalo dos Campos, la reducción llegó a casi 93%, es decir, pasamos de 1.4 toneladas por millón de unidades en 2017, a 100 kilos por millón de unidades transportadas en 2018.

Total de emisiones de GEE por unidad operacional (en tCO2e)

[305-1]

UNIDAD	2018	2017
São José dos Pinhais	1.932	1.505
Camaçari	1.235	1.230
Registro	20	21
São Gonçalo dos Campos	25	174
TOTAL	3.167,2	2.930

Intensidad de las emisiones de GEE por unidad operacional (tCO2e/106un.producidas)

[305-4]

UNIDAD	2018	2017
São José dos Pinhais	13,3	10,2
Camaçari	11,5	13,9
Registro	0,1	0,1
São Gonçalo dos Campos	0,1	1,4

Total de emisiones y emisiones por tonelada transportada 2018 (tCO2e)

TIPO	TOTAL	POR ton
Alcance 1*	6.184,45	0,071
Alcance 2**	2.917,94	0,033
Alcance 3***	24.653,14	0,284

*Alcance 1: Emisiones directas provenientes de operaciones propias o controladas por la organización

** Alcance 2: Emisiones indirectas provenientes de la adquisición de energía como electricidad o vapor consumidos dentro de la organización

*** Alcance 3: Todas las emisiones indirectas (no incluidas en el Alcance 2) que ocurren fuera de la organización, incluyendo las emisiones ascendentes y descendentes

Plástico vegetal reduce las emisiones de carbono

La adopción de envases de plástico vegetal, producido a partir de la caña de azúcar en vez de la versión tradicional derivada del petróleo, en líneas como Cuide-se Bem, Nativa SPA, Siège y Malbec, está ayudando a reducir nuestras emisiones. Actualmente, la nueva línea de envases está evitando que, por cada kilo de plástico usado en la producción, se liberen 4,95 kilos de CO2 en la atmósfera.

La línea Cuide-se Bem, por ejemplo, cuenta con más de 70% del portafolio hecho en plástico vegetal en sus frascos y tubos, reduciendo el uso del plástico convencional en más de 90 toneladas por año.



APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIENCIA
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



CONSTRUCCIONES MÁS VERDES

Una de las metas del Grupo Boticário es tener, para el 2024, 100% de sus construcciones en acuerdo con las premisas de las construcción sustentable. Son 51 premisas definidas para todas las obras y remodelaciones de los sitios del Grupo Boticário, basándose en las principales certificaciones de sustentabilidad que existen en el mercado. Además de ser pioneros con la primera fábrica de cosméticos, con el primer centro distribución de las regiones Norte/Noreste de Brasil y con la primera tienda en la categoría CI Retail (*Customer Intelligence Retail*, Inteligencia de Venta Minorista), estamos certificados con el sello LEED (*Leadership in Energy and Environmental Design*), que define criterios de uso eficiente de recursos para un edificio, como energía, agua, materiales, entre otros.

El nuevo concepto también incorpora las indicaciones del sello Forest Stewardship Council (FSC), que verifica los cumplimientos con cuestiones ambientales, económicas y sociales de productos forestales, como madera y papel.

Entre las iniciativas para aumentar la ecoeficiencia de nuestras instalaciones, en todas las marcas, están el uso de madera certificada, que llega a 100% de las tiendas; iluminación LED, que ya es de 100% en 21 tiendas piloto; reducción en la impresión de piezas con el uso de pantallas digitales –en promedio son 1,200 piezas por tienda cada año; prácticas en reducción del uso de energía que resultaron en un consumo 63% menor en las tiendas Ânfora. En Eudora, esa reducción es del 33% en tiendas nuevas, que son cada vez más sustentables: todas tienen recolectores de envases post-consumo; cuentan con 90% de los couvettes (soportes) de maquillaje hechos con MDF reciclable y certificado FSC; 100% de la iluminación LED y 100% de *videowall*, pantallas electrónicas que evitan el uso y descarte cotidiano de materiales impresos con informaciones para el consumidor.

El grupo cuenta con una política interna que crea normas y da orientaciones para nuevas construcciones y remodelaciones.

Son 51 premisas sustentables para todas las obras y remodelaciones en los sitios del Grupo Boticário

Para el 2024
100%
de las construcciones siguiendo padrones globales de sustentabilidad

100%
madera certificada en las tiendas
iluminación LED en 21 tiendas piloto

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIENCIA
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



TIENDA ÂNFORA O BOTICÁRIO

Proyectada en 2017 e implementada como piloto en 2018, la tienda Ânfora es un nuevo formato de puesto de venta que expresa la apuesta de la marca O Boticário en la evolución de la venta al pormenor. En ella, además de vivir el espíritu de la marca, el público puede conocer las principales tendencias de la venta minorista sustentable que están siendo adoptadas por el Grupo Boticário. Ya son cinco tiendas adaptadas a este modelo. En el futuro, los resultados de eficiencia energética serán bastante significativos.

En las tiendas Ânfora, los muebles en módulos reducen la necesidad de obras e intervenciones, lo que resulta en menos residuos; acrílico, acero, aluminio y planchas de MDF son usados en cantidades menores, reduciendo el impacto ambiental del espacio; toda la madera usada en la tienda está certificada FSC; la iluminación es 100% LED y el ahorro total de energía en puestos de venta de este tipo de proyecto llega al 63%.

La innovación también está en el modelo de la tienda. Funcionan como un laboratorio para pruebas de materiales alternativos más sustentables, entre ellos, vidrios reciclados a partir de ánforas recolectadas en nuestros programas de logística inversa, que se transforman en *beckers* decorativos con estilo vintage. Para el 2024, serán reaprovechados, en la cadena de producción de perfumería y en estas piezas, cerca de 100 toneladas de vidrio reciclado.

En el *merchandising* visual, parte de los soportes, que antes eran de papel y de plástico, ahora han sido substituidos por pantallas multimedia. Esta mejora, junto con la reutilización del material, evita la impresión de 45 mil piezas, 200 toneladas de CO2 no serán emitidas, ahorrando 11 toneladas de papel y 5,9 millones de litros de agua.

Las acciones de la logística inversa están presentes a través del espacio que recibe los envases vacíos con el Programa Boti Recicla. Las *ecobags* exclusivas de las tiendas Ânfora también son producidas con material reciclado. Los envases de plástico vacíos y devueltos por nuestros consumidores son un usadas para la producción de lámparas. Todo esto confirma, materializa y lleva a nuestros clientes este mensaje: nuestra postura de mantener una cadena circular.

Al final del 2018, ya había tiendas Ânfora en Rio de Janeiro, São Paulo, Curitiba, Salvador y Fortaleza.

Innovación en PDV

Tiendas Ânforas

Fortaleza

Salvador

São Paulo

Rio de Janeiro

Curitiba



APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOFICIENCIA
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

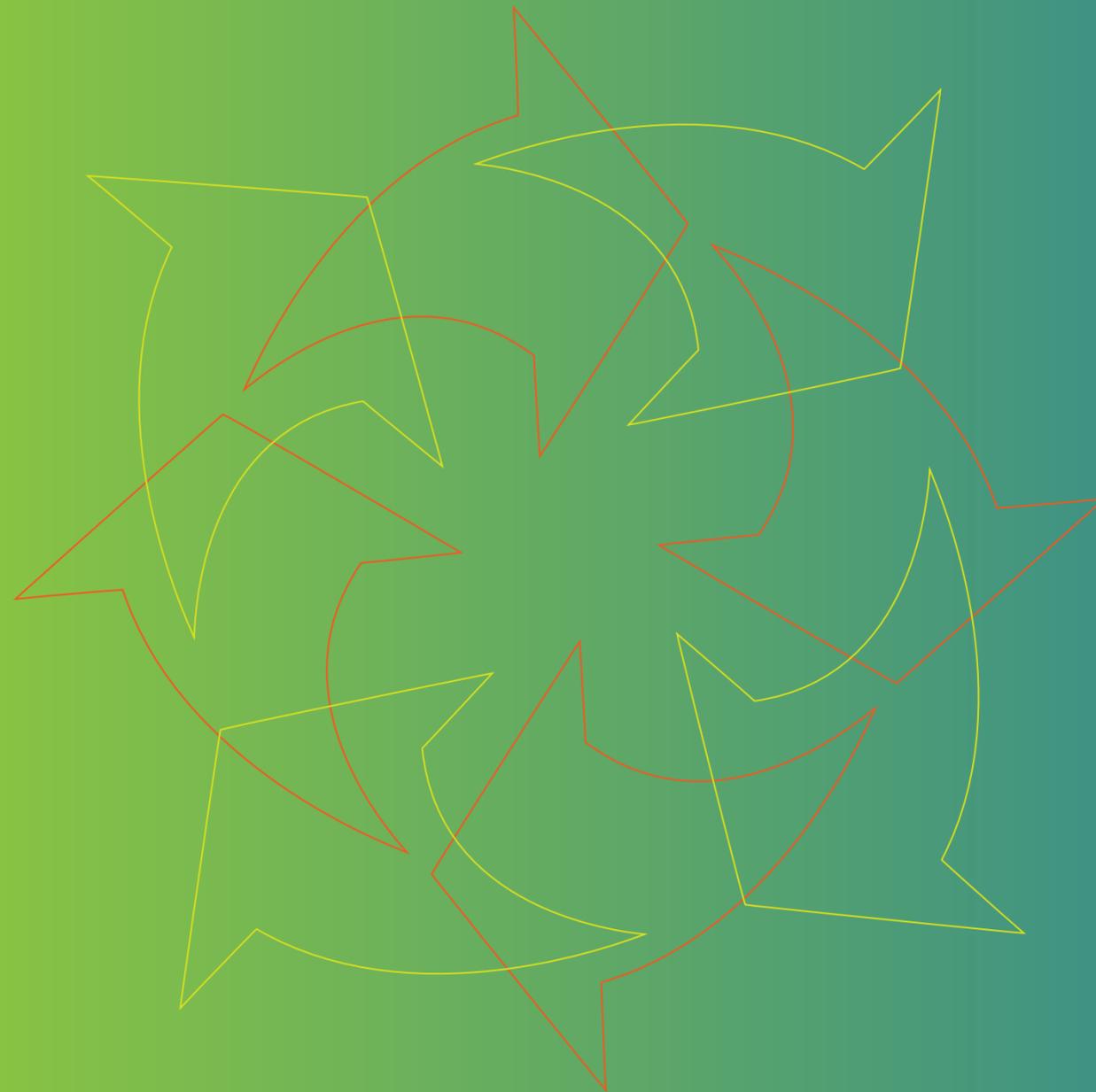
DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



LOGÍSTICA INVERSA



Para el Grupo Boticário, ser sustentable significa pensar el ciclo de vida de sus productos en su totalidad: desde las materias primas usadas en la fabricación, hasta el destino de nuestros envases después del consumo. Por eso, mantenemos hoy el mayor programa en Brasil de logística inversa en puntos de colecta.

Desde el 2006, cuando empezó el proyecto Bioconciencia, en las tiendas de Curitiba, el Grupo Boticário ha perfeccionado sus prácticas de logística inversa. En 2010, 100% de los puestos de venta ya participaban de esta iniciativa. Nuestras prácticas son anteriores a la Política Nacional de Residuos Sólidos, lanzada en ese año.

En 2018, la madurez del programa se vio reflejada en los resultados. Hubo 33 cooperativas actuando en la recepción y el tratamiento adecuado de los residuos y el compromiso de las transportadoras asociadas, que recogen los productos de las tiendas y las llevan a las cooperativas.

El programa recibió el premio ABIHPEC Belleza Brasil por sus resultados en el reciclaje de envases.



APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIENCIA
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



#botirecicla

Cómo funciona:

Todas las tiendas O Boticário cuentan con recolectores de envases en cualquier época del año. La iniciativa se reforzó, en 2018, con cuatro campañas de acción promocional en que el intercambio de envases vacíos entregaba cupones de descuento para la compra de nuevos productos, en vez de intercambiarlo por ítems específicos.

Actuación:

Redes sociales, e-mails, relaciones con la fuerza de ventas.

Resultado:

En una de las campañas, por ejemplo, fueron generados 11 mil cupones de intercambios. Los envases vacíos fueron recolectados y una parte se transformó, con el reciclaje, en materia prima para ítems funcionales y de decoración de la tienda.



#Sustenta+Beauty

Cómo funciona:

Acción continua que incentiva el intercambio. Por cada cinco envases de productos de las marcas participantes, el consumidor se lleva un producto nuevo. En 2018, durante tres meses, seis tiendas recogieron también envases de otras marcas vendidas.

Actuación:

Redes sociales, newsletters, e-mails marketing.
Capacitaciones presenciales con la fuerza de ventas. El equipo de ventas de la tienda que más recogió envases obtuvo un reconocimiento en la convención de la marca.

Resultado:

Cerca de 1,500 intercambios, un crecimiento de 20% en el programa y más de 7 mil envases recolectados.



Vocês já ouviram falar do #retornaberê? Pois é, a @quemdisseberenice tem um projeto lindo e sustentável que nos permite devolver embalagens vazias da marca e em troca recebemos um batom

3 ❤️ 85

10 February, 2019

#Chega e Recicla

Cómo funciona:

Todas las tiendas y espacios de la representante cuentan con un recolector para el descarte de los envases. En 2018, se realizó una campaña de tres meses en 10 Espacios Representantes en el Estado de São Paulo, con un incentivo: por cada cinco envases de Eudora devueltos, la representante ganaba un premio.

Actuación:

Canales de comunicación y encuentros presenciales con representantes y fuerza de ventas. Al final de los tres meses de campaña, se reconoció al equipo de ventas del Espacio Representante que más recolectó envases.

Resultado:

La campaña contó con más de 1,200 intercambios y 6,500 envases recolectados. La investigación realizada con las representantes participantes reveló que 97% de ellas afirman que poder devolver los envases vacíos cambió su visión sobre Eudora.

#retornaberê

Cómo funciona:

Se hace todos los años. Por cada cinco envases devueltos, el cliente gana un lápiz labial para incentivar el intercambio. La tienda tiene un recolector y es posible descartar los envases de forma correcta aunque no se participe en la promoción.

Actuación:

Redes sociales, e-mails y relaciones con la fuerza de ventas.

Resultados:

Más de 6,200 intercambios con más de 30,000 envases recolectados. Crecimiento de aproximadamente 120% en el programa.

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEficiencia
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

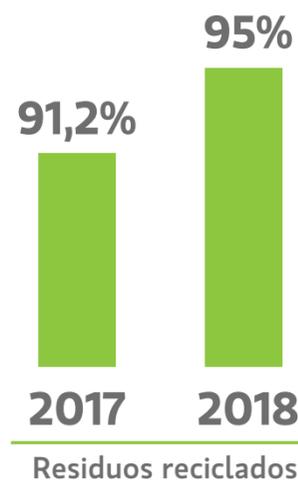
DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



Todo en la vida tiene un ciclo, y nuestros productos y residuos generados también. Se ha hecho un gran esfuerzo en el aprovechamiento de materiales que serían descartados para que se envíe lo menos posible al vertedero. Cada año, sumamos a nuestros procesos tecnologías y buenas prácticas que nos permiten ampliar el porcentaje de residuos reciclados. En 2018, alcanzamos el récord de 95% de residuos reciclados, en contraste con el 91,2% del año anterior, además de reducir la incineración a cero. También sobrepasamos la meta de disminuir la generación de residuos en las fábricas: el valor límite era de 21,98 toneladas de ítems por cada millón de toneladas de productos producidos, pero logramos ir más allá y bajar la barra un poco más, llegando a 21,19 toneladas de residuos por millón de toneladas producidas.



Substituciones inteligentes

En 2018, desarrollamos el proyecto “Chutando o Balde” (Tirando la cubeta), para eliminar el uso de cubetas plásticas en el proceso de envase de lápices labiales en la fábrica de maquillaje. Por una cuestión de seguridad e integridad de los productos, los baldes no podían ser reutilizados en el mismo proceso y 100% iban para reciclaje. Pero la intención era evitar que nuevos botellones, hechos de plástico, fueron producidos. Un cambio en el proceso permitió cambiarlos por cajas plásticas de mayor volumen, forradas con una película plástica que se volvió la única parte descartable del proceso, ya que las cajas pueden reutilizarse muchas veces. A partir de mayo del 2019, dejamos de usar 1,500 cubetas por mes, evitando una generación de residuos de ocho toneladas por año.

Otra acción que resultó en la reducción significativa de material para reciclaje, fue el proyecto “Caixa Única” (Caja Única), que consiste en aprovechar las cajas enviadas por los proveedores en nuestra línea de producción, en los centros de distribución y en las tiendas. El proyecto hasta ahora involucra dos líneas de productos de un mismo proveedor y, en 2018, evitó que se generaran 120 toneladas de residuos de cartón. Estamos en etapa de pruebas para expandir este proyecto a otras líneas de productos y proveedores.



Cajas reutilizables en la fábrica de maquillaje

Volumen e porcentaje de residuos reciclados (en ton)

	2018	2017
Total de residuos no peligrosos (t)	6.392,63	5.424,95
Reciclaje (t)	6.099,17	4.950,84
% de reciclaje	95%	91,26%

Peso total de residuos, por tipo y método de disposición

[306-2]

TIPOS	SJP	Camaçari	SGC	Registro
No Peligrosos				
Reutilización	-	-	-	-
Reciclaje	1.444,00	2.357,00	469,00	409,00
Co-tratamiento	-	7,00	-	-
Vertedero Industrial	143,26	75,00	38	34,64
TOTAL	1.587,26	2.439,00	507,00	443,64
Peligrosos (t)				
Reutilización	93,7	22,52	-	-
Reciclaje	207	272,00	-	0,95
Co-tratamiento	736	81,00	-	-
Vertedero Industrial	2,56	-	-	-
Incineración	0	0	0	0
TOTAL	1.039,26	375,52	0	1,0

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEficiencia
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



Evitar la basura desde su origen

La preocupación con los residuos de nuestra actividad no se limita a lo que se genera en nuestras unidades operacionales. Cuidar del ciclo de vida de los productos y del destino post-consumo más adecuado de sus envases, gracias al programa de logística inversa, y reducir el impacto sobre el medio ambiente, es un compromiso que empieza con la ecoeficiencia de estos envases desde el origen.

Para esto, nos esforzamos para innovar. En los frascos de Malbec Club Intenso, cerca del 35% del vidrio usado en la producción es reciclado, lo que resulta en más de 180 toneladas de vidrio por año. A finales del 2017, por ejemplo, lanzamos los envases hechos con PET reciclado de la línea Nativa SPA, fabricado a partir de botellas como las de refrescos. En 2018, este tipo de plástico también pasó a ser usado en otras líneas, como Make B.

Otra innovación que ha dado excelentes resultados es el uso del refill, un tipo de envase que consume menos plástico que los contenedores comunes. En la línea Cuide-se Bem, este ahorro llegó al 69%. Los refill están presentes para ítems de uso continuo, con un impacto positivo a lo largo del tiempo: en los maquillajes de *quem disse, berenice?* (polvo compacto, base, sombra), en diferentes líneas de desodorante de O Boticário y Eudora, en lociones hidratantes de Nativa SPA y jabones líquidos de Eudora.

Poner la sustentabilidad sobre el papel

Para reducir el uso de papel en los envases, el Grupo Boticário apostó en el papel reciclado y en los nuevos formatos de cajas. En las líneas Make B, por ejemplo, llegamos a tener 87% de todos los empaques (tipo de envase secundario) hechos con papel reciclado. En *quem disse, berenice?*, los empaques de maquillaje lanzados en 2018 también fueron desarrollados con ese material, así como en líneas de Eudora, como son el lápiz labial Liptint, el polvo compacto, la paleta de sombras y el corrector.

En la línea Floreta, un nuevo diseño en los empaques y cambios en la forma de transporte hicieron posible la reducción de cerca de 50 toneladas de papel cada año. Son 800 árboles que no fueron cortados. La iniciativa, además de economizar materia prima y recursos naturales, rindió el premio ABRE de empaques.





LA BELLEZA DEL SER HUMANO

VIVIR LA DIVERSIDAD ES LA FORMA MÁS LEGÍTIMA DE TRANSFORMAR EL MUNDO A NUESTROS ALREDEDOR

NUESTRA CADENA ES DE VALOR

INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO: SUSTENTABILIDAD, NEGOCIOS Y DESARROLLO SOCIAL

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEficiencia
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES

VIVIR LA DIVERSIDAD ES LA FORMA MÁS LEGÍTIMA DE TRANSFORMAR EL MUNDO A NUESTRO ALREDEDOR

Nuestras marcas hablan con muchos consumidores, llegan a muchos hogares. Es por eso que la diversidad es tan importante para nosotros. Desde la composición de los equipos, desde las fábricas hasta la fuerza de ventas, pasando por nuestros investigadores, por las metas de inclusión de líderes y gestores de las marcas, hasta nuestras campañas publicitarias, reflejamos la creencia de que, al ser fiel a su identidad, una persona es más íntegra, productiva, transparente y feliz. Sabemos que la diversidad necesita existir en nuestros equipos para reflejar la diversidad que representan nuestras marcas.

Entendemos que la sociedad brasileña está en un proceso profundo de cambios y que, cada vez más, perfiles diversos desean con más fuerza verse representados en productos, campañas y en la atención al cliente. Invertimos en investigación y estudios para elaborar ítems que atiendan un público cada vez más amplio, exigente y ansioso para que se contemplen sus necesidades.

Pensando en la promoción de la igualdad de oportunidades, mantenemos puntos de enfoque entre nuestros colaboradores de las áreas de Sustentabilidad y Recursos Humanos dedicados a promover la diversidad en los equipos.

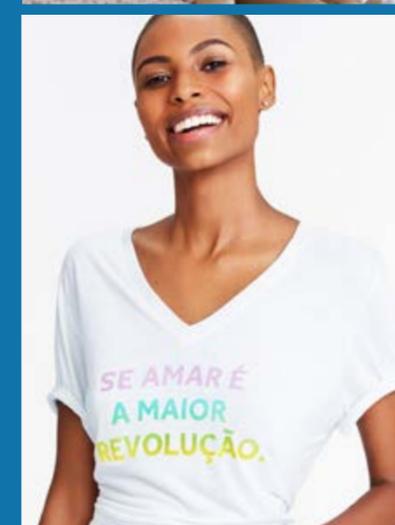
Fortalecemos el compromiso de nuestros líderes de promover la representatividad en nuestras campañas

publicitarias, catálogos y equipos de colaboradores. Sin embargo, más que generar valor y un impacto positivo en la reputación y la imagen de nuestras marcas, la comunicación es el medio por el cual compartimos, con todos nuestros públicos, aquello en que el Grupo Boticário realmente cree: el poder de la diversidad y la importancia de la representatividad. Nuestro equipo actúa comprometidamente para expresar que, en nuestra empresa, no existen barreras. Junto a nuestra cadena de valor, adoptamos la visión de que nuestros proveedores tienen que compartir estos preceptos. Entendemos que nuestro papel es abrirle camino a la inclusión de todos y todas. Así, promovemos una relación más justa de comercio y estimulamos, en las otras empresas, la adopción de prácticas más sustentables y el desarrollo de propiedades que los hagan diferentes.

A través de las acciones del Instituto Grupo Boticário, promovemos el bien estar social, ampliamos horizontes y alimentamos los sueños de niños, personas de la tercera edad y adolescentes que se benefician de los proyectos propios o incentivados, gracias a convocatorias de fomento a la cultura, los deportes y la responsabilidad social.

Llevamos exposiciones y actividades lúdicas a las comunidades vecinas de nuestras unidades y, por primera vez en 2018, promovimos cursos de consejeros locales en el municipio de Registro (SP).

Para entender cómo lidiar con contextos singulares y atender a los más variados públicos, invertimos en capacitaciones para los colaboradores de todos los departamentos del Grupo. En 2018, el total de horas dedicadas a capacitaciones creció aproximadamente 30%. Entre las categorías, el equipo operacional fue el que presentó un aumento mayor: su total de tiempo dedicado al aprendizaje se triplicó. Además de los programas que ya existían, optimizamos el desarrollo de los futuros líderes, con un programa de pasantías y de jóvenes aprendices.



APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEficiencia
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



Diversidad Frentes de actuación

GÉNERO

Mujeres ejecutivas
**Hombres en la
Fuerza de Ventas**

ETNIAS

**Negros en cargos
administrativos, gestión,
fuerza de ventas, mkt
e comunicación**

LGBTI+

**Ambiente amigable
con los colaboradores
LGBTI+**
Fuerza de Ventas

PCDS

**Inclusión más allá
de las cuotas**
Fuerza de Ventas

OBJETIVO GERAL

Garantizar la inclusión y la representatividad de diversidades en el Grupo Boticário, sus fuerzas de ventas y cadenas de valor.

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIENCIA
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



PORQUÉ LA BELLEZA ESTÁ EN QUE CADA QUIEN SEA FIEL A SÍ MISMO

La evolución del tema de la diversidad, más allá de la equidad de géneros, viene de una mirada más amplia y estratégica –y nos conecta a una enorme espacio de características y demandas que definen a nuestros colaboradores, proveedores, comunidades y consumidores. En Grupo Boticário, además de un valor, la diversidad está dentro de las aptitudes sobre las cuales se evalúa a los gestores.

Esta fue una de las razones porqué desarrollamos y aplicamos talleres presenciales para todos los altos directores y para las áreas estratégicas de la empresa, incluyendo la multiplicación a partir de consultores externos con actuación en diversidad reconocida por el mercado, y también gracias a multiplicadores internos.

Para complementar la actuación presencial, elaboramos una capacitación obligatoria para la identificación y corrección de sesgos inconscientes, destinada al 100% de la compañía.

Con versiones específicas para colaboradores, gestores y fuerzas de ventas, se destaca la importancia del respeto, de la hospitalidad y la equidad con todos los perfiles, incluyendo mujeres, negros, personas con capacidades diferentes y de diferentes edades, fenotipos, religiones, orientaciones sexuales e identidades de género. Actualmente, cerca del 65% de los colaboradores ya lo concluyeron. El objetivo es minimizar la toma de decisiones basada en estereotipos y promover un ambiente más justo.

Además del género, también hemos monitoreado la demografía, performance y datos de carrera de profesionales negros, personas de la tercera edad y personas con capacidades diferentes, en diferentes estructuras, áreas de negocio, marcas o en los propios sitios del Grupo Boticário. Para el 2019, ampliaremos este seguimiento con la inclusión del público LGBTI+.

LÍNEA DEL TIEMPO

1ª franquicia de O Boticário, Laura Oliveira

1980

1999

Programa para Mujeres Embarazadas

Mismos beneficios para hombres y mujeres

2012

2013

Frente de trabajo para la actuación en equidad de género

Mujeres Trabajadoras que Amamantan, Ministerio de Salud

2014

2015

Firma del WEPs Redesenho: 50% de las Mujeres VPs Movimiento Mujer 360

Pro Equidad de Género y Raza Categoría Plata – Premio WEPs/BR, Permiso de paternidad extendida, Doc. Necesitamos hablar con los hombres?

2016

2017

Estrategia ampliada p/ D&I, Articulación en la ONU Uruguay y EUA, Alianza con las plataformas globales WeConnect y Integrare, Censo vinculado a la investigación del compromiso, Adhesión a la "Alianza Toda Cor", Documental en GNT/Globo Play

Sello Pro-Equidad 2017/18, EADs sobre sesgos: 100% del GB, Apoyo p/ ampliar el perfil de FV, WS en diversidad/ANs y UNs, Posicionamiento de las marcas

2018

2019

Alianza sin Estereotipos Diversidad en la cadena publicitaria, Premio Diversidad Exame "Com Você Eu Jogo melhor"

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOFICIENCIA
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



Acciones e indicadores de diversidad

Como forma de promover la representatividad dentro y fuera de la empresa, invertimos en capacitaciones internas afirmativas sobre temas de equidad de género, accesibilidad, inclusión étnica-racial y orientación sexual. También evaluamos el tema del compromiso, establecimos metas de compras con proveedores que observan la diversidad en sus políticas y organizamos una evaluación de los proveedores sobre el tema.

Participamos de investigaciones externas sobre el tema y firmamos asociaciones con organizaciones enfocadas en la promoción de la diversidad, como la empresa de consultoría Empodera, para la contratación de públicos diversos en nuestra empresa.

El resultado es que hemos sido reconocidos como la Mejor Empresa de Bienes de Consumo por el *Guía Exame de Diversidad*, por las prácticas desempeñadas y, principalmente, por la forma como siempre condujimos este tema a lo largo de nuestra historia. Evaluadas por el Instituto Ethos, referencia en responsabilidad socioambiental, las empresas son posicionadas en un *ranking* según las mejores prácticas en inclusión y desarrollo de mujeres, negros, personas con capacidades diferentes y LGBTI+.

Desde el 2014, el Grupo Boticário revisa regularmente los indicadores de género y, en 2017, empezó a revisar todos los indicadores de diversidad. El objetivo es poder auto-evaluar el desempeño de todas las iniciativas que promueven la diversidad y así identificar siempre donde hay oportunidades para perfeccionarse y traer una mejor representatividad a su fuerza de trabajo.

[1] Asociación con la consultoría Empodera para actuar en la contratación de profesionales negros

[2] Orientación al tema en las campañas comerciales de O Boticário

[3] Capacitación sobre cliente oculto (negros, LGBT, ancianos, personas con capacidades diferentes) para O Boticário

#PraCegoVer

Así como nuestros productos, nuestra comunicación en las redes sociales se hace con un cuidado especial. En nuestros perfiles, las publicaciones con el hashtag #PraCegoVer tienen recursos de accesibilidad para personas con discapacidades visuales, como descripción detallada de las imágenes.



APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEficiencia
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES

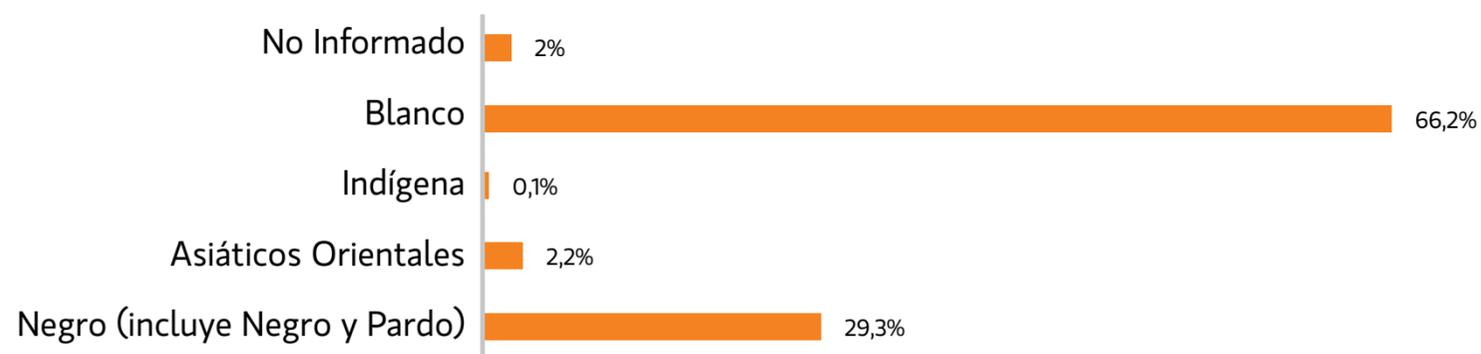


Indicadores de diversidad

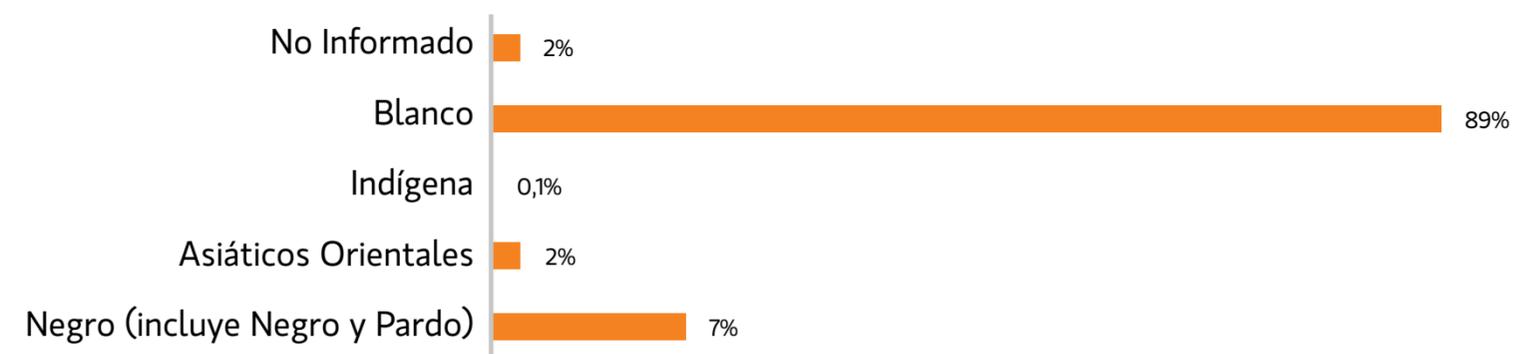
RAZA

Grupo de Cargo	Total	Negros	% Negro	Pardos	% Pardo	Asiáticos Orientales	% Asiático Orientale	Indígenas	% Indígena	Blancos	% Blanco	No Informado	% No Informado
Expert	4	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	4	100,0%	0	0,0%
Téc. Especializados	2208	63	2,9%	261	11,8%	64	2,9%	0	0,0%	1791	81,1%	29	1,3%
Trainee	39	2	5,1%	3	7,7%	1	2,6%	0	0,0%	32	82,1%	1	2,6%
Supervisores	146	7	4,8%	30	20,5%	3	2,1%	0	0,0%	100	68,5%	6	4,1%
Operacionales	1654	277	16,7%	561	33,9%	27	1,6%	3	0,2%	738	44,6%	48	2,9%
Administrativos	1038	71	6,8%	265	25,5%	21	2,0%	1	0,1%	649	62,5%	31	3,0%
Técnicos	346	42	12,1%	105	30,3%	8	2,3%	0	0,0%	185	53,5%	6	1,7%
Becarios	59	3	5,1%	9	15,3%	2	3,4%	0	0,0%	44	74,6%	1	1,7%
Jóvenes Aprendices	104	15	14,4%	34	32,7%	0	0,0%	1	1,0%	51	49,0%	3	2,9%
Total General	6082	483	7,9%	1300	21,4%	136	2,2%	5	0,1%	4025	66,2%	133	2,2%
Total Liderazgo	484	3	0,6%	32	6,6%	10	2,1%	0	0,0%	431	89,0%	8	1,7%

Cuadro General



Cuadro liderazgo



APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIENCIA
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



Indicadores de diversidad

GÉNERO

Grupo de Cargo	Total	Masculino	% Masculino	Femenino	% Femenino
Expert	4	3	75%	1	25,0%
Téc. Especializados	2.208	873	40%	1.335	60,5%
Trainee	39	18	46%	21	53,8%
Supervisores	146	44	30%	102	69,9%
Operacionales	1.654	870	53%	784	47,4%
Administrativos	1.038	189	18%	849	81,8%
Técnicos	346	233	67%	113	32,7%
Becarios	59	18	31%	41	69,5%
Jóvenes Aprendices	104	32	31%	72	69,2%
Total General	6.082	2534	42%	3.548	58,3%
Total Liderazgo	484	254	53%	230	47,5%

Cuadro General



Cuadro Liderazgo



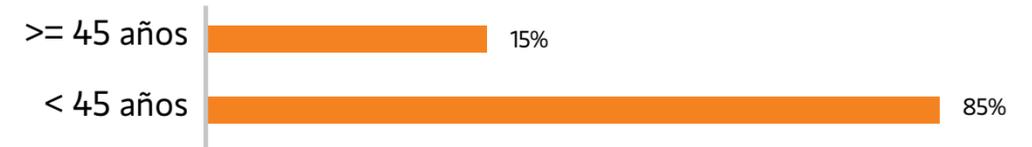
GENERACIONES

Grupo de Cargo	Total	< 45 años	% < 45 años	>= 45 años	% >= 45 años
Expert	4	3	75,00%	1	25,0%
Téc. Especializados	2.208	2.108	95,50%	100	4,5%
Trainee	39	39	100,00%	0	0,0%
Supervisores	146	132	90,40%	14	9,6%
Operacionales	1.654	1.474	89,10%	180	10,9%
Administrativos	1.038	966	93,10%	72	6,9%
Técnicos	346	306	88,40%	40	11,6%
Becarios	59	59	100,00%	0	0,0%
Jóvenes Aprendices	104	104	100,00%	0	0,0%
Total General	6.082	5.604	92,10%	478	7,9%
Total Liderazgo	484	413	85,30%	71	14,7%

Cuadro General



Cuadro Liderazgo



APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEficiencia
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



Empoderamiento de la mujer

El empoderamiento y el liderazgo de la mujer son temas que estarán para siempre marcados en la historia del Grupo Boticário, disonante de la realidad social externa a la empresa. Nacimos como un negocio en que las mujeres siempre fueron protagonistas y, a lo largo de nuestra historia, expandimos la diversidad porque entendemos que la sociedad está formada por grupos diferentes, cada uno con sus demandas de representatividad e inclusión.

A partir del 2013, nuestro trabajo en torno al empoderamiento de las mujeres se ha intensificado, hemos desarrollado una serie de estrategias internas, creando proyectos para mejorar en este campo. Hoy, al ver nuestros indicadores de género, notamos que este es el que presenta los mejores resultados. Dirigimos nuestros esfuerzos hacia la concientización de líderes para mantener estos indicadores. Entre los colaboradores del grupo, casi 60% son mujeres. Y proyectamos esas iniciativas más allá de la empresa: evidenciamos el protagonismo de las mujeres en nuestras campañas publicitarias.

Fútbol también es cosa de mujeres

En 2018, el Grupo Boticário organizó y flexibilizó horarios para que los colaboradores pudieran ver los juegos de fútbol del equipo masculino en el campeonato mundial. Pensando en el compromiso con la igualdad de género y la diversidad, extenderemos la misma idea a la versión femenina del campeonato, realizada en julio de 2019. Durante los juegos, todos los colaboradores podrán apoyar al equipo brasileño de fútbol femenino y compartir en sus redes sociales el hashtag *#comvocêseujogomelhor* (*#conustedesjuegomejor*). El objetivo es incentivar a otras empresas y personas también a promover la diversidad.



Tecnología ayuda a formar equipos plurales

Desde 2015, el Grupo monitorea sus indicadores de diversidad periódicamente. Esa tarea se ha vuelto más fácil, rápida y dinámica gracias al desarrollo de una herramienta de *business intelligence* que permite extraer esos datos según los periodos, áreas de negocio o sitios, y considerando directores, gerencias y grupos de cargos. Además, la herramienta permite articular esos análisis según criterios de performance y disposición para sucesión, entre otros recortes. Con diferentes panoramas, el análisis de los datos nos permite entender en qué aspectos de diversidad estamos teniendo más éxito con nuestra estrategia, y en qué puntos necesitamos mejorar.

Se trata de un sistema desarrollado dentro de la empresa y personalizado para líderes y para el área de diversidad. El mecanismo nos ayuda a identificar comportamientos estándares y, usando algoritmos, localizar las distorsiones. Monitorear los indicadores permite evaluar situaciones potenciales, mitigar algún riesgo y priorizar recursos. Hoy la herramienta hace que sea posible trabajar con diferentes recortes y cruzar los datos o enfocarse en equipos específicos. Como novedad para el 2019, habrá un proyecto piloto de contratación para la venta minorista basado en estos datos, para ampliar la diversidad en nuestra fuerza de ventas.

Creemos que el resultado del trabajo de un colaborador no depende de su género, orientación sexual, religión, etnia, capacidades diferentes, edad o cualquier otra característica individual. Queremos que los datos demuestren la importancia de equipos diversos para los resultados del Grupo, tanto financieros como de representatividad en nuestro público interno.

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEficiencia
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES

Hacer bien las cosas es nuestro negocio

Queremos conocer, escuchar, entender y sentir al otro, para emprender un nuevo futuro para y con las personas. Gente que comparte nuestros valores y propósitos, que quiera transformar el mundo alrededor.

Nada en nuestra historia tendría sentido si estuviéramos solos. Fue por eso que, a lo largo de nuestras más de cuatro décadas de existencia, evolucionamos nuestros procesos internos, estructura organizacional y la manera cómo nos comunicamos, todo para poder conectarnos mejor con el otro. Entrenamos a nuestros equipos para atender a los públicos más diversos de forma satisfactoria, como nuestra forma de hacer negocios.

En 2018, el total de horas de capacitación en Grupo Boticário creció casi 30%. La categoría operacional fue la que presentó el mayor aumento: el total de horas se triplicó. También vimos una curva creciente en el promedio de horas de capacitación por empleado. El índice subió más de 15%, pasando de 25,4 horas por empleado, a 29,4.

Además de nuestros programas ya establecidos, se optimizó el desarrollo de futuros líderes, con el programa de pasantías y jóvenes aprendices. Además, desde 2013, el Grupo Boticário tiene un plan de desarrollo de pre-jubilación que contribuye para que los colaboradores reciban la preparación necesaria para planear la nueva fase de la jubilación.

[102-48 | 404-1]

Total de horas dedicadas a capacitaciones en cada una de las categorías de trabajo

	2018	2017
Administrativos	14.851,5	10.014,8
Coordinación	5.857,0	17.660,2
Becarios	2.240,5	1.298,5
Ejecutivos	2.094,0	6.675,5
Joven Aprendiz	3.052,5	1.135,5
Operacionales	68.690,9	23.769,5
Supervisores	3.453,3	4.496,3
Téc. Especializados	48.788,5	55.970,0
Técnicos	19.155,0	9.169,0
TOTAL	168.183,2	130.189,3

Promedio de horas de capacitación por empleado y por categoría de trabajo

	2018	2017
Administrativos	18,6	12,5
Coordinación	19,7	58,9
Becarios	34,5	18,3
Ejecutivos	14,3	44,8
Joven Aprendiz	18,2	7,9
Operacionales	41,8	16,9
Supervisores	25,8	33,3
Téc. Especializados	23,3	31,1
Técnicos	51,9	29,8
TOTAL	29,4	25,4

Total de horas dedicadas a capacitaciones por género 2018*

	Femenino	Masculino
Capacitaciones corporativas	53.153,80	54.790,10
Capacitaciones individuales	378	48

* A partir del 2018, dejamos de considerar las horas referentes al complemento educacional para este indicador.



APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEficiencia
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES

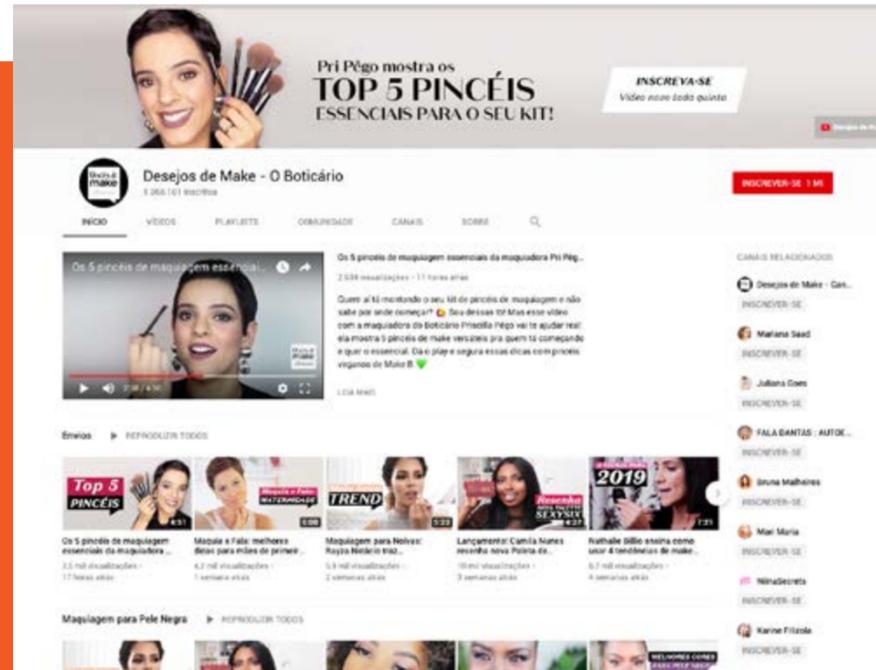
Belleza accesible

El Grupo Boticário cree en el poder de la belleza. Pero, para que la belleza se materialice y los negocios prosperen, antes es necesario garantizar la igualdad de oportunidades y promover la igualdad en la participación.

Además de formar equipos plurales y de invertir en fábricas, CDS y oficinas más accesibles, en nuestro programa "Inclusión de Verdad", también invertimos en la interacción entre todas las personas, con capacidades diferentes o no, pensando en tener un ambiente de trabajo más inclusivo.

A lo largo del último año, organizamos una serie de capacitaciones y sensibilización para nuestros colaboradores sobre cómo convivir con las diferencias. Fueron pensadas como acciones en el ámbito de la inclusión, representación y atención al cliente.

Para la fuerza de ventas, por ejemplo, tuvimos cursos de automaquillaje para personas con discapacidades visuales. Además, ofrecemos la Tienda de Bolsa y el sitio es accesible, utilizamos *closed caption* en las campañas de TV, tenemos la versión con audiodescripción y LIBRAS en Youtube y adoptamos etiquetas sensoriales para que las personas con discapacidades visuales puedan diferenciar nuestros productos.



oBoticário

La plataforma accesible "Desejos de Make" (Deseos de maquillaje), canal con videos de automaquillaje con audio-descripción, LIBRAS y subtítulos, acumuló 410 inscritos sólo una semana después de su lanzamiento.

Vult | B

Después de la adquisición, nos dedicamos a verificar junto a la marca Vult el estatus de los compromisos asumidos en relación a materias primas, materiales de envases y pruebas en animales. Especialmente sobre este tema, todos los productos comercializados por Vult vienen de estudios de seguridad realizados en voluntarios, siguiendo los parámetros éticos vigentes para la investigación clínica en humanos, sin pruebas en animales.

Cuando la inclusión realmente sucede

Para nosotros, promover la inclusión es una iniciativa que debe involucrar a las personas, con o sin discapacidades. Para abarcar este desafío, mantenemos el programa #InclusãonaReal (#Inclusióndeverdad) que tiene cuatro frentes de acción.

Relaciones: trabaja con la auto-aceptación de personas con capacidades diferentes, vistas como profesionales.

Gestión: preparación de líderes para gestión de equipos compuestos también por personas con capacidades diferentes.

Carrera: entender las aptitudes del colaborador y sus limitaciones para así promover la accesibilidad en su desarrollo.

Cultura y Ambiente: quebrar barreras relacionadas a las discapacidades que existen en nuestra cultura. Hay tabús que influyen la inclusión, que necesitan ser discutidos y tratados con naturalidad.

La familia creció: padres y madres reciben orientaciones de profesionales de la salud

Cuidar de las generaciones futuras y garantizar la tranquilidad de nuestros colaboradores con relación a sus hijos es una preocupación del Grupo Boticário. Las futuras madres y padres que actúan en nuestra empresa tienen acceso a una preparación completa para la llegada del nuevo miembro de la familia, con el proyecto “A familia cresceu” (La familia creció), parte de nuestro programa de salud “Vida en Equilibrio”.

El proyecto está pensado para colaboradores, sus respectivas parejas, y mujeres embarazadas de las empresas tercerizadas que actúan en nuestras sedes. Todas las configuraciones familiares están contempladas, incluyendo madres y padres biológicos, de adopción, en unión heterosexual o homosexual y aquellos que no tienen una unión declarada.

Los futuros padres y madres reciben preparación y contenido, un factor que equilibra los conocimientos y nivela las posibilidades entre géneros. El objetivo es estimular el intercambio de experiencias y ofrecer orientaciones relevantes de especialistas de la salud sobre gestión y desarrollo del niño.

La legislación tiene contempladas hasta cinco días de permiso de paternidad, pero los colaboradores hombres, futuros padres que participan de nuestro programa, ganan 20 días para estar junto a sus familias. Y las futuras madres-colaboradoras tienen derecho a 6 meses junto a sus hijos.



APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEficiENCIA
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES

NUESTRA CADENA ES DE VALOR

En Grupo Boticário, trabajamos con el concepto de cadena extendida. Esto significa que, para nosotros, el negocio de nuestros proveedores es, en parte, una extensión del nuestro y así, al trabajar juntos, compartimos las responsabilidades y desafíos.

Esto es parte de una realidad en que las cadenas de producción son cada vez más controladas y rastreables, las empresas son cada vez más responsables por los negocios de sus proveedores. Entendemos que esta es una relación de comercio más justa y estamos dispuestos a invertir en productos y servicios que traigan beneficios en estas áreas.

El Grupo Boticário trabaja con metas pensadas para las prácticas ecoeficientes entre sus proveedores. Creemos que, más que una práctica de gestión de riesgos, esta es una forma de sobresalir, es decir, adoptar esta forma de trabajar también trae más resultados financieros para esas empresas.

Ese trabajo ha generado resultados reales y medibles. Cada vez más, el proveedor entiende la sustentabilidad como un ítem que le agrega a su negocio. En la investigación sobre reputación, este fue el público que más se dio cuenta de nuestra actuación en sustentabilidad, con un promedio de 9,7.

De nuestro lado, estamos cada vez más determinados para ampliar el volumen de nuestras compras hechas por proveedores sustentables –aquellos que tiene un desempeño

R\$ 1,5 billones
en contratos con
proveedores sustentables

92 proveedores invitados para
la evaluación anual de buenas prácticas
sustentables en PADF.
Vencedores en el Encuentro de Proveedores:
BASF | Firmenich | BoxPrint

alto en el tema. Técnicamente, este indicador de compras se llama *spend* sustentable. En 2018, alcanzamos los R\$ 1,5 billones en contratos con proveedores sustentables, 14% más que el año pasado. Nuestro objetivo es llegar a los R\$ 2 billones para el 2024. Creado en 2015, el Programa de Socios en Ecoeficiencia saltó de 10 a 27 proveedores participantes. Este grupo ya había recibido asesoría técnica para juntarse con el Grupo Boticário, en sus metas de reducción del consumo de agua, energía, emisiones de gases de efecto invernadero y generación de residuos. El compromiso de este grupo de empresas es el de atender las recomendaciones que hacemos en términos de ecoeficiencia, parcial o integral, con seguimiento trimestral. La meta es que, para el 2020, 100% de los proveedores estratégicos se involucren, considerando la base del 2017, en este programa.

Con proveedores más preparados, nuestros negocios son más seguros, más innovadores y con mayor potencial para ser diferentes. Es especialmente con este equipo de élite que buscamos y queremos trabajar. Sin embargo, hay proveedores que todavía no son parte de este grupo, pero que son relevantes para la gente. En este caso, trabajamos juntos para ellos sean más sustentables a través de acompañamientos, evaluaciones constantes y devolutivas enfocadas en cómo mejorar.

Esas empresas participan de nuestro Programa de Evaluación y Desarrollo de Proveedores (PADF, por sus siglas en portugués), que existe hace más de 20 años, probando la madurez de nuestros socios en aspectos relacionados a los negocios, incluyendo a la sustentabilidad. Aquellos que presentan los mejores desempeños son reconocidos por su actuación. En 2018, los premios del Encuentro de Proveedores, en marzo, fueron BASF, Firmenich y BoxPrint.

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOFICIENCIA
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



Transformando lo deseable en realidad

El Grupo Boticário trabaja con el desarrollo de sus proveedores usando el concepto de atributo deseable. En la práctica, categorizamos algunas características de los servicios y productos de nuestros socios que pueden hacer la diferencia en nuestra producción y, como consecuencia, en nuestras prácticas de sustentabilidad. Al incentivar que el proveedor desarrolle estos atributos, profundizamos la relación y, al mismo tiempo, contribuimos para ampliar la sustentabilidad dentro de la cadena.

Auditorías y evaluaciones

Además de las auditorías, que ocurren regularmente para la homologación de los proveedores directos, 98% de los proveedores estratégicos directos e indirectos (62 empresas) y más de 22 proveedores relevantes para el Grupo Boticário pasaron por una autoevaluación en sustentabilidad (metodología que contempla, entre otros aspectos, las prácticas de ecoeficiencia, conducta, derechos humanos, prácticas de trabajo y diversidad).

También contamos con 172 socios de negocios evaluados en las etapas de homologación de la herramienta SAP ARIBA y 124 auditorías sociales y ambientales en los proveedores. Para diciembre del 2020, 100% de los proveedores de materias primas contarán con el certificado RSPO, relacionado a la sustentabilidad en la extracción de aceites vegetales, especialmente el Aceite de Palma.

Para una mayor eficacia de nuestra gestión, la matriz de riesgo de Suministros clasifica a nuestros proveedores y destaca aquellos grupos con los que debemos establecer una relación más cercana. En total, son nueve categorías de riesgo: Ambiente en las Tiendas (VM), Beneficios, Construcción Civil, Contact Center, Incentivos, Materiales Gráficos, Medio Ambiente, Estandarización de Tiendas y Transporte, todas pasan constantemente por el proceso de compras sustentables en donde son evaluados los aspectos operacionales, de trabajo, financieros, de conducta, ecoeficiencia, entre otros. Dependiendo del desempeño en cada ítem, el proveedor puede sobresalir en el proceso de competencia, o puede ser descalificado.

Mejoras y encuentro

Como todos los años, promovimos en el 2018 un taller de sustentabilidad para nuestros proveedores, conducido por las áreas de negocio, lo que enriqueció el debate. La novedad es que, esta vez, dividimos a las empresas en dos grandes grupos, el de productos y el de servicios. Esta organización permitió que ellos tuvieran una realidad más cercana entre ellos y más posibilidades de compartir experiencias y dudas. Contamos con la presencia de 82 proveedores y 93% de aprobación del contenido.

También en 2018, perfeccionamos nuestros sistemas para lograr trabajar de forma más automatizada e integrada con el proveedor. Creamos plataformas y buscamos herramientas que ofrecen inteligencia para articular datos de desempeño y comparar con los otros proveedores que trabajan con nosotros. A partir de los resultados de estos análisis, sugerimos oportunidades de mejora para los productos y servicios.



APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEficiencia
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES

Integración y alianza

Con la huelga de los camioneros, en el primer semestre de 2018, nuestra cadena de valor se vio bastante afectada en una de sus fechas más importantes, el Día de San Valentín, alterando el funcionamiento cotidiano de esta operación.

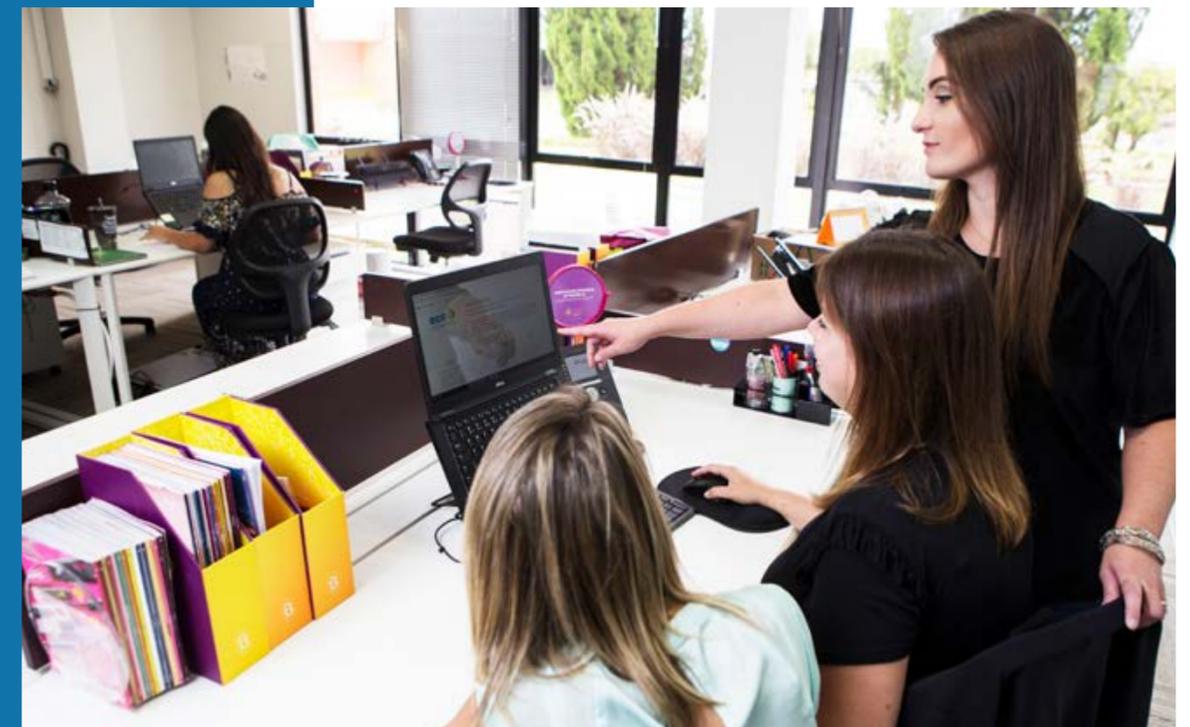
Al lidiar con una realidad en que una de nuestras líneas estuvo paralizada por falta de empaques y nuestros socios de logística de transportes no lograban tener acceso al combustible que abastece a sus camiones, buscamos estrategias conjuntas para reducir los impactos.

En algunos casos, adelantamos los pagos de los contratos –cuando fue posible– para reforzar los ingresos de los proveedores, permitiendo que se sintieran más cómodos para enfrentar esta crisis. También desarrollamos una estrategia de cargas fraccionadas, ampliando la cantidad de transportadoras. Y, sin sacrificar la sustentabilidad, le pedimos a nuestros prestadores de servicios que le dieran preferencia a terceros que trabajan con camiones menores, con menos emisiones, y que usen el kit biocombustible, motor híbrido u otros recursos sustentables.

Este tipo de situación, además de revelar nuevas formas para hacer aquello a lo que ya estamos acostumbrados, refuerza nuestro posicionamiento al apuntar la importancia de buscar buenas prácticas frente al conjunto de nuestros proveedores.

Diversidad en la cadena de nuestros proveedores

La promoción de la diversidad en nuestra cadena de proveedores es considerada un atributo importante, es decir, algo que debe ser trabajado entre estos socios comerciales. Hoy, entre nuestros proveedores estratégicos, 54% presentan iniciativas para la promoción de la diversidad, mientras que 8% de nuestro spend se destina a las empresas lideradas por mujeres. En 2018, aplicamos una investigación sobre diversidad con nuestros principales socios, con el fin de identificar cómo se está tratando este tema entre ellos.



APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEficiencia
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



SUSTENTABILIDAD, NEGOCIOS Y DESARROLLO SOCIAL

El Grupo Boticário cree que el desarrollo social es el camino para estar lado a lado con la sociedad y construir un mundo mejor. Con el compromiso de promover la transformación a través de experiencias que encantan, sensibilizan y amplían horizontes, el Instituto Grupo Boticário construye su legado y crea oportunidades para que descubramos la belleza más allá de su frontera. Fundado en 2004, el Instituto es responsable por la gestión de proyectos incentivados, por desarrollar y generar espacios culturales y además promover iniciativas pensadas para la preservación de la Memoria Organizacional del Grupo Boticário.

En los últimos cinco años, el Instituto logró transformar y conectarse con las vidas de más de 16 millones de personas que pasaron por sus espacios culturales o fueron impactadas por proyectos apoyados. La evolución es constante, aproximándose cada vez más de nuestros colaboradores, franquicias y del negocio.



Proyectos Sociales, Culturales y Deportivos*

Espacios e Iniciativas Culturales propias

*Los proyectos son aprobados al final del año para realizarse el año siguiente



Acción de Voluntariado

En alianza con la ONG TETO, que actúa en 19 países latinoamericanos en la construcción de casa de emergencia y programas de habilitación social, elegimos a 10 colaboradores para que participen de la acción de voluntarios en las comunidades 29 de Março y Nova Primavera, en Curitiba (PR). Ese tipo de compromiso y orgullo de pertenecer inspiró al Instituto a lanzar, en 2019, un programa de voluntariado para todos los colaboradores del Grupo Boticário, con el fin de sensibilizarlos y motivarlos a formar parte de iniciativas sociales, culturales y ambientales, destacando las mejores prácticas y el potencial transformador de cada uno.

+ de **250** voluntarios

6 días de construcción

+ de **27** hogares construidos

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEficiencia
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



Desarrollo social

El Instituto promueve el acceso a la cultura, educación, salud, diversidad y a la equidad de género a través de patrocinios, vía incentivo fiscal, a decenas de proyectos socioculturales y deportivos, actuando desde la creación de directrices para la selección, vía convocatorias, hasta el monitoreo de los proyectos implementados.

Para la selección de estas iniciativas, algunos criterios necesitan estar en acuerdo con la estrategia corporativa del Grupo y alineados con los principales atributos de las marcas: proyectos que transformen a la sociedad con actitudes positivas y que promuevan una mejora en la calidad de vida y el autoestima de las personas; que concienticen sobre las necesidades de preservar el medio ambiente, y/o que incentiven el emprendimiento, la independencia, el empoderamiento, la libertad y el protagonismo de la mujer. Además, durante la gestión de estos proyectos, se crean diversas oportunidades para que las marcas del Grupo se conecten con sus públicos en espectáculos, festivales, campañas y otras iniciativas, logrando así resaltar sus propósitos e inspiraciones.

47 Proyectos Sociales, Culturales y Deportivos en diversas regiones de Brasil

8 millones destinados para proyectos incentivados

450 mil personas beneficiadas

4 mil empleos directos e indirectos generados

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIENCIA
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES

Comunidad protagonista: capacitación para elaborar y formatear proyectos incentivados

Se detectó un desafío social en el municipio de Registro (SP), donde está el primer centro de distribución del Grupo. Los líderes y servidores públicos que componen los Consejos del Niño, Adolescente y Tercera Edad del municipio no sabían cómo ni tenían suficientes insumos para producir e inscribir proyectos usando las leyes federales y estatales de renuncia fiscal con el fin de recibir apoyo e incentivo de las empresas de la región.

Con el objetivo de contribuir para el fortalecimiento del Sistema de Garantía de los Derechos del Niño, Adolescente y Tercera Edad, el Instituto Grupo Boticário realizó una capacitación con estos profesionales durante ocho meses. Se abordaron temas estratégicos, como la violación de derechos, fortalecimiento de las OSCs y SGD y desarrollo institucional.

Como resultado, cuatro proyectos sociales estructurados para aportar usando el Fondo Municipal de Derechos del Niño y del Adolescente (Prefectura de São Paulo) aprobados por el Comité del Instituto y realizados durante 2019. También están aptos a exigir y recibir recursos del Fondo para la Tercera Edad. Esta capacitación será expandida hacia otros municipios de actuación del Instituto y del Grupo Boticário, como Guaraqueçaba (PR), Camaçari y São Gonçalo (BA).



Transformación en Bahía

El Instituto Grupo Boticário apoya la realización de cursos de estética promovidos por el Instituto Federal de Bahia (IFBA), con el objetivo de potencializar su impacto positivo en Camaçari (BA). El edificio construido por el Grupo Boticário fue totalmente amueblado con equipos específicos para poner en práctica los conocimientos de estética. En los dos últimos años, más de 400 mujeres se especializaron para actuar en el ramo de la belleza.

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIENCIA
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



Espacios culturales

Para el Grupo Boticário propagar la belleza de las culturas es un norte a seguir para nuestra actuación y le da un propósito todavía mayor al trabajo que realiza el Instituto. Gracias a los Espacios Culturales, contribuimos a la formación del público en Brasil, ofreciendo el primer contacto con el arte y ampliando la visión del mundo. De esta actuación, hemos visto nacer sueños y muchas sonrisas en los niños y adolescentes.

En "O Mundo do Perfume" (El Mundo del Perfume), promovemos los valores del Grupo y exploramos nuestro *know how* en perfumería, con actividades lúdicas y exposiciones sobre alquimia y la magia de este universo. Además del desafío de conversar con nuestro público y hacer realidad el mundo de la perfumería de una forma no comercial para niños y adolescentes, incentivamos la profesión del perfumista, relatando hechos y curiosidades en la historia de la civilización que marcaron épocas.

Tanto en estos espacios como en las actividades de los proyectos incentivados por el Instituto, promovemos actividades y acciones entre colaboradores, franquicias, profesionales de la fuerza de ventas y otros públicos que dialogan con el Grupo Boticário.



800 mil
personas visitaron y se
encantaron con nuestros
Espacios Culturales

R\$ 5,5 millones
en remesas de los
medios espontáneos

57 presentaciones
gratuitas dando acceso a
la cultura y el arte

21 eventos
corporativos realizados
en los espacios

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOFICIENCIA
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



Memoria organizacional

Valoramos y preservamos el patrimonio cultural del Grupo Boticário con el propósito de contribuir a la construcción de nuevas estrategias y visión del futuro de la Institución y las unidades de negocio. Asimismo, el espacio se ha transformado en una herramienta estratégica para P&D, Marketing y Comunicación a través de investigaciones históricas realizadas para las diferentes áreas y marcas.



+ de **160** mil
ítems catalogados
en su acervo

65 solicitudes
de investigación

9 exposiciones
temporarias en
alianza con museos
de la región de São
José dos Pinhais



La magia de las fragancias fuera de la fábrica

Una colaboración con el Museo Atílio Rocco, de São José dos Pinhais (PR), permitió llevar el conocimiento sobre la historia de los productos Grupo Boticário más allá de sus unidades, dándole acceso a la comunidad para visitar nuestro acervo. En esta misma ciudad se encuentra la primera fábrica de O Boticário, lo que le da a este municipio un valor histórico para el Grupo. Las exposiciones realizadas en el museo rompieron los récords de visitas. Una historia de compromiso que renace todos los días.

ANEXOS

ÍNDICE GRI

VERIFICACIÓN INTERNA

MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN

RELACIONES INSTITUCIONALES

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEficiencia
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



Índice GRI

Estándares	Ítems de divulgación	Página/respuesta/omisión	Principio del Pacto Global
GRI 101 Fundamentos 2016	GRI 101: Fundamentos 2016	A lo largo del informe	
	Perfil de la organización		
	102-1: Nombre de la organización	10	
	102-2: Actividades, marcas, productos y servicios	12 a 18	
	102-3: Localización de la casa matriz	10	
	102-4: Localización de las operaciones	10	
	102-5: Naturaleza de la propiedad y forma legal	10 y 11	
	102-6: Mercados servidos	4 y 10	
	102-7: Dimensiones de la organización	4 y 10	
	102-8: Informaciones sobre empleados y otros trabajadores	10 y 11	6
	102-9: Cadena de proveedores	20 y 66	
	102-10: Cambios significativos en la organización y en su cadena de proveedores	No hubo	
	102-11: Abordaje del principio de precaución	22	
	102-12: Iniciativas externas	79 y 85	
	102-13: Participación en asociaciones	79 y 85	
	Estrategia		
	102-14: Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones en la organización	5 a 8	
	Ética e integridad		
	102-16: Valores, principios, estándares y normas de comportamiento	10, 11, 14 y 24	10
	Gobierno		
	102-18: Estructura de gobierno	21	
	Compromiso de las partes interesadas		
	102-40: Lista de grupos de <i>stakeholders</i>	77	
	102-41: Acuerdos de negociación colectiva	100% de los empleados cubiertos	
	102-42: Identificación y selección de <i>stakeholders</i>	77	
	102-43: Abordaje para comprometer <i>stakeholders</i>	77	3
	102-44: Principales temas y preocupaciones levantados	77	
	Prácticas de relato		
	102-45: Entidades incluidas en las demostraciones financieras consolidadas	12 a 18	
	102-46: Definición del contenido del informe y sus límites	77 a 84	
	102-47: Lista de temas materiales	77	
	102-48: Reformulación de informaciones	63	
	102-49: Alteraciones en el informe	No hubo	
	102-50: Periodo cubierto en el informe	1º de janeiro de 18 a 31 de dezembro de 18	
	102-51: Fecha del informe más reciente	2017	

Estándares	Ítems de divulgación	Página/respuesta/omisión	Principio del Pacto Global
	102-52: Ciclo de reporte	Anual	
	102-53: Punto de contacto para preguntas sobre el informe	86	
GRI 102 Divulgaciones generales 2016	102-54: Opción de acuerdo con el Padrón GRI Esencial	Esencial	
	102-55: Sumario del contenido GRI	75	
	102-56: Aseguración externa	76	
	103-1: Explicación del tema material y sus límites	33, 45 y 47	
	103-2: Forma de gestión y sus componentes	33, 45 y 47	
GRI 302 Energía 2016	103-3: Evolución de la forma de gestión	45	
	302-1: Consumo de energía en la organización	47	8 y 9
	302-3: Intensidad energética	47	8 y 9
	103-1: Explicación del tema material y sus límites	33, 45 y 46	
	103-2: Forma de gestión y sus componentes	33, 45 y 46	
GRI 303 Agua 2016	103-3: Evolución de la forma de gestión	45	
	303-1: Retirada de agua por fuente	46	7 y 8
	303-3: Agua reciclada y reutilizada	46	8
	103-1: Explicación del tema material y sus límites	33, 45 y 48	
	103-2: Forma de gestión y sus componentes	33, 45 y 48	
GRI 305 Emisiones 2016	103-3: Evolución de la forma de gestión	45	
	305-1: Emisión directas de gases de efecto invernadero (GEI) (Alcance 1)	48	7 y 8
	305-4: Intensidad de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI)	48	8 y 9
	103-1: Explicación del tema material y sus límites	33, 45 y 53	
GRI 306 Efluentes y residuos 2016	103-2: Forma de gestión y sus componentes	33, 45 y 53	
	103-3: Evolución de la forma de gestión	45	
	306-2: Residuos por tipo y método de disposición	53	7 y 8
	103-1: Explicación del tema material y sus límites	63	
GRI 404 Capacitación y Educación 2016	103-2: Forma de gestión y sus componentes	63	
	103-3: Evolución de la forma de gestión	63	
	404-1: Promedio de horas de capacitación por año por empleado	63	
	103-1: Explicación del tema material y sus límites	56 a 59	
GRI 405 Diversidad e Igualdad 2016	103-2: Forma de gestión y sus componentes	56 a 59	
	103-3: Evolución de la forma de gestión	56 a 59	
	405-1: Diversidad en los órganos de gobierno y empleados	60 y 61	6

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIENCIA
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



VERIFICACIÓN EXTERNA

El Grupo Boticário sometió su Informe de Sustentabilidad a verificación externa para darle más credibilidad al proceso. La verificación externa fue realizada nuevamente por la Profesora Dra. Priscila Borin Claro, Doctora en Administración, Ambiente y Desarrollo de la Universidad Federal de Lavras, Profesora del Insper, donde es responsable por el Núcleo de Estudios en Medio Ambiente y Centros Urbanos, y Co-Chair de PRIME/ONU Brasil. La verificación se hizo tomando en cuenta el GRI Standards. La verificación se limita al informe final presentado en anexos (tablas de indicadores GRI materiales).

El proceso de evaluación involucró un análisis general del informe, en relación al contexto y a las estrategias de sustentabilidad, incluyendo pruebas de materialidad y contenidos de las respuestas a los indicadores GRI. Se utilizaron los siguientes criterios: representatividad e inclusión de *stakeholders*, integridad, objetividad, claridad, equilibrio entre evidencias cuantitativas y cualitativas, amplitud temporal y la integridad de las respuestas. Las principales conclusiones fueron:

Contexto de Sustentabilidad, Materialidad e Inclusión y Stakeholders

El informe deja claro cómo el Grupo Boticário contribuye, gracias a sus negocios y estrategias, para el desarrollo ambiental, social y económico a nivel local, regional y nacional en toda la cadena de valor. El formato del informe permite un entendimiento de los resultados alcanzados, de las estrategias ejecutadas y de las metas futuras en relación al desempeño deseado.

Uno de los grandes avances en este informe es la publicación de las iniciativas y de los resultados de la Fundación y del Instituto Boticário. Queda clara la relación entre la estrategia del Grupo y su inversión socioambiental privada.

Este año, el informe permite también evaluar cualitativamente los tipos de innovación para la sustentabilidad. Sustentabilidad permea la innovación de productos, de procesos, de canales y de gestión de personas. Más allá de la descripción de los tipos de innovación, es posible relacionar las iniciativas con las metas de mejoras en el desempeño de los aspectos socioeconómicos y ambientales.

Otra ganancia en este informe, que es fruto del avance estratégico del Grupo, es la formalización del compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU. Colocar a los ODS como prioridades está en acuerdo con los impactos generados por el Grupo en toda su cadena de Valor.

Nuevamente el informe presenta, de forma aún más detallada, la investigación realizada para la prueba de materialidad. El tamaño y la diversidad de la muestra garantizan representatividad e inclusión de todos los diferentes grupo de *stakeholders* en la investigación.

Objetividad, Claridad y Comparabilidad

Las respuestas a los indicadores son objetivas y al mismo tiempo, completas. Las informaciones específicas en los aspectos materiales pueden ser fácilmente encontradas por los *stakeholders* a lo largo del texto, principalmente por el uso de figuras, tablas, esquemas y textos enfatizados. El cuerpo de este informe presenta informaciones claras y en lenguaje accesible para un público no especialista, con representación de desempeño a través de indicadores intuitivos. Como sugerido en la verificación anterior, los indicadores cuantitativos presentados se refieren al año 2017 y 2018, lo que permite una evaluación comparativa.

Equilibrio, Exactitud e Integridad

Las respuestas cualitativas a los indicadores de desempeño del Grupo están en el cuerpo del texto, casi en su totalidad. Algunos indicadores fueron presentados sólo en el índice GRI.

El informe presenta algunos resultados negativos, por ejemplo el impacto de la huelga de camioneros en toda la cadena de valor del Grupo. Sin embargo, más importante que reportar el resultado negativo, es el relato de las iniciativas implementadas para minimizar el problema para la empresa, proveedores y clientes

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

Conclusiones y Sugerencias

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

El informe presenta, de forma cualitativa y detallada, la posición, las estrategias, los resultados y las metas futuras del Grupo Boticário en relación a la Sustentabilidad, así como los límites de actuación priorizados por los diferentes *stakeholders*.

Queda evidente que el Grupo consideró las sugerencias de la verificación anterior relacionadas a la inclusión del compromiso con los ODS y el desempeño de, por lo menos, 2 años, con el fin de permitir una comparación.

Para el próximo informe, se sugiere incluir las informaciones detalladas sobre las iniciativas de sustentabilidad de la marca Vult, recién integrada al Grupo.

Priscila Borin de Oliveira Claro

São Paulo, Mayo de 2019

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIENCIA
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN

Materialidad y Diálogo con *stakeholders*

Los temas materiales del Grupo Boticário, es decir, aquellos que son más relevantes para su actuación sustentable, como se entienden por la empresa y sus *stakeholders*, están listados en la Agenda Estratégica de Sustentabilidad del Grupo Boticário y pasan por procesos anuales de confirmación por medio de consultas. Entre las partes escuchadas, se encuentran los colaboradores, franquicias, universitarios, proveedores, gobierno y órganos reguladores, prensa y asociaciones.

Para garantizar se escuche constantemente la voz de diversos públicos relacionados a la empresa, el Grupo Boticário establece una serie de herramientas de escucha, comunicación y compromiso. En 2018, la estrategia del equipo de comunicación con públicos de interés, sobre todo en el trato de temas sensibles, estuvo pautada por acciones que, además de tener un impacto positivo y proteger a la marca del Grupo, estuvieron de acuerdo con la estrategia comercial de las unidades de negocio. Herramientas como el Centro de Relaciones con el Consumidor (CRC), el Centro de Relaciones con Franquicias (CRF) y el Canal de Atención al Cliente funcionan como mecanismos para recibir feedbacks y quejas de estos públicos.

El hub de informaciones generales sobre el grupo es el sitio web oficial y los medios como el e-mail, redes sociales, programas de visita a las unidades operacionales y el SAC de las marcas. En la relación directa con el cliente, contamos con un servicio de asistente virtual y con los equipos de las centrales de atención, que atienden por teléfono y/o e-mail, chat y Whatsapp.

Temas materiales del Grupo Boticário

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

APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEficiencia
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES

Mejor reputación, más oportunidades

Una de las principales formas de conocer la opinión de las partes interesadas sobre la actuación del Grupo Boticário es la Investigación sobre la Reputación, realizada anualmente. En 2018, se aplicó una nueva investigación y la reputación general del Grupo Boticário fue calificada con 9,1 de 10 puntos posibles. La reputación en sustentabilidad obtuvo 8,8 puntos.

Otro hito de la investigación del 2018 fue la evolución considerable de la percepción del público universitario sobre el Grupo Boticário. El promedio que fue de 6,9 en 2017, saltó a 8,2 en 2018, un crecimiento de casi 20%.

El aliado técnico para la realización de esta investigación fue la consultoría Kantar, donde el enfoque fue escuchar a públicos variados relevantes para el Grupo Boticário y monitorear la reputación, identificando así oportunidades de actuación junto a los diversos públicos estratégicos.

Con este proceso de evaluación de la reputación, se hizo una comparación de 2017 – 2018 sobre el desempeño comparado con otras empresas, por público. Además de observar la variación de los indicadores en relación con los años anteriores y cuantificar los KPIs (peso de los públicos e importancia de los indicadores) de reputación, la investigación es esencial para producir otra medida importante, el desempeño consolidado, que permite identificar las mayores asociaciones y la percepción de los públicos.

Para el resultado del 2018, se escuchó a 1.137 colaboradores, 162 franquicias, 200 universitarios, 20 proveedores, 20 representantes del gobierno y órganos reguladores, 20 representantes de la prensa, 20 asociaciones, 20 miembros de la comunidad, 600 consumidores y 200 revendedoras. Entre todos los públicos, las palabras más asociadas al Grupo Boticário son: sustentable, emprendedora, responsable e innovadora.

PÚBLICO	PESO	CONFIANZA	ADMIRACIÓN	SUSTENTABILIDAD	REPUTACIÓN PONDERADA
Colaboradores	20%	9,4	9,6	9,3	9,5
Franquicias	15%	9,4	9,7	9,5	9,5
Universitarios	5%	8,9	8,1	8,1	8,4
Proveedores	5%	9,6	9,4	9,7	9,5
Formadores de opinión	15%	9,0	8,8	8,6	8,9
Consumidores	W%	8,8	8,8	8,1	8,8
Revendedoras	5%	8,4	8,4	8,0	8,4
Total públicos	15%	9,3	9,1	8,7	9,1
Total públicos	100%	9,0	9,1	8,8	9,1

Comparación de desempeño 2017 – 2018



APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEficiencia
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



Compromiso de los *stakeholders*

La investigación de reputación es parte del proceso de comunicación y compromiso con los *stakeholders* del Grupo Boticário. Gracias a los datos producidos por la investigación, es posible evaluar la percepción de los públicos estratégicos sobre la coherencia y la eficacia de nuestras acciones. Con la comparación año con año, podemos identificar puntos críticos, evaluar la tendencia de nuestro desempeño y compararlo con otras empresas, líderes del sector y del mercado en general.

Estas observaciones generan *insights* para el proceso de planeación de la comunicación y el compromiso, como fue el caso de la mejora en la percepción de los universitarios de 2017 a 2018. La nota por debajo del promedio, en 2017, llamó la atención del Grupo, que salió en busca de un diálogo más intenso con este público, visitando universidades y promoviendo la reformulación de su programa de pasantías y *trainees*, lo que resultó en una reacción positiva inmediata. El índice de reputación junto a ese público creció casi 20% en un año.

Además, algunos rankings son importantes para una auto-evaluación de nuestra reputación, así como para entender mejor la percepción que la sociedad tiene sobre nuestras prácticas. Estamos en el 5º lugar en el ranking del Merco Empresas de Reputación, referente al año 2018, el más importante en América Latina. Entre los aspectos mejor evaluados están la responsabilidad socioambiental, los valores de sus productos, valores éticos y profesionales, comportamiento corporativo ético y el valor de la marca. En la cuestión de Responsabilidad y Gobierno Corporativo, el Grupo Boticário está en segundo lugar en la investigación. Nuestro CEO, Arthur Grinbaum, está en el 8º lugar entre los líderes mejor evaluados.

Evaluación del indicador de sustentabilidad

Uno de los tres ítems que componen el índice de percepción de la reputación es la sustentabilidad (los otros son conf y admiración). En este ítem, la puntuación del Grupo Boticário llegó a 8,8 de promedio entre los diversos grupos considerados. Se destacan:

- [1] Por el segundo año consecutivo, la palabra “Sustentable” fue la más citada entre las que mejor representan al Grupo Boticário, por Colaboradores y Franquicias. Para el público Universitario, la palabra que mejor describe al Grupo Boticário es “moderna”.**
- [2] El público formado por las Revendedoras es el que tiene la imagen más positiva del desempeño del Grupo Boticário. En la evaluación, estas señalan que el desempeño del Grupo es superior a la expectativa (importancia) en todos los ítems materiales.**
- [3] En cuanto más cercano es el público en el día a día de nuestra gestión, mejor el la percepción de sustentabilidad del Grupo Boticário. Proveedores, franquicias y colaboradores evalúan, respectivamente, con 9,7 9,5 y 9,3 de 10 puntos posibles.**

Colaboradores 2018



Franquicias 2018



En las páginas siguientes (80 a 84), están disponibles las evaluaciones de cada público sobre la importancia del desempeño de cada ítem de nuestra matriz de materialidad.



APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEficiencia
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

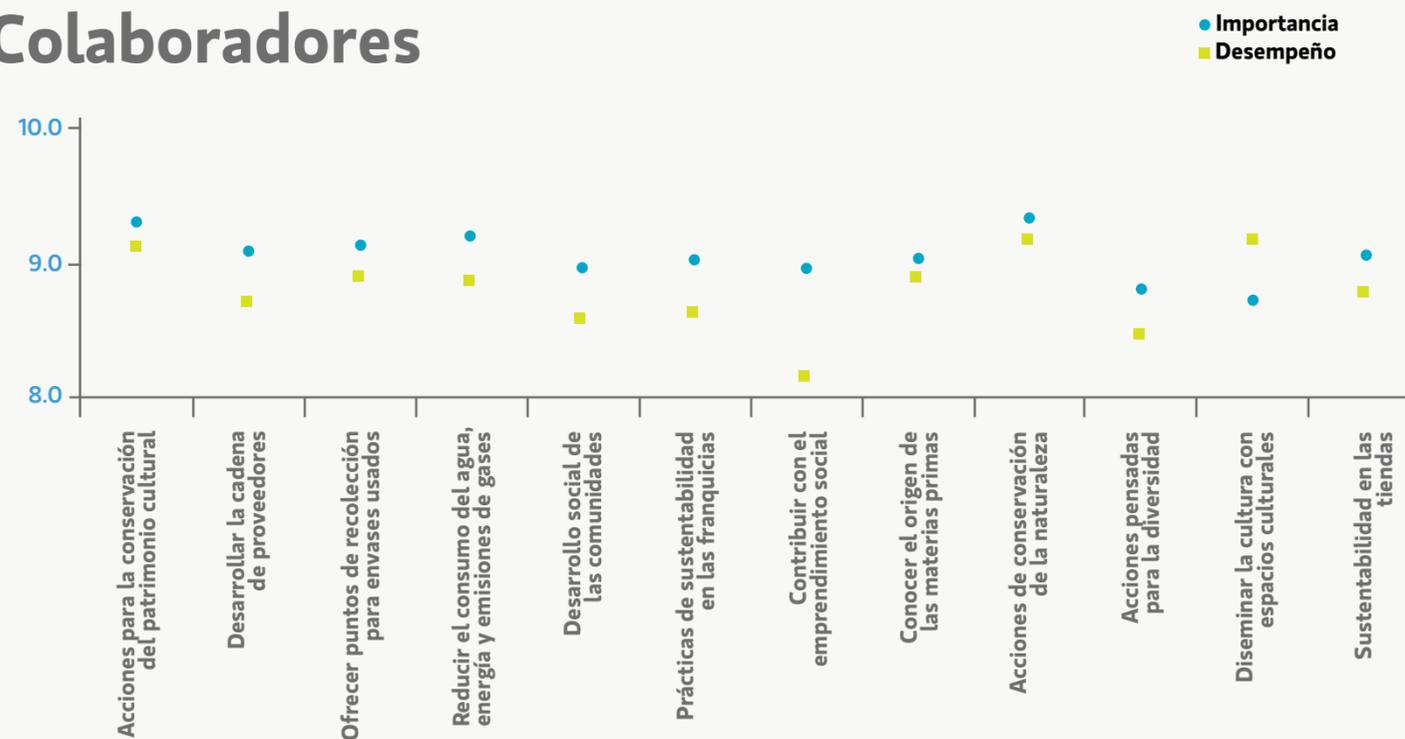
DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES

Materialidad del Grupo Boticário

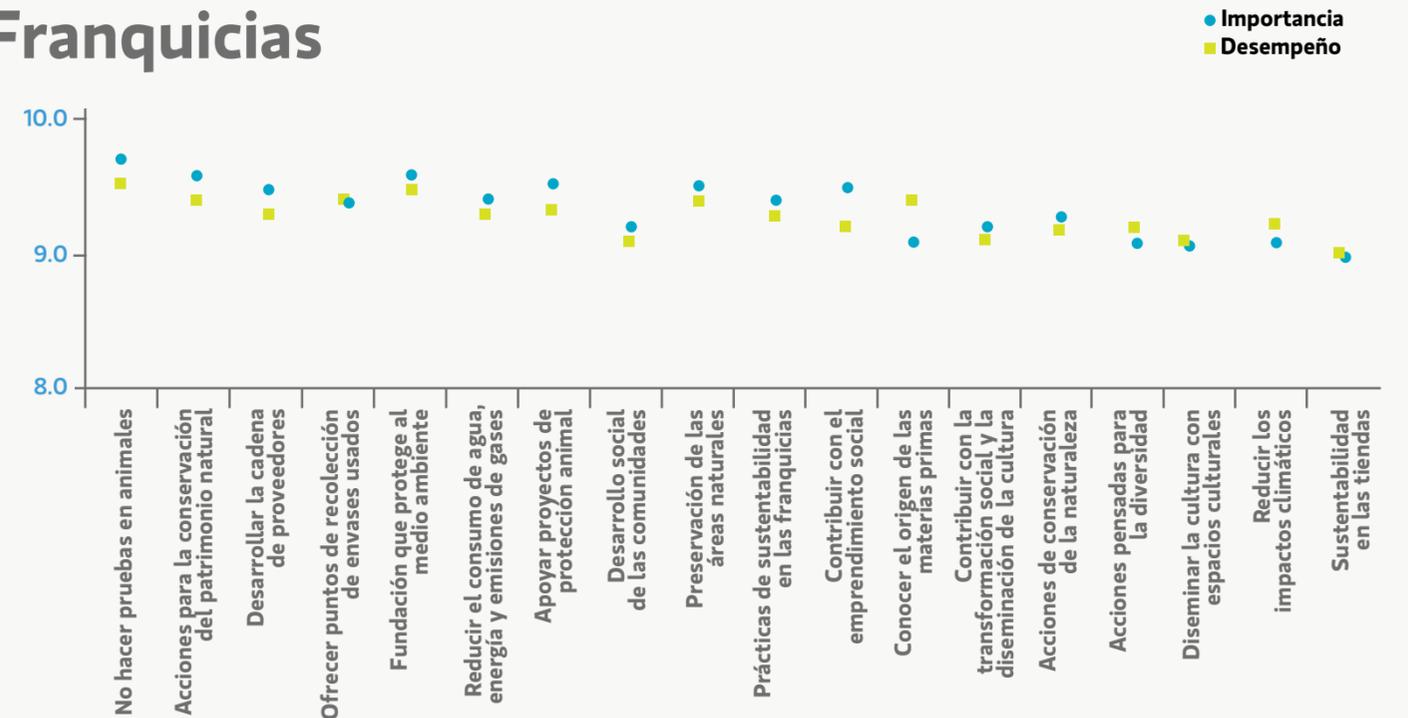
Colaboradores



Los gráficos siguientes muestran cómo nuestros públicos evalúan la importancia del desempeño del Grupo Boticário en los temas relacionados a la materialidad que consideran ser los más relevantes.

Las diferencias entre los temas citados en los gráficos ocurren en función de las prioridades específicas de cada público.

Franquicias



APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIENCIA
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

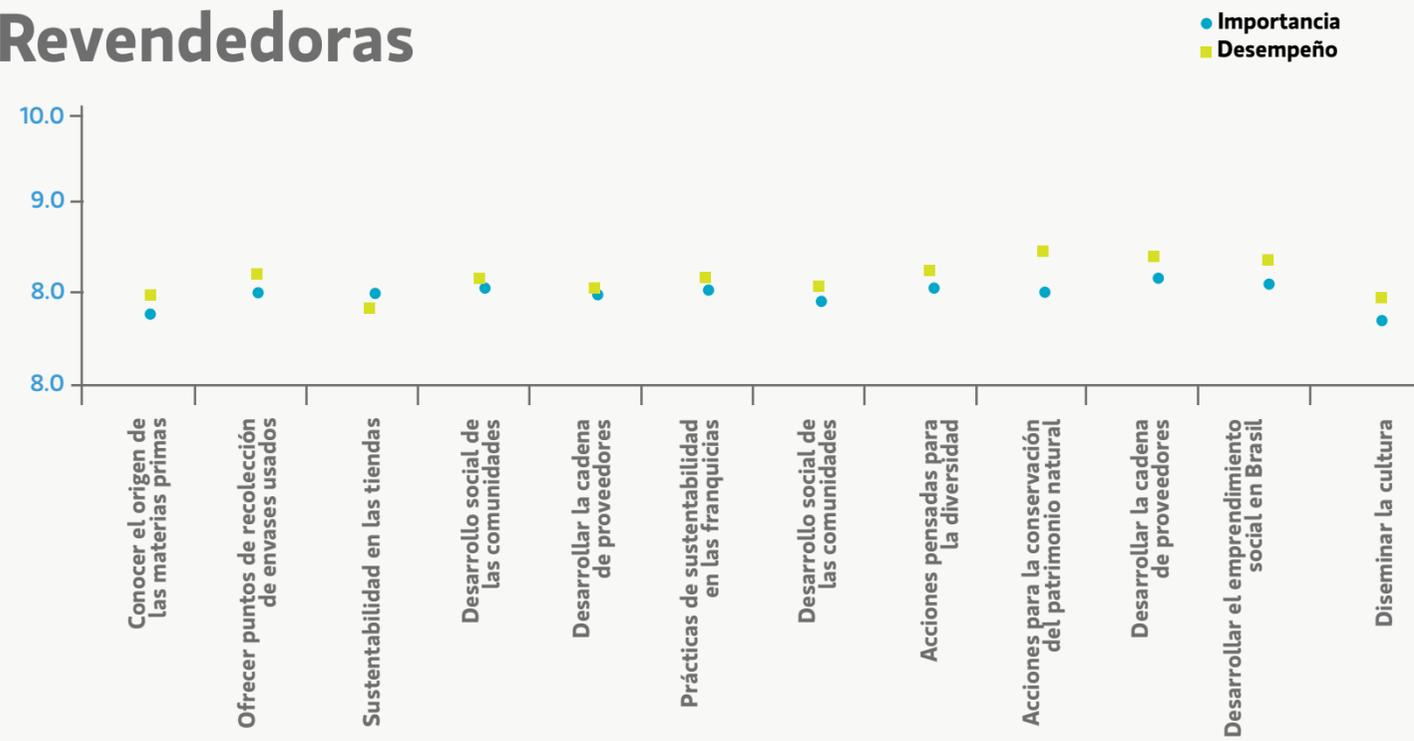
ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES

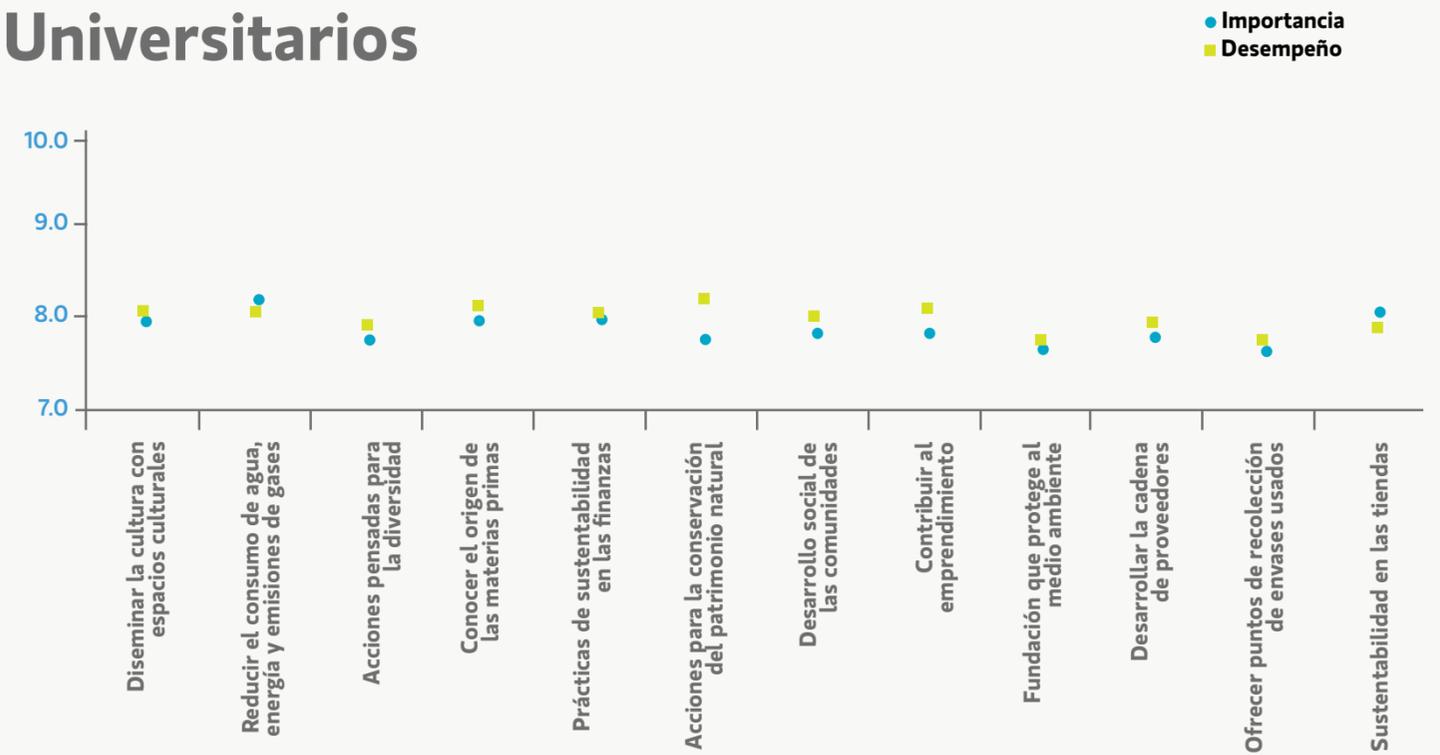


Materialidad del Grupo Boticário

Revendedoras



Universitarios



APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIENCIA
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

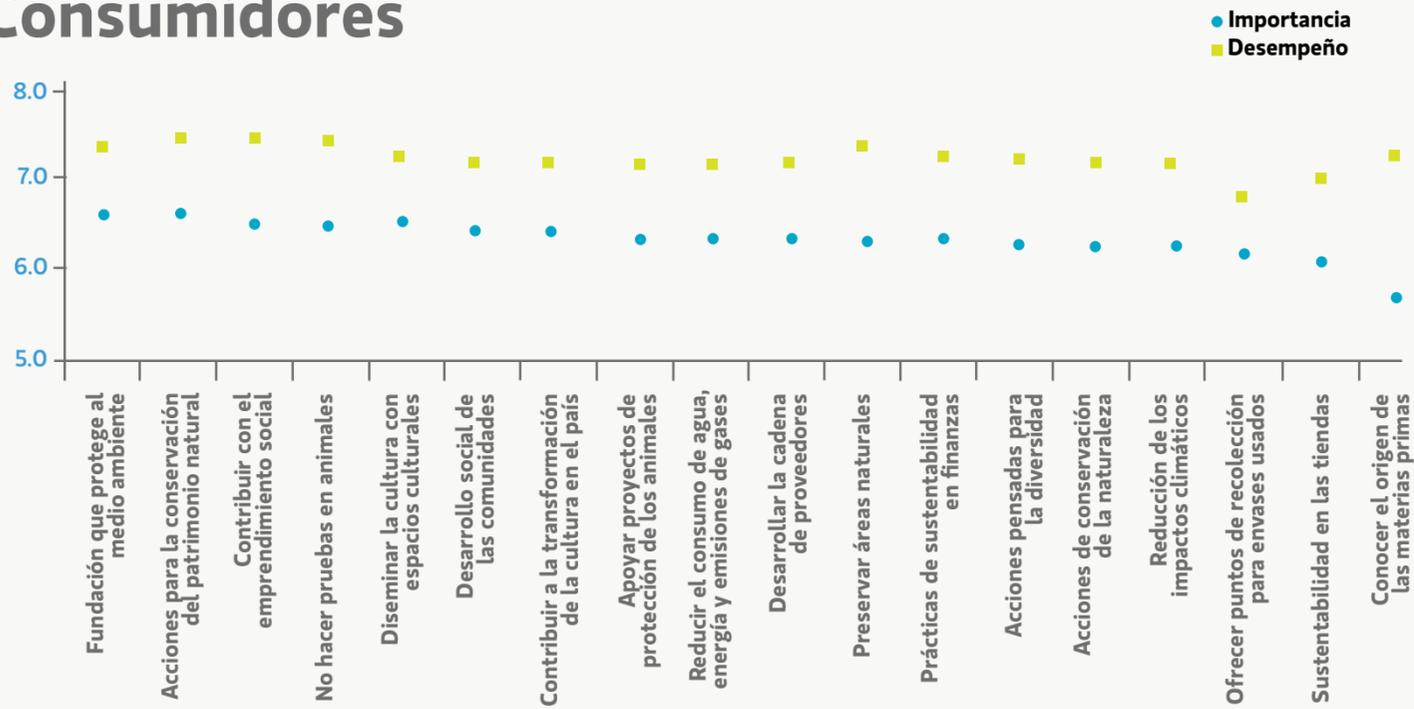
ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES

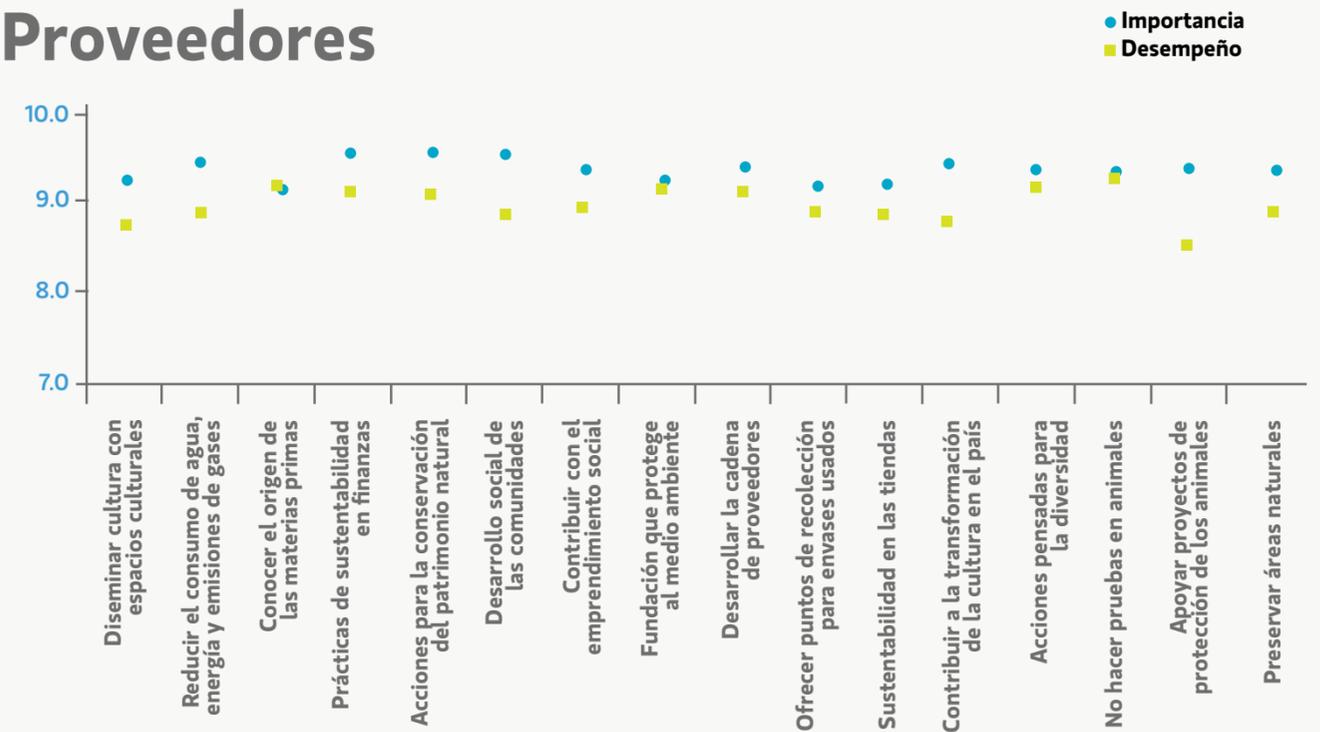


Materialidad del Grupo Boticário

Consumidores



Proveedores



APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEficiencia
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

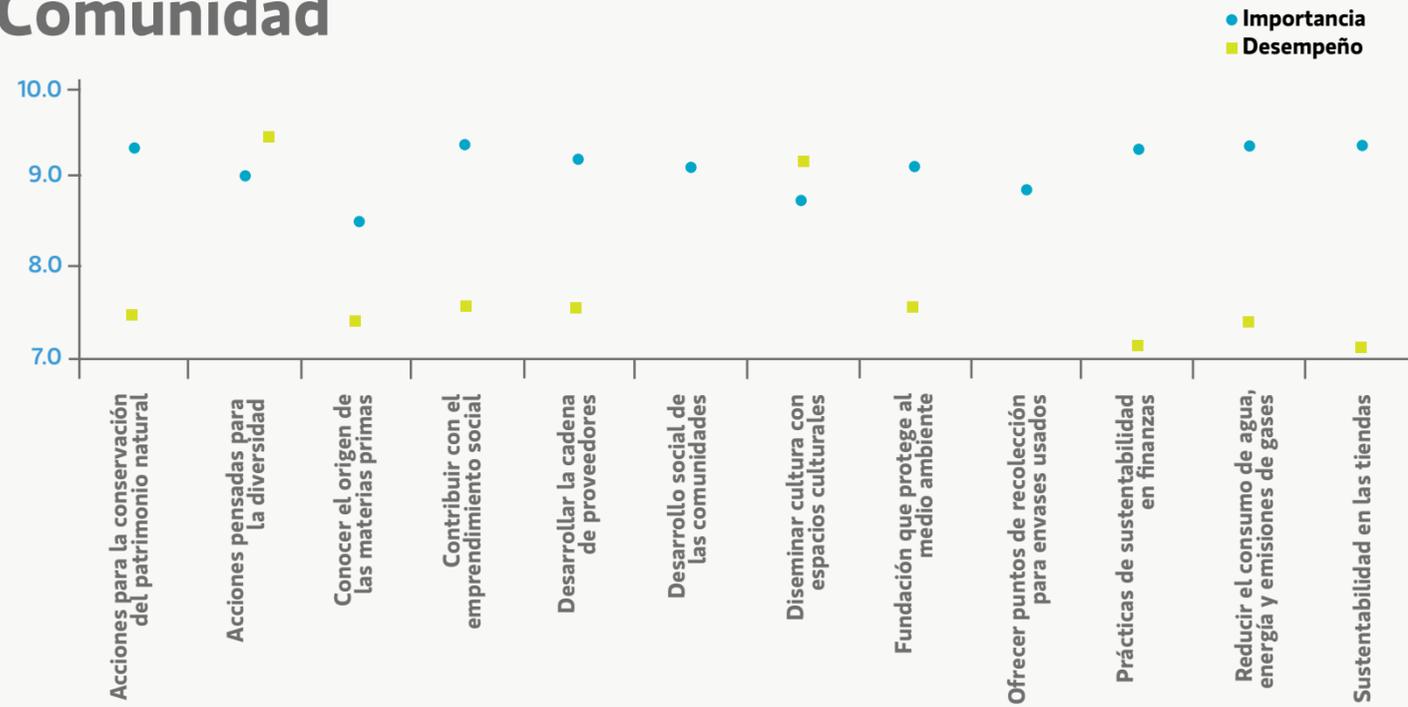
ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES

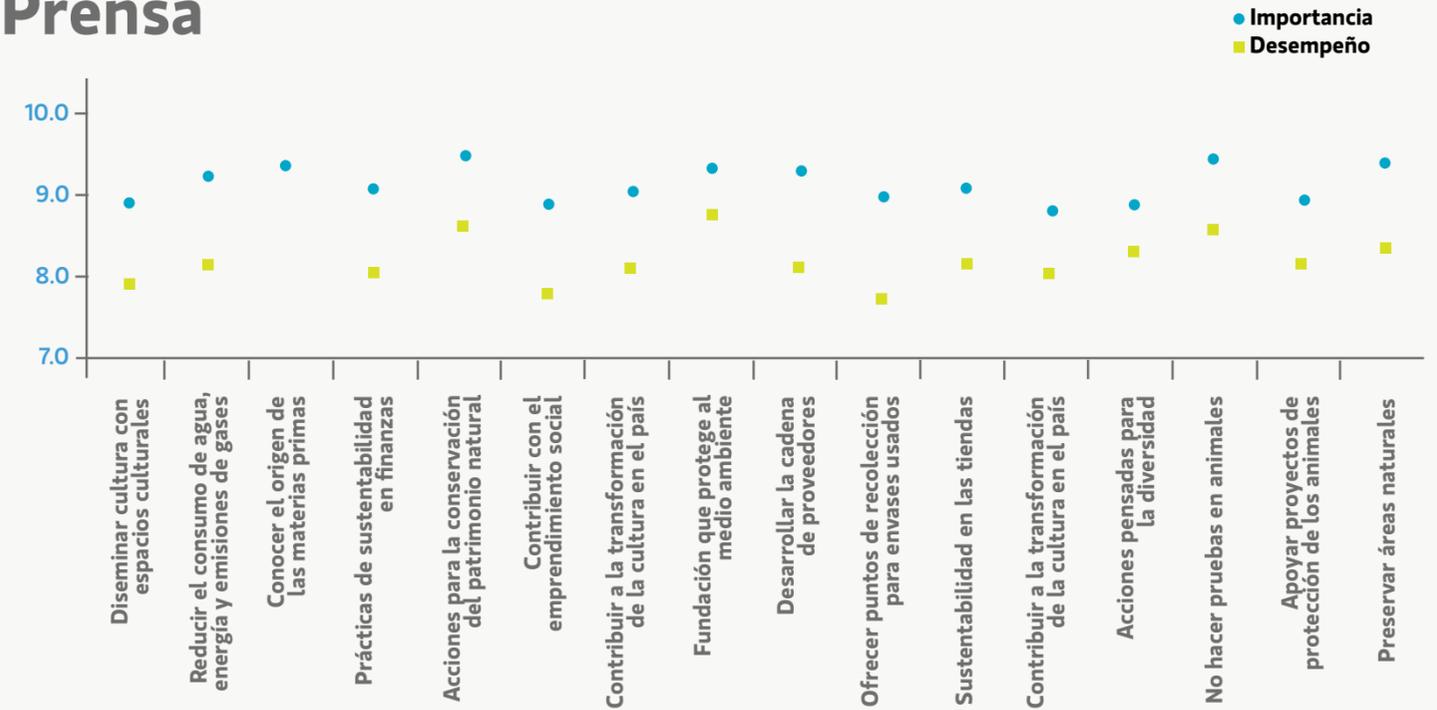


Materialidad del Grupo Boticário

Comunidad



Prensa



APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIENCIA
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

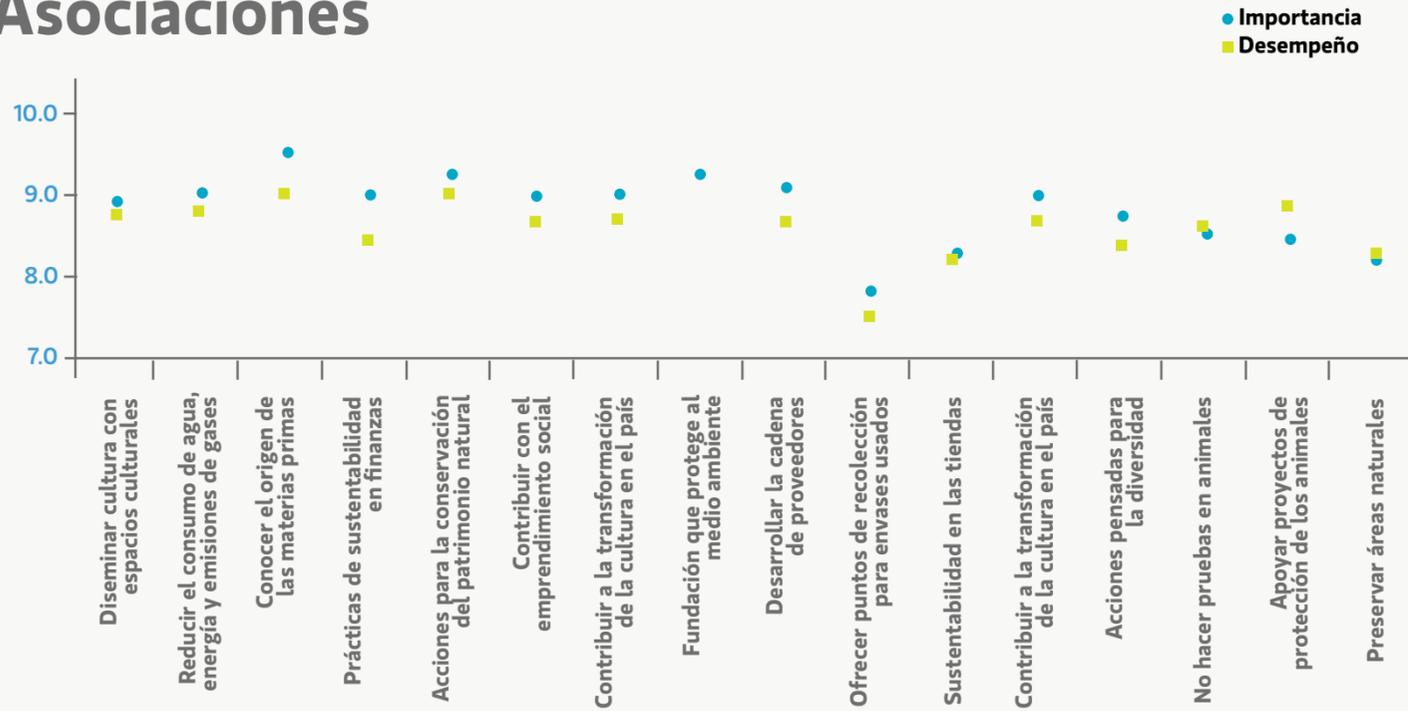
ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES

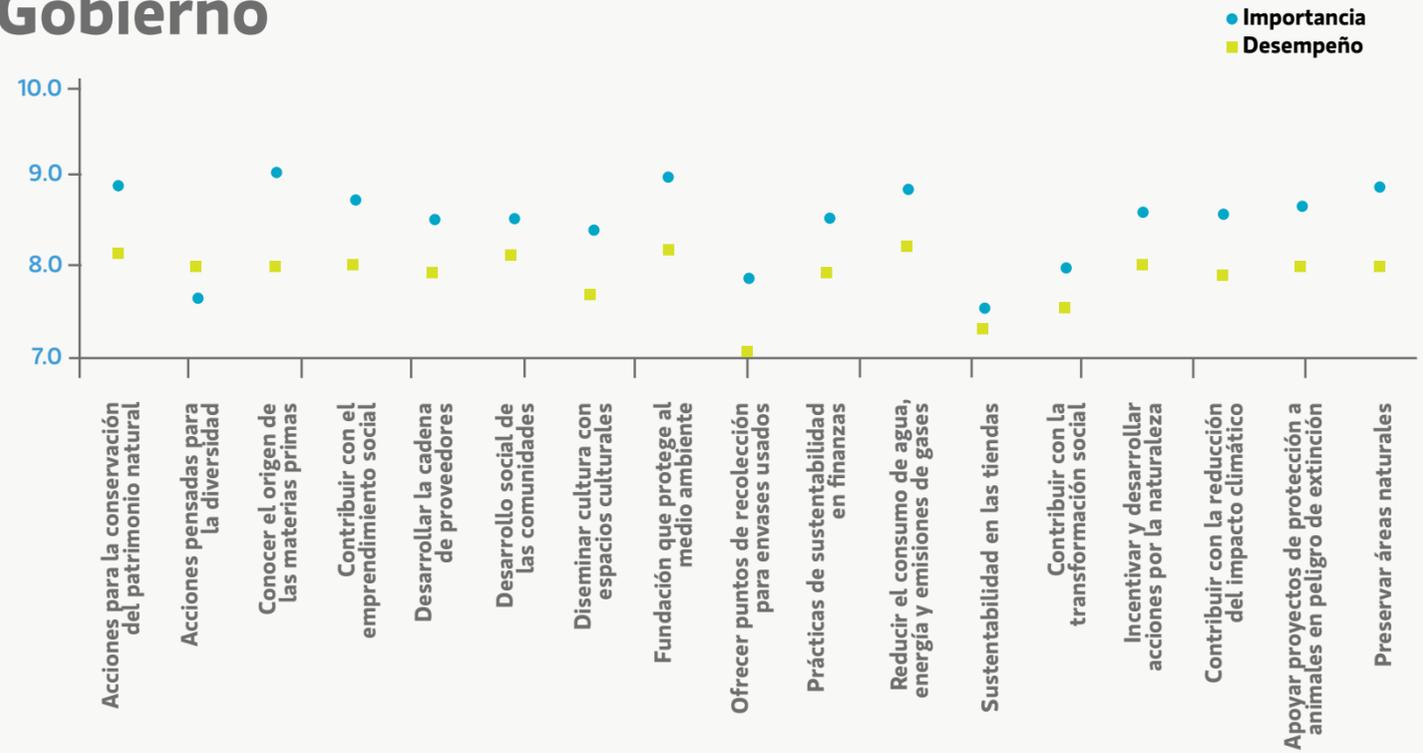


Materialidad del Grupo Boticário

Asociaciones



Gobierno



APERTURA

RETROSPECTIVA DEL AÑO
INTERNACIONAL
MENSAJES

INSTITUCIONAL

NUESTRA ESENCIA
MARCAS
PREMIOS
MODELO DE NEGOCIO
GOBIERNO
GESTIÓN DE RIESGOS

OPORTUNIDADES PARA CUMPLIR SUEÑOS

EL VALOR QUE CREAMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INNOVACIÓN
SUSTENTABILIDAD EN PRODUCTOS

DESEMPEÑO AMBIENTAL

NOSOTROS Y EL MEDIO AMBIENTE
FUNDACIÓN GRUPO BOTICÁRIO
ECOEficiencia
CONSTRUCCIONES MÁS VERDES
LOGÍSTICA INVERSA
GESTIÓN DE RESIDUOS

DESEMPEÑO SOCIAL

DIVERSIDAD
CADENA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXO

ÍNDICE GRI
VERIFICACIÓN EXTERNA
MATERIALIDAD Y REPUTACIÓN
RELACIONES INSTITUCIONALES



Relaciones institucionales

Empresariales

- Câmara Americana de Comércio Para o Brasil (Amcham Brasil);
- Confederação Nacional da Indústria (CNI);
- Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS);
- Endeavor Paraná;
- Instituto para Desenvolvimento do Varejo (IDV).

Sectores

- Associação Brasileira de Embalagem (ABRE);
- Associação Brasileira de Franchising (ABF);
- Associação Brasileira de Indústrias de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC).

Sustentabilidad

- CEBDS (Conselho Empresarial Brasileiro de Desenvolvimento Sustentável)
- Centro de Estudos em Sustentabilidade (GVces) da Fundação Getulio Vargas (FGV-EAESP)- Empresas pelo Clima e Inovação e Sustentabilidade na Cadeia de Valor;
- Conselho Paranaense de Cidadania Empresarial (FIEP);
- Comitê de Responsabilidade Social (FIEB);
- GHG Protocol;
- Grupo de Profissionais de Meio Ambiente das Indústrias do Paraná (GPMAI);
- Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE);
- Instituto Akatu;
- 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.

Técnicas

- Associação Brasileira de Anunciantes (ABA);
- Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (ABERJE);
- Associação Brasileira de Propriedade Intelectual (ABPI);
- Associação Brasileira de Recursos Humanos (ABRH);
- Associação de Usuários de Informática e Telecomunicação do Paraná (Sucesu-PR);
- Grupo Informal de Empresas sobre Expatriação (GAE);
- Instituto Brasileiro de Inteligência de Mercado (IBRAMERC).

Participación en iniciativas

- Pacto Global
- Principios de Empoderamiento de la Mujer (WEPs, por sus siglas en inglés)
- Indicadores de equidad y género del Instituto Ethos
- Movimiento Mujer 360
- HeforShe
- Programa pro-equidad de género y raza
- Plataforma global We connect
- Plataforma global Integrare
- Adhesión al movimiento Libres e Iguales (ONU)
- Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança e do Adolescente



Coordinación
Grupo Boticário

Edición, contenido, diseño e indicadores
Approach Comunicação

Editora-ejecutiva
Monique Cardoso

Directora de Arte
Karina Rohde

Proyecto Gráfico y Diagramación
Tati Rivoire

Consultoría GRI
Marcelo Vieira

Fotografía
Guilherme Pupo
Banco de imágenes Grupo Boticário

GrupoBoticário 

Sugerencias, críticas y cumplidos pueden ser enviados al e-mail
sustentabilidade@grupoboticario.com.br

A BELEZA
DE **SER**
HUMANO

É CRIAR OPORTUNIDADES
PARA REALIZAR SONHOS

GrupoBoticário 