

**Criamos oportunidades
para realizar *Sonhos***

2018
RELATÓRIO DE
SUSTENTABILIDADE

GrupoBoticário 

3 RETROSPECTIVA DO ANO
EM TÓPICOS E NÚMEROS
4 INTERNACIONAL
5 MENSAGENS

INSTITUCIONAL

10 NOSSA ESSÊNCIA
12 MARCAS
19 PRÊMIOS
20 MODELO DE NEGÓCIO
21 GOVERNANÇA
22 GESTÃO DE RISCOS

CRIAMOS OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

24 O VALOR QUE CRIAMOS
25 NOSSO DESEMPENHO
29 O QUE ENTENDEMOS POR INOVAÇÃO
33 SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

A BELEZA DE SER HUMANO

56 VIVER A DIVERSIDADE É A FORMA MAIS LEGÍTIMA DE TRANSFORMAR O MUNDO AO NOSSO REDOR
66 NOSSA CADEIA É DE VALOR
69 INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO: SUSTENTABILIDADE, NEGÓCIOS E DESENVOLVIMENTO SOCIAL

A CONSERVAÇÃO DA NATUREZA É NOSSA CAUSA

38 NÓS E O MEIO AMBIENTE
41 FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
45 ECOEFICIÊNCIA: SUSTENTABILIDADE A PARTIR DA ESTRUTURA
49 CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
51 LOGÍSTICA REVERSA
53 GESTÃO DE RESÍDUOS

ANEXOS

75 ÍNDICE GRI
76 VERIFICAÇÃO EXTERNA
77 MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
85 RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS

ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



Retrospectiva do ano em tópicos e números

Em 2018, crescemos **7 %**

11% com Vult:
quase sete vezes
mais do que a
economia brasileira

Receita
R\$ **13,2** bilhões

R\$ **13,7** bi com Vult

Colaboradores

12.349

8.649 mulheres
3.700 homens

335 milhões
de itens produzidos

380 milhões
de produtos
expedidos nos
três centros de
distribuição

Lançamento de
+ de **1,5** mil
produtos, num
portfolio que soma
+ de **10** mil itens

CRESCIMENTO

MULTICANAL

4 mil lojas

e-commerce
venda direta

com abertura de

81
novos PDVs
em 2018

Presença em outros

35 mil
pontos de venda
no varejo

77 %

de todos os produtos
desenvolvidos pelo
Grupo Boticário em 2018
tiveram sustentabilidade
em sua fórmula e/ou
embalagem

Lojas Ânfora, O Boticário

modelo mais sustentável

redução de
consumo de
energia elétrica
em até **63%**

Melhor empresa

do setor de Bens
de Consumo no *Guia
Exame de Diversidade*

para Trabalhar no setor
de Bens de Consumo no
Guia da Revista Você S/A

do setor de Bens
de Consumo no *Guia
Exame de Sustentabilidade*



Implantamos o maior programa de
Logística Reversa do Brasil. Projeto
vencedor do Prêmio Abihpec Beleza
Brasil, na categoria Sustentabilidade

Certificação Cruelty Free emitida pela
ONG PETA (People for the Ethical
Treatment of Animals) para todas as
marcas fabricadas pelo Grupo

Prêmio ECO na categoria Processos,
com case de vidro reciclado

Portfólio vegano em O Boticário

ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



[102-6 | 102-7]

INTERNACIONAL

**Beleza
em qualquer lugar do Brasil
e em mais 15 países**

Somos internacionais

Nossas marcas agora estão em 15 países >> Abrimos duas lojas O Boticário em Dubai, no maior shopping do mundo, e estamos construindo pontes para ampliar nossa presença no Oriente Médio >> Chegamos à Bolívia >> Nossa linha Nativa SPA está em lojas de departamento do Panamá >> *quem disse, berenice?* foi premiada em Portugal como melhor marca de maquiagem do país

ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



Uma corrente de empreendedores

O comprometimento com os resultados sustentáveis é um valor para o Grupo Boticário, pois acreditamos que é por meio deles que construímos nosso legado e realizamos nossa vocação de empreendedores de um mundo melhor.

A cada ano, aguardamos ansiosamente o momento em que, por meio de nosso relatório de sustentabilidade, teremos a oportunidade de compartilhar com todos os nossos públicos de relacionamento os desafios, iniciativas e resultados que conduziram nosso ano. Mais do que um esforço de transparência, entendemos que é também a celebração de uma jornada que construímos com esforço e comprometimento.

Há um ano, no último relatório, eu escrevia, neste mesmo espaço, que os excelentes resultados de 2017 nos indicavam um 2018 promissor, mas com nuvens no horizonte, devido os efeitos da crise e da instabilidade. Foi neste cenário de otimismo, mas com incertezas, que voltamos a entregar um excelente resultado. O crescimento de 7 % e a aquisição da Vult são evidências de que a coragem de empreender e o modelo de negócio centrado no valor que a beleza proporciona ao mundo são uma combinação poderosa e eficaz.

As nossas conquistas, porém, ultrapassam a dimensão financeira. Em 2018, como nos anos anteriores, temos boas notícias para compartilhar sobre nossa evolução em ecoeficiência, o comprometimento de nossa cadeia com a sustentabilidade e o crescente valor que a pesquisa e o desenvolvimento agregam aos produtos.

Entre esses resultados, destaco o modelo mais sustentável de ponto de venda, que passamos a adotar na chamada Loja Ânfora, de O Boticário. Também comemoro que 77% dos produtos desenvolvidos em 2018 apresentam atributos de sustentabilidade, seja em sua fórmula ou embalagem, além da conquista do selo Cruelty Free, dado pela ONG People for the Ethical Treatment of Animals (PETA) e a apresentação de nosso portfólio de produtos veganos, uma demanda crescente de nossos consumidores.

É dessa forma que queremos crescer: com o menor impacto ambiental possível, valorizando a beleza que as pessoas são capazes de construir e entregando resultados, continuamente, para todos.

ARTUR GRYNBAUM

Presidente do Grupo Boticário



ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



A coragem de fazer bem feito

Desde que nossa primeira loja foi aberta, centramos nossa atuação orientados pelo valor que a beleza tem de melhorar o mundo e mudar a vida das pessoas. Existimos para tornar a vida das pessoas mais bonita, mais otimista.

Plantamos, desde nossa fundação, a semente do nosso compromisso de atuar de maneira sustentável e correta. A coragem de fazer bem feito, mesmo que isso exigisse mais esforço e nos levasse a renunciar a resultados mais fáceis e imediatos.

Hoje, quando observo onde a nossa convicção nos trouxe, a maior felicidade que sinto é saber que é possível entregar os resultados que apresentamos sem abrir mão do compromisso de fazer do mundo um lugar mais belo.

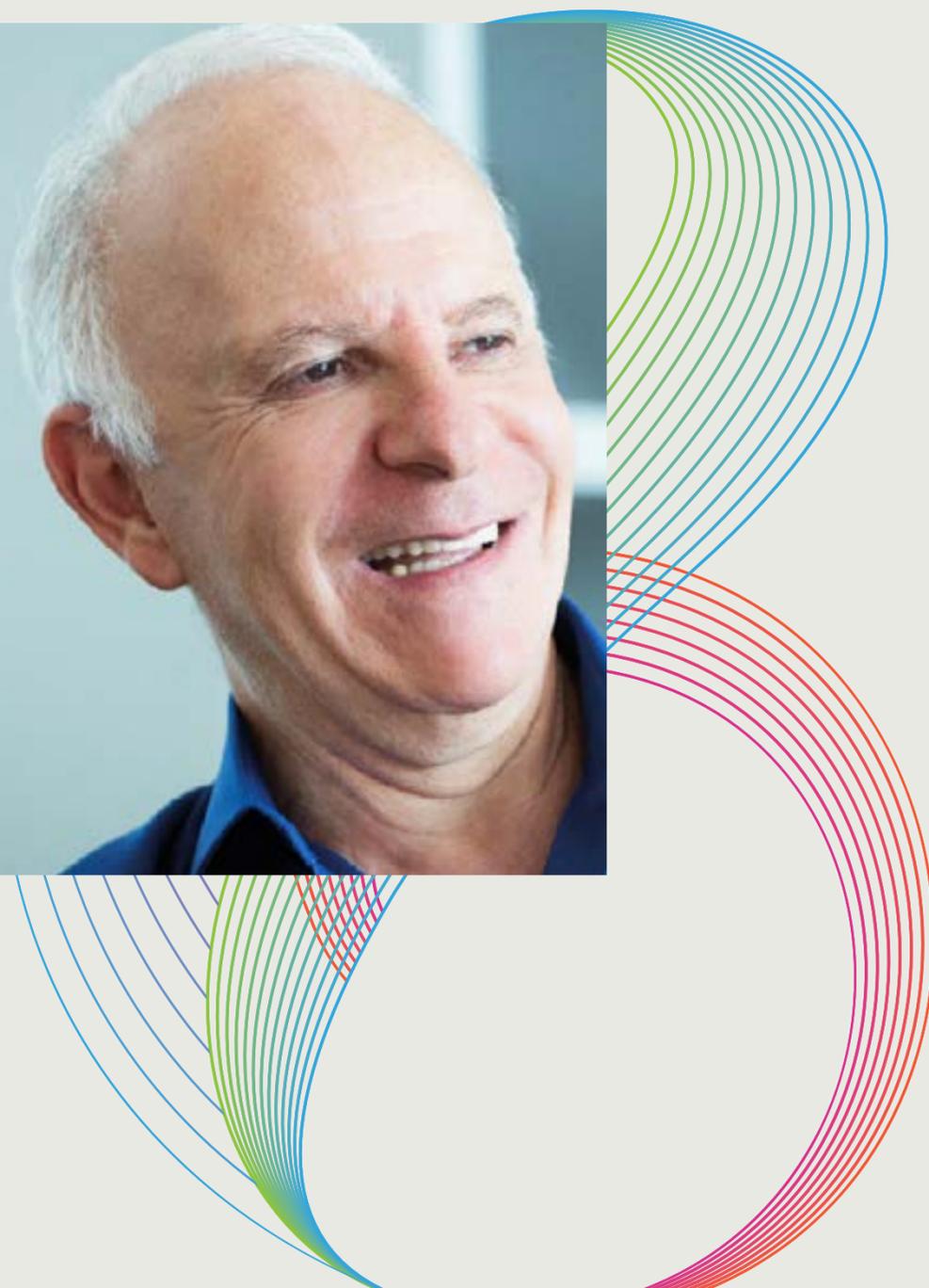
Nossa atuação, baseada na sustentabilidade, na diversidade, na inclusão e no respeito a todas as pessoas, suas escolhas e necessidades, deixou, nos últimos anos, de ser uma decisão de uma empresa ou de um grupo de pessoas: passou a ser o critério de definição de quem está pronto para construir o futuro que queremos como sociedade. E é por isso que estamos mais prontos do que nunca para entregar aquilo que nossos públicos interessados esperam de nós – sermos uma empresa que empreende o futuro.

No entanto, não podemos esquecer que é das pessoas que nasce a capacidade de empreender esse futuro. Hoje, no Grupo Boticário, temos um imenso time de colaboradores, franqueados, fornecedores e clientes, entre outros públicos, trabalhando juntos para construir cenários mais belos e mais sustentáveis. O humano está no centro de tudo o que o Grupo Boticário faz.

Tudo isso é fruto desse compromisso, que renovamos todos os dias, de fazermos o que é certo e sermos a melhor empresa possível para as pessoas e para o planeta. Compartilhamos com você, agora, o nosso segredo para transformar tudo isso em realidade.

MIGUEL KRIGSNER

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



ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



Meu Presente é o Futuro

A Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza é um dos principais investidores em conservação da natureza no Brasil e fonte de inspiração para as empresas e *stakeholders* do Grupo Boticário. Dedicada a uma agenda integrada a grandes questões globais, a Fundação assumiu – desde a sua criação – o compromisso com a causa da conservação da natureza brasileira.

A instituição fomenta a pesquisa científica e a produção de conhecimento sobre todos os biomas brasileiros, dando atenção, também, à relação entre o ser humano e a natureza. Dessa forma, assume protagonismo e liderança no desenvolvimento de iniciativas que assegurem serviços ecossistêmicos, ações de engajamento da sociedade, influência de políticas públicas e suporte à criação de negócios de impacto que têm a conservação como foco.

Contribuir com o futuro é parte importante dos compromissos que o setor privado deve assumir. Ele pode ser motor de gestão e geração de recursos para as causas ambientais e sociais em complemento ao que já é feito na esfera governamental em todo o mundo. Se o uso de recursos de investimento social privado nos trouxe até aqui – são quase 30 anos em atuação na mesma causa –, estamos nos valendo de nossa expertise para ajudar a desenvolver uma sociedade sustentável, que permita atender as necessidades atuais sem comprometer os recursos naturais disponíveis para as futuras gerações.

Alinhada aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, a Fundação contribui para manter a qualidade de vida, a saúde e o equilíbrio entre todos os ecossistemas que garantem nossa vida e a vida de todas as espécies na Terra. Estamos olhando lá na frente, mas sabemos que é preciso endereçar os desafios hoje.

ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



O ser humano no centro da transformação social que queremos

Transformar a vida das pessoas por meio da beleza é uma missão que o Grupo Boticário assumiu e que materializamos diariamente na atuação do Instituto Grupo Boticário. Afinal, são 15 anos de atividades dedicadas a gerar um impacto positivo na vida das pessoas.

Em um mundo ainda muito pautado pela estética, assumimos o desafio de mostrar que o belo não está apenas no rosto ou no corpo das pessoas, mas em sua postura, em sua coragem, em sua capacidade de entender, de se entender, de interagir e de transformar o mundo ao seu redor.

Acreditamos que, mais importante que enxergar a beleza, é ter a capacidade de senti-la.

Sabemos ainda que, ao permitirem novas experiências, ao absorverem novos pontos de vista, ao contemplarem novas perspectivas, as pessoas evoluem. E, assim, abrem caminho para viver a beleza em toda a sua plenitude.

Com base nesta visão, atuamos por meio da cultura para possibilitar que mais pessoas ampliem a visão de mundo e percebam como a beleza das artes pode ser transformadora. Por meio do esporte, para que o cidadão comum conheça e rompa seus próprios limites, descobrindo o encanto por trás da superação pessoal. E, através da veia social, estimulando o acesso à saúde e à educação, promovendo o desenvolvimento da sociedade e a qualidade de vida de crianças, adultos e idosos, bem como de suas famílias.

Atuamos, também, com a beleza que há na preservação da memória organizacional, buscando obter e gerar inspiração a partir de elementos na própria memória do Grupo, a qual preservamos, revistamos e mantemos a história viva.

Nossa atuação cresce a cada dia, assim como nossa conexão com o negócio, aproximando ainda mais as pessoas das nossas marcas e do compromisso de transformar a realidade ao nosso redor.

Sabemos, porém, que sempre dá para fazer mais e fazer diferente, pois entendemos que a promoção social e cultural ainda é um grande desafio no País e que temos muito a contribuir para fazer a vida das pessoas mais bonita.



INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA

MARCAS

PRÊMIOS

MODELO DE NEGÓCIO

GOVERNANÇA

GESTÃO DE RISCOS

ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



NOSSA ESSÊNCIA NOS CONECTA E NOS PROVOCA A FAZER BONITO EM NOSSO NEGÓCIO, NO PAÍS E NO MUNDO

Pessoas. Por elas, com elas. O humano está no centro de tudo o que o Grupo Boticário faz. Temos uma cultura empreendedora e incentivamos o sentimento de dono em todos os negócios do Grupo, em cada equipe. Essa nossa essência nos conecta e nos provoca a fazer bonito no nosso negócio e também no nosso país. Ao lado do empreendedorismo, a sustentabilidade e a inovação são direcionadores que têm nos impulsionado a chegar nos melhores resultados.

Com um modelo de atuação multinegócios e uma estratégia de comercialização multicanal, o Grupo Boticário se confirma como a maior rede de franquias em cosméticos do mundo. Reunimos hoje as marcas O Boticário, Eudora, *quem disse, berenice?*, The Beauty Box, MultiB e Vult, adquirida em 2018, e nosso volume de produção entrega 335 milhões de unidades produzidas nos segmentos de perfumaria, cosméticos e higiene pessoal. Ampliamos nossa presença internacional, chegando ao Panamá, Bolívia e Dubai, e hoje estamos em 15 países, além do Brasil.

Sempre pensamos no melhor uso dos recursos naturais, seja na formulação e embalagens de nossos produtos, passando por processos industriais, chegando no reaproveitamento dos resíduos que geramos.

335 milhões
de unidades
produzidas nos
segmentos de
perfumaria,
cosméticos e
higiene pessoal



ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS

Mais do que fabricar e vender produtos, o Grupo Boticário busca entender como gerar mais valor para as pessoas. Queremos engajar nossos consumidores e levar a eles a mensagem de que a sustentabilidade está em tudo o que a gente faz. Por essa razão, apostamos continuamente na inovação. Até 2024, todos os nossos produtos terão atributos de sustentabilidade. Para nós, inovação e transformação caminham juntos, pois a beleza de ser humano é evoluir.

O sucesso desta estratégia rendeu ao Grupo Boticário o reconhecimento como melhor empresa na categoria Bens de Consumo do *Guia Exame de Sustentabilidade 2018*. E quando está claro para nossos interlocutores que a conservação da natureza é a nossa causa, o propósito de empreender por esse novo futuro fica mais palpável e nos conecta a uma agenda global, da ONU, materializada nos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS).

A agenda apresentada pelas Nações Unidas é dividida em cinco eixos — Pessoas, Planeta, Paz, Prosperidades e Parceria —, dentro das quais são alinhados os 17 objetivos, que, por sua vez, são subdivididos em 169 metas.

Dos 17 ODS, a missão e o sentido de existir do Grupo Boticário o posicionam como aliado na busca principalmente por:

Produção sustentável ao longo da cadeia de valor:



Conservação da natureza por meio da Fundação Grupo Boticário:



Investimentos em cultura em todo o Brasil pelo Instituto Boticário:



Apoio ao desenvolvimento dos nossos colaboradores e das comunidades:



Parcerias em favor do alcance desses e de outros ODS:



Nosso jeito de fazer negócios está pautado em gerar transformação positiva na vida das pessoas e no mundo ao nosso redor por meio da beleza. Trabalhamos em 2018 com perspectiva de crescimento, que se confirmou. Apesar de o Brasil estar numa forte luta contra o desemprego, ampliamos nosso público interno e passamos de aproximadamente 10.500 colaboradores para mais de 12 mil. Em 2018, recebemos o prêmio de Melhor Empresa Para Trabalhar no setor de bens de consumo, pela Revista *Você S/A*, reconhecimento de nosso empenho na valorização do ser humano, dentro e fora de casa.

Estamos em mais de 39 mil pontos de venda, seja em nossas mais de 4 mil lojas ou nos 35 mil pontos de vendas multimarcas. Cobrimos mais de 1.750 municípios em todos os Estados do Brasil. Recebemos nossos clientes em lojas próprias, franquias, quiosques e por meio de *e-commerce* e venda direta. Firmamos parcerias com grandes varejistas para aumentar nossa capilaridade, e hoje as marcas do Grupo Boticário estão presentes em diversas redes de farmácias e lojas multimarcas.

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

Perseguimos diariamente nosso crescimento de forma sustentável, adotando processos operacionais que busquem ao máximo reduzir nossos impactos e o uso de recursos naturais. Crescemos e, à medida em que cresce o nosso negócio, ampliamos nossa contribuição para o desenvolvimento, mantendo o compromisso de investir 1% de nosso faturamento em iniciativas de sustentabilidade, nas atividades da Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza e no Instituto Grupo Boticário. Por meio dessas organizações, firmamos um pacto com a atual e as futuras gerações, em construirmos juntos uma sociedade mais justa e com patrimônio natural disponível e acessível.

Por isso, em nossas operações temos metas em relação à redução do uso dos recursos naturais e de nossas emissões e da gestão de resíduos que geramos, e não nos omitimos quanto a questões como a busca pela igualdade de direitos e oportunidades e a inclusão de todos. Avançamos em nossos indicadores internos e estabelecemos para as nossas metas o horizonte de 2024.

Nossas empresas são pessoas jurídicas de capital fechado e, em nossa gestão, adotamos as melhores práticas de governança corporativa, ética e integridade, *compliance* e segurança. Buscamos ser fomentadores de desenvolvimento em todos os lugares em que estamos presentes. A gente acredita em um Brasil que dá certo.

ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA
REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



PAZER BOHITO

é o nosso negócio

oBoticário

THE
beauty
BOX

E
eudora

multi

MARCAS

quem disse,
berenice?

vult

ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



oBoticário

Há mais de quatro décadas, O Boticário leva amor e beleza a milhares de consumidores no Brasil, participando da construção de inúmeras histórias e momentos especiais. Maior rede de franquias do país, desde 1980, a marca vem ganhando espaço internacional e, atualmente, opera em 15 países. Tem em seu portfólio mais de 1.100 produtos, entre itens de perfumaria, maquiagem e cosméticos. Para O Boticário, o ano de 2018 foi marcado pela campanha com a übermodel Gisele Bündchen e pelo desafio sobre a redução no uso de plásticos que mobilizou milhares de consumidores, a partir do chamado de André Farber, vice-presidente do Grupo Boticário.

O ano também foi especial para a marca pela identificação, em seu portfólio, de produtos veganos em maquiagem e em cuidados pessoais, e pela conquista do selo PETA, reafirmando o compromisso de não fazer testes em animais.

77%

de produtos lançados com atributos de sustentabilidade

38

novas lojas que levam a sustentabilidade para mais perto dos consumidores

Cinco novas

Lojas Ânforas

mais sustentáveis e com maior conectividade com os consumidores



Malbec



Floratta



Cuide-se Bem

Linhas premiadas em sustentabilidade em processos produtivos, embalagens e distribuição

ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



Eudora

Eudora acredita que só está viva quem faz a sua vida acontecer e que a beleza impulsiona esta jornada. Em 2018, Eudora avançou em sua estratégia multicanal e se firmou como uma das principais marcas de beleza do Brasil na venda direta, com lojas próprias, quiosques e *e-commerce*.

Eudora quer continuar levando seus cerca de 500 produtos para fazer parte da trajetória dessa mulher protagonista, de forma que eles sejam um estímulo para que ela conquiste seus objetivos, cada vez mais.

Em 2018, reposicionamos nosso *visual merchandising*, abrimos 5 novas lojas, começando por Belo Horizonte, e 15 novos espaços da representante em modelo de autosserviço, totalizando 63 espaços da representante, além de 11 quiosques em shoppings. Isso permite mais autonomia e possibilidade de desenvolvimento para mulheres que trabalham com a venda direta, principal canal de Eudora.

Além do reposicionamento de nossos canais de vendas, sustentados por um guia da marca que trazia a sustentabilidade como um capítulo específico, também aproveitamos o ano para potencializar nosso programa de logística reversa, chamado de “Chega Lá e Recicla”. Ao longo de 2018, fizemos campanha em 3 ciclos, reconhecendo nossa força de vendas mais engajada. Como resultados, além do aumento do volume de embalagens coletadas, 97% dos clientes afirmam gostar mais da marca Eudora por poder devolver as embalagens vazias.

Nos produtos lançados por Eudora em 2018, 68% apresentam atributos de sustentabilidade, especialmente nas embalagens, com plástico vegetal e papel reciclado, no processo de fabricação a frio e/ou na redução da toxicidade no ambiente aquático.

63
espaços da
representante



700
produtos de
perfumaria,
maquiagem,
acessórios,
cabelos, corpo
e banho



**Chega lá
e Recicla**

Campanhas em
3 ciclos para
estimular a
devolução das
embalagens

68%
dos produtos
com algum
atributo de
sustentabilidade

ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



quem disse, berenice?

Está aí para questionar, ampliar e propor um novo conceito sobre maquiagem, de uma forma livre de preconceitos e modelos pré-concebidos. Criada há seis anos, *quem disse, berenice?* segue inspirando as pessoas a ousar, a serem livres para se sentirem mais bonitas. Para tanto, estimula suas clientes a experimentarem diferentes possibilidades de produtos, até encontrarem aquele que melhor combina com elas. Em 2018, uma das principais conquistas da marca foi junto às pessoas com deficiências. A Força de Vendas recebeu um treinamento em acessibilidade, incluindo tratativas de atendimento e dicas de automaquiagem para pessoas com deficiência visual. Além disso, têm à disposição materiais de apoio na loja, como as etiquetas sensoriais para identificação dos produtos e o glossário de cores, que ajuda a equipe de loja a traduzir os tons através de sensações, para quem nunca enxergou.

Em 2018, 97% dos produtos desenvolvidos em projetos de inovação da marca tiveram ganho em sustentabilidade, especialmente nas embalagens de plástico vegetal e de papel reciclado e nas formulações, utilizando Ecoglitter. O programa Recicla Berê, que incentiva o correto descarte das embalagens, dobrou o volume de unidades coletadas, graças às campanhas realizadas.

A marca oferece mais de 500 produtos de diversas cores, texturas e fragrâncias e já tem 30% de seu portfólio formado por produtos veganos. Queridinha de nossas consumidoras, a paleta de sombras em refil foi premiada por sua embalagem sustentável.

Expansão de presença em farmácias

19 novas lojas, sendo 8 em Portugal



Ecoglitter foi o carro-chefe do Carnaval de quem disse, berenice?



ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

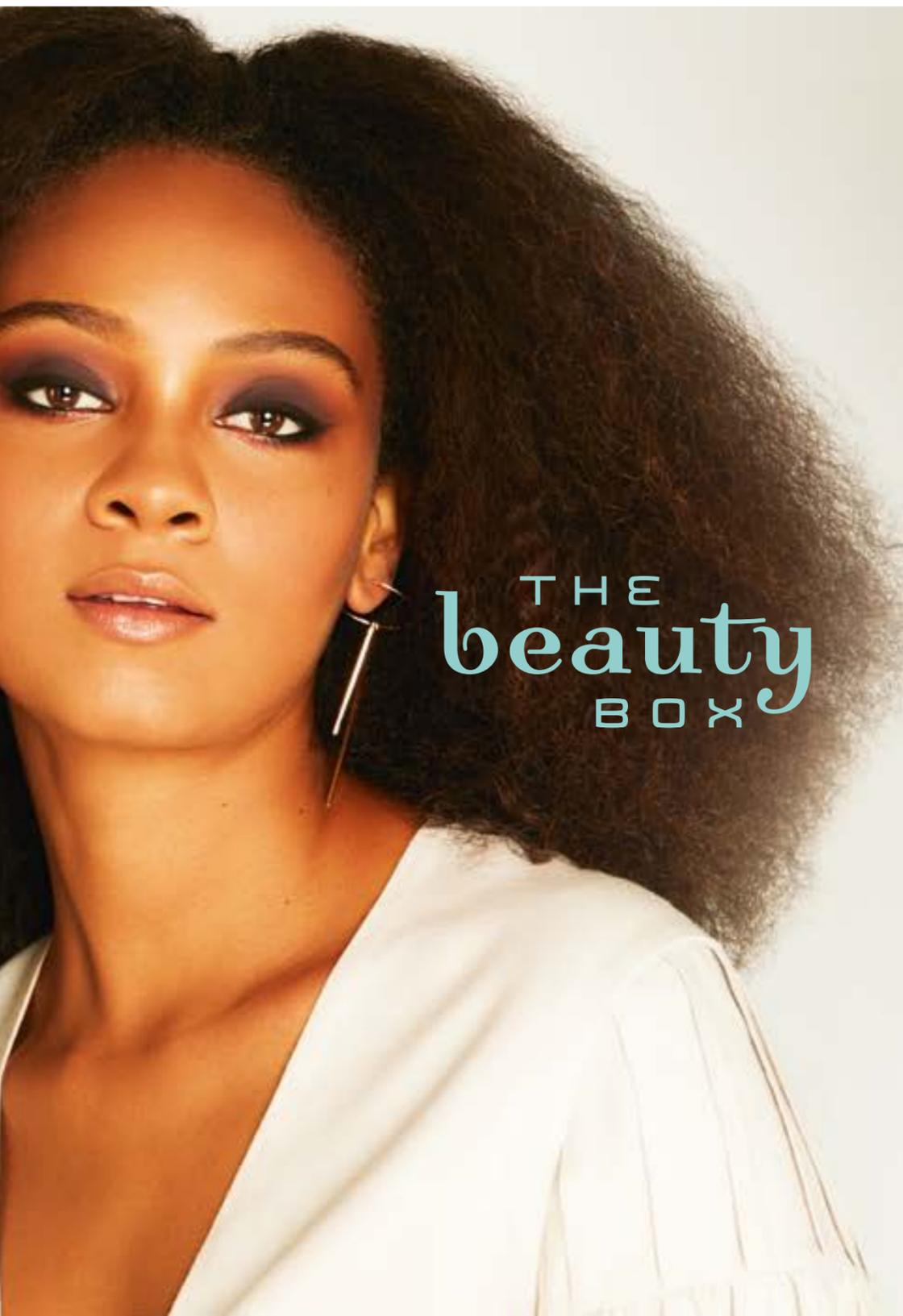
NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



THE
beauty
BOX

The Beauty Box é o maior varejo multimarca de beleza *premium* do Brasil, com mais de 100 marcas internacionais de fragrância, maquiagem, *skincare* e cabelos, que podem ser encontradas em 45 lojas físicas e no *e-commerce* que entrega em todo o Brasil.

O primeiro semestre de 2018 foi marcado pela entrada da Gosh Copenhagen, marca socialmente responsável com uma linha totalmente vegana e que agora está disponível ao lado de Dior, Lancôme, Shiseido, Clinique, Givenchy, Caudalie e muitas outras.

Um dos destaques do ano, a iniciativa Sustenta+Beauty promoveu a reciclagem das embalagens pós-consumo da The Beauty Box e mais de 70% dos consumidores que foram às lojas levar suas embalagens fizeram novas compras, gerando uma fidelidade sem precedentes.



Abertura de seis novas lojas e mais 10 remodeladas

The Beauty Box

dispõe ainda de um *e-commerce* com recursos de acessibilidade e todos os posts da marca no Instagram incluem texto descritivo **#ParaCegoVer.**

Estratégia Omni

100%
da rede fazendo clique e retire (compra online e retirada na loja)

**Sustenta
+
Beauty**



ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

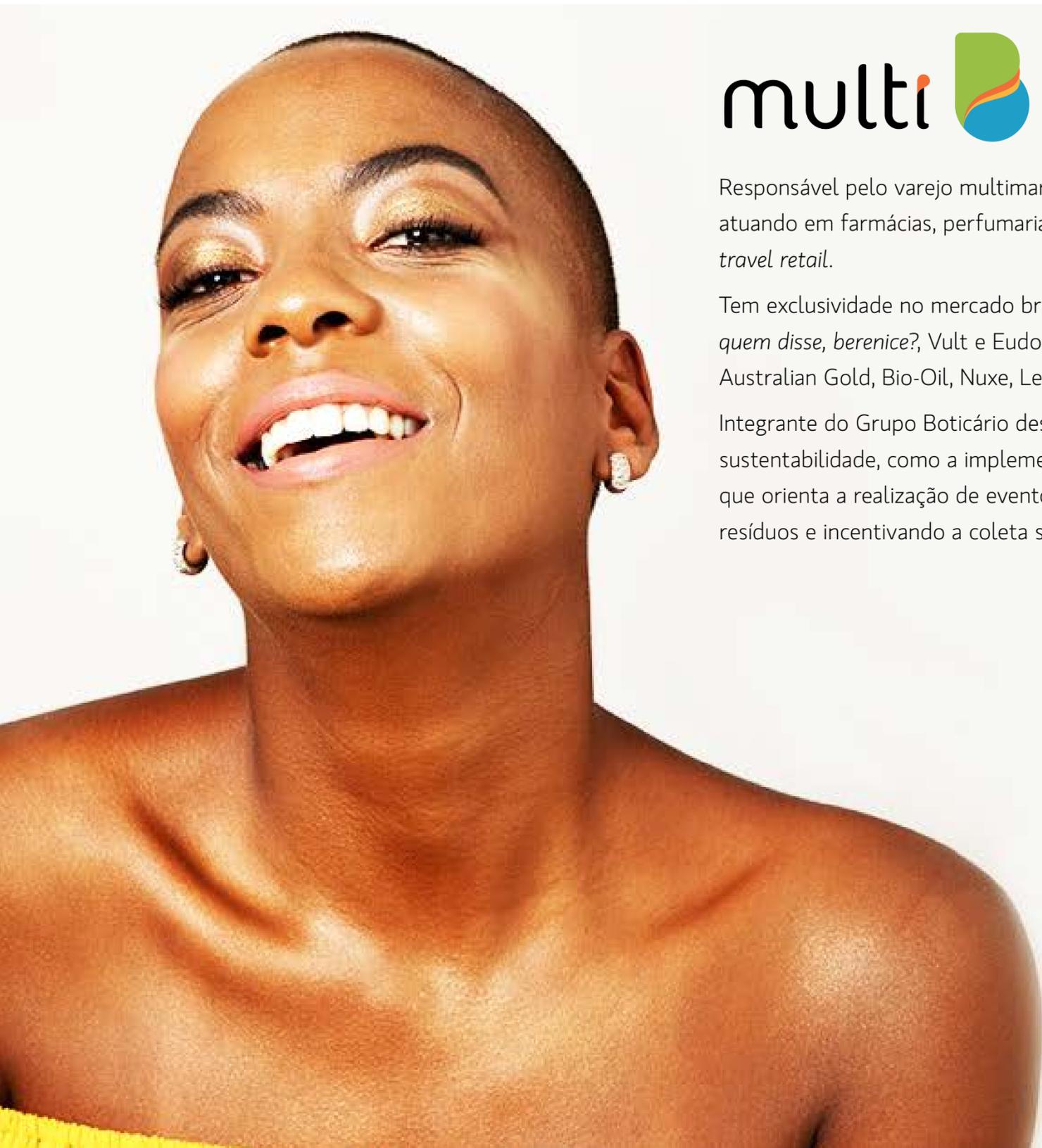
NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



Responsável pelo varejo multimarcas, a Multi B é estratégica na diversificação de canais do GB, atuando em farmácias, perfumarias, redes seletivas e especializadas, lojas de departamento e *travel retail*.

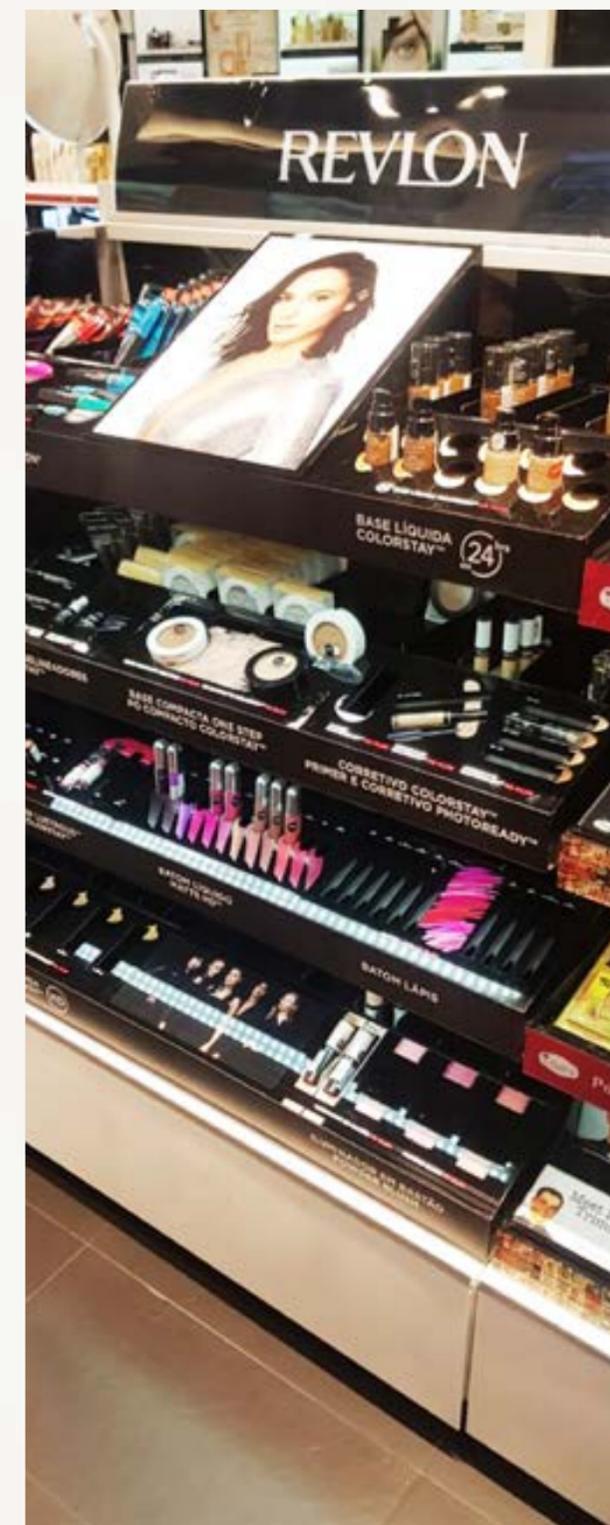
Tem exclusividade no mercado brasileiro das marcas proprietárias do Grupo Boticário, como *quem disse, berenice?*, Vult e Eudora, e representa marcas internacionais, como Revlon, Australian Gold, Bio-Oil, Nuxe, Lee Stafford e Sinfulcolors.

Integrante do Grupo Boticário desde 2017, a Multi B já traz em sua essência práticas de sustentabilidade, como a implementação do Guia de Eventos Sustentáveis, iniciativa interna que orienta a realização de eventos com menor impacto ambiental, reduzindo a geração de resíduos e incentivando a coleta seletiva.



108%
Crescimento em um ano

Australian Gold,
com fabricação local,
assume posicionamento
único no mercado solar



ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



vult | 

Consolidada como a marca líder no segmento de cosméticos e maquiagem do varejo no Brasil*, a Vult integra o Grupo Boticário desde 2018. Com mais de 500 opções de itens de maquiagem e um portfólio que se complementa ao do Grupo, oferece produtos de altíssima qualidade e com valores acessíveis às consumidoras de todo o Brasil, em mais de 35 mil pontos de venda entre farmácias, perfumarias especializadas e lojas de departamento. O posicionamento #VocêDoSeuJeito ressalta o poder e a personalidade das mulheres e mostra que a verdadeira beleza é a aceitação de si mesma.



Lançamento de
130
novos produtos Vult
ao longo do ano

*FONTE: Nielsen Retail Index | Share Valor por total de Vendas no Total Brasil da categoria Maquiagem nos canais Perfumaria e Farma, no período de Maio/2017 a Abril/2018.

Presente em
+ de 35 mil
pontos de venda
por todo o Brasil



ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



PRÊMIOS



Guia Exame de Diversidade 2018

Melhor do Brasil no setor
de Bens de Consumo



Sustainable Beauty Awards

Finalista nas categorias Packaging,
sombra em refil de *quem disse,
berenice?*, e Pioneering, métodos
alternativos a testes
em animais



Prêmio Popai

Ouro para a Loja Ânfora na
categoria de sustentabilidade



Guia Exame de Sustentabilidade 2018

Melhor empresa
de Bens de Consumo



Prêmio Cinco Estrelas

quem disse, berenice?

foi considerada a melhor marca
de maquiagem de Portugal e O
Boticário, a melhor empresa de
venda por catálogo em Perfumaria
e Cosméticos



150 Melhores Empresas para Trabalhar 2018

Revista *Você S/A*, na categoria Bens
de consumo – Higiene e Beleza



Prêmio ECO – Amcham

Sustentabilidade em processos
– case logística reversa e
Malbec Club, que utiliza 35% de
vidro reciclado em seu frasco,
reutilizando mais de 180 toneladas
de matéria-prima por ano



ABRE de Embalagens

Ouro com a fragrância Floratta
Flores Secretas (Design Forma)
e o Delineador Líquido Roller
(Design Funcionalidade)

Bronze com o fragrância Eudora
Arien (embalagem) e Floratta
(Sustentabilidade)



Prêmio Abihpec Beleza Brasil 2018

Categoria sustentabilidade,
com o case "Reciclagem de
embalagens: mola propulsora da
geração de valor compartilhado".

Categoria Perfumista, com
Floratta Flores Secretas
desenvolvida por Marion Costero

ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS

MODELO DE NEGÓCIO

RECURSOS

financeiro

- R\$ 13,7 bilhões em receita.
- R\$ 300 milhões em investimentos a partir de 2019.

manufaturado

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

natural

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

intelectual

- Centro de P&D em São José dos Pinhais.
- E-commerce multicanal.
- 331 parcerias com instituições de ensino e organizações.
- Patentes, grupos de pesquisa, inovação aberta, artigos científicos, financiamento em pesquisa e desenvolvimento.
- 2,5% do faturamento investido em Pesquisa e Desenvolvimento.

humano

- Mais de 168 mil horas de treinamento em 2018

social / relacionamento

- 1% do faturamento investido em ações da Fundação e do Instituto Boticário
- 62(98%) fornecedores estratégicos e outros 22 relevantes foram avaliados em sustentabilidade em 2018. Durante o ano, foram realizadas 124 auditorias sociais e ambientais.



RESULTADOS

financeiro

- Crescimento de 7%, acima da média do setor e quase 7 vezes o PIB.
- Maior rede de franquias de cosméticos do mundo.
- Entre os 5 maiores varejistas do Brasil.
- 37% da receita provenientes de inovação.

manufaturado

- 335 milhões de produtos fabricados anualmente.
- 77%, de todos os produtos desenvolvidos pelo Grupo Boticário em 2018 tiveram sustentabilidade em sua fórmula ou embalagem. Até 2024, 100% dos produtos lançados terão atributos sustentáveis em suas embalagens e formulações.
- Mais de 30 produtos já contam com processo de fabricação a frio, que reduz o gasto de energia.

natural

- Até 2024, 50% da água que utilizamos em nossas fábricas e centros de distribuição será de reúso ou da chuva. Hoje, esse número é 27%.
- As unidades de São Gonçalo dos Campos e Camaçari apresentaram uma melhoria de eficiência energética de 28,8% e de 4%, respectivamente.
- 11 mil hectares protegidos pela Fundação Grupo Boticário nas reservas da Serra do Tombador e de Salto Morato.
- Centros de distribuição reduziram suas emissões para por milhão de unidades transportadas anuais.

intelectual

- Livros, patentes, programas - P&D.
- Realização, pela Fundação Grupo Boticário, da nona edição do Congresso Brasileiro de Unidades de Conservação (CBUC), com recorde de público.
- Pioneirismo em métodos alternativos, como Pele 3D e organs-on-chip
- Memória Organizacional - referência em organização e preservação da nossa história, assim como preservação da história da perfumaria brasileira.

humano

- Média de reputação de 96,42 (de 100 possíveis) entre os colaboradores.
- Prêmio de Melhor Empresa para se Trabalhar no setor de Bens de Consumo em 2018.

social / relacionamento

- Melhor Empresa na categoria Bens de Consumo no *Guia Exame de Sustentabilidade*.
- Fundação Grupo Boticário já apoiou mais de 1.500 projetos.
- Em cinco anos, o Instituto Grupo Boticário impactou a vida de cerca de 16 milhões de pessoas. Em 2018, foram 47 projetos apoiados em todo o Brasil.
- 36 cooperativas parceiras na recepção e tratamento adequado do descarte, 507 toneladas recolhidas durante o ano.

ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



GOVERNANÇA

A Governança do Grupo Boticário é construída em torno do compromisso de gerar valor, incentivar o empreendedorismo interno e externo, e garantir a sustentabilidade das nossas práticas e negócios. A sustentabilidade é tratada como um tema transversal ao negócio, estando presente nas tomadas de decisão e, em muitos casos, sendo orientadora de estratégias específicas.

O Conselho de Administração, mais alta instância de governança, é também a principal referência de liderança. São sete profissionais de renome no mercado e com expertise reconhecida em suas áreas de atuação, que se reúnem a cada dois meses para tomar decisões estratégicas. Os mandatos são anuais e atribuídos pelos sócios em reunião especial destinada para esse objetivo.

O Conselho de Administração é quem orienta a gestão do Grupo e aprova o planejamento estratégico. Também assegura que todas as atividades desempenhadas pelas empresas estejam em consonância com o propósito, a visão, a missão e os valores que são disseminados e praticados por todos os colaboradores do grupo e que engajam parceiros e *stakeholders*.

Para apoiar as decisões e a atuação do Conselho de Administração, existem cinco comitês consultivos (Riscos e Auditoria, Conduta, Planejamento e Estratégia, Remuneração e Segurança da Informação), responsáveis por analisar e apresentar recomendações sobre temas estratégicos. Outro ponto importante de nossa governança é a realização de fóruns trimestrais de gestão, que reúne a liderança ampliada – diretores e gerentes – para debater os temas do negócio e realizar o alinhamento em torno dos direcionadores estratégicos.

Estrutura do Conselho

CEO do Grupo Boticário
(sócio do Grupo)

Integrante do
sexo feminino

4 Conselheiros
independentes



ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



GESTÃO DE RISCOS

O Grupo Boticário realiza gestão de seus riscos operacionais, que são classificados em cinco grandes categorias: financeiros, operacionais, ambientais, legais e de imagem. Os riscos identificados são monitorados pelos *risk owners* da empresa que são responsáveis por gerir, monitorar e implementar os planos de tratamento e mitigação. Os riscos operacionais e estratégicos são monitorados pelo Comitê de Riscos e Auditoria, que também assessora o Conselho de Administração do Grupo Boticário.

Como um grupo empresarial responsável e engajado com a sociedade, com seus milhares de empregados, milhões de clientes no Brasil e no mundo, com a saúde financeira e a estabilidade do negócio, e com seus impactos sobre o meio ambiente e o uso dos recursos naturais, o Grupo Boticário tem o compromisso de analisar continuamente esses riscos.

Neste processo de constante avaliação, são considerados os aspectos que podem impactar os processos e a estratégia dos negócios, além da imagem da empresa e a saúde das marcas. O princípio da precaução rege todos os processos de tomada de decisão que afetam nossos investimentos, operação e ampliação da produção, entre outras definições estratégicas.

O Comitê de Riscos e Auditoria se reúne a cada dois e meses e, eventualmente, por meio de convocações extraordinárias. O Comitê de Riscos e Auditoria, órgão consultivo do CA, o comitê avalia e monitora a gestão de riscos e outros processos de *compliance*, como controles internos, a auditoria interna e a auditoria externa do Grupo Boticário.



CRIAMOS OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS

NOSSO DESEMPENHO

O QUE ENTENDEMOS POR INOVAÇÃO

SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



O VALOR QUE CRIAMOS

Beleza é o que a gente faz. E a beleza de ser humano é criar oportunidades para realizar sonhos. É agir no presente para transformar a vida de cada um e o mundo ao nosso redor. Aqui, somos todos empreendedores de um futuro em que a inovação é aliada da conservação da natureza e a criação de bem-estar, por isso, renovamos diariamente nosso compromisso em impactar menos o meio ambiente e beneficiar mais as pessoas.

Trabalhar para um presente e um futuro melhores é o valor mais importante que construímos e nosso legado mais valioso. Para trilhar esse caminho, apostamos na inovação, na sustentabilidade e no empreendedorismo, pilares que nos acompanham e que são capazes de entregar os resultados e criar os recursos que vão construir esse futuro que empreendemos hoje.

Nosso ciclo de criação de valor compartilhado envolve todas as nossas partes interessadas, como colaboradores, fornecedores, franqueados, clientes, pesquisadores e muita gente que está interessada em uma sociedade mais sustentável e mais bonita. No centro de nossa estratégia está a renovação de portfólio para entregar aos consumidores brasileiros e nos 15 outros países em que estamos presentes a certeza de que eles também estão reduzindo seus impactos.

Tudo isso só é possível porque mantemos um olhar integrado – e atento – para a sustentabilidade, seja em nossos negócios ou por meio da atuação consistente da Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza e do Instituto Grupo Boticário. O valor gerado para a sociedade aqui não pode ser medido usando as mesmas métricas dos resultados econômicos, pois a conservação da vida e o desenvolvimento social são benefícios em si, que podem ser usufruídos por todos, não apenas por nós como empresa nem apenas por nossos consumidores.

Sabemos que é dentro de nossos muros que tudo começa. Investir na ecoeficiência de processos operacionais é importante, mas esse investimento deve ser orientado para a redução do impacto durante e após o consumo. A esse olhar voltado para a sustentabilidade se soma a atitude, a vontade de fazer diferente, entregando produtos seguros e de qualidade, que sejam inovadores em tudo – das matérias-primas aos pontos de venda – e que aumentem a qualidade de vida dos consumidores, por meio de experiências positivas.

ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO Boticário
ECOEFIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO Boticário

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



NOSSO DESEMPENHO

Para nós, tão importante quanto o resultado é a forma como ele é gerado. O segredo de nossos resultados positivos, ano após ano, é que nunca valorizamos mais as metas que os projetos. Sempre levamos em conta o que é mais relevante para as pessoas. Assim como investimos nas melhores formulações para nossos produtos, apuramos os melhores ingredientes. E essa receita fazemos questão de compartilhar: nos pautamos por foco no desenvolvimento de pessoas, na colaboração, no valor do domínio técnico, no reconhecimento e promoção das singularidades, na ampliação da visão de negócios, na simplificação, no espírito de liderança por propósito, e na busca diária por inovação, sempre com foco no cliente.

As perspectivas de desempenho econômico para 2018 eram positivas, mas o resultado apurado ao fim de 12 meses atingiu marcas acima do esperado. Fechamos o ano com um incremento do faturamento líquido na ordem de 7%, mais do que o dobro do mercado de beleza e cosméticos – destaque maior para um ano marcado por greves, eleições e eventos esportivos mundiais, que impactam o calendário do comércio. O segmento de cosmetologia e higiene pessoal tinha previsão de crescimento de 1,5% e atingiu 2,77%. Um saldo positivo face a outras indústrias, mas que ainda está sendo direcionado a cobrir perdas da crise econômica de 2015-2016.

2018

7%
crescimento

335
milhões

R\$ 13,2 bilhões
em faturamento



ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



Em termos absolutos, atingimos a marca de R\$ 13,2 bilhões em faturamento. Quando somado ao resultado da Vult, adquirida em abril de 2018, esse valor chega a R\$ 13,7 bilhões.

Para 2019, a expectativa é que os resultados de 2018 possam ser repetidos. Acreditando neste cenário de crescimento, o Grupo Boticário vai investir R\$ 300 milhões em 2019, dos quais R\$ 100 milhões serão destinados à expansão de capacidade de duas fábricas em Camaçari (BA) e São José dos Pinhais (PR) e à abertura de um quarto centro de distribuição em Varginha (MG), que deve gerar 250 postos de trabalho.

Nosso bom desempenho econômico tem permitido incremento na destinação de recursos financeiros para o investimento social privado, na medida em que este é proporcional à receita. Temos um compromisso de destinar 1% da receita líquida consolidada em iniciativas de sustentabilidade, da Fundação e do Instituto Grupo Boticário.

Outro fruto colhido por esse resultado expressivo é a geração de empregos. Nossa força de trabalho aumentou, e estamos indo em curva oposta ao triste mapa do desemprego no Brasil, que mostra que o número de pessoas sem trabalho e renda quase duplicou entre 2012 e 2018. No mesmo período, em que ampliamos nossos investimentos em uma estratégia multimarca e multicanal, nosso público interno quase dobrou. Hoje somos cerca de 12 mil colaboradores diretos nas empresas do Grupo Boticário, todos preocupados em transformar o mundo ao nosso redor por meio da beleza.

O esforço desse grupo não está apenas em ampliar o volume de operações, mas em qualificar essa entrega. Chegamos a incríveis 335 milhões de itens produzidos, mas chamamos atenção para a ampliação de portfólio, passando de 2.400 itens diferentes, em 2011, para 6.800, em 2018. Isso exige uma escuta ativa da manifestação de necessidades do consumidor e muita pesquisa e desenvolvimento.

Ampliamos nossos investimentos em uma estratégia multimarca e multicanal

2018

INVESTIMENTOS:

R\$ **300** milhões
em investimentos

R\$ **100** milhões
serão destinados à expansão
de capacidade de nossas fábricas

250
novos postos de trabalho

ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



Sem fronteiras



Durante o ano, tivemos ainda mais foco na maximização da atuação em nossos canais proprietários. Foram inaugurados 81 novos pontos de venda e a expectativa é que, em 2019, outros 50 sejam abertos. Com a chegada de Vult ao Grupo, agregamos outros 35 mil pontos de venda em farmácias e redes de varejo diversas.

A atuação internacional obteve especial atenção. Agora estamos presentes em 15 países, além do Brasil. Estamos realizando o sonho de levar as marcas do Grupo Boticário bem mais longe, e isso começa por estudos de mercado e muita experimentação. Algumas dessas iniciativas renderam *insights* necessários ao planejamento de nossa expansão.

Apresentamos a linha Nativa SPA até em Las Vegas, com presença na feira Cosmoprof International Beauty Fair. Nativa SPA também está presente no varejo especializado no Panamá, país que é *hub* internacional, e, assim, conseguimos impactar consumidores de muitas nacionalidades diferentes. A escolha da linha é estratégica, pois, além de querida no mercado, Nativa SPA é rica em atributos de sustentabilidade, tanto na seleção de matérias-primas e formulação como nos processos produtivos e embalagem e, por meio de seus produtos para corpo e cabelos, transmitimos essa mensagem.

O Oriente Médio também está em nosso mapa de atuação. Inauguramos, em 2018, duas lojas O Boticário em Dubai, uma delas no maior shopping do mundo, Dubai Mall, que é uma grande vitrine para a marca. Por lá, aprendemos que Malbec Signature e Lily são os itens mais vendidos. Como parte dos planos de expansão desta região do globo, assinamos uma carta de intenções com parceiro local na Arábia Saudita, e este projeto está em estágio de estudo de viabilidade comercial.

Em Portugal, *quem disse, berenice?* se consolida como uma das principais marcas de maquiagem do país, e O Boticário é reconhecida como melhor empresa em venda por catálogo na categoria Perfumaria e Cosméticos. Na América Latina, ampliamos nossa atuação para a Bolívia, com a abertura de duas lojas em Santa Cruz de la Sierra.

Para construir relacionamento com públicos internacionais, investimos em conteúdo e segmentação de veiculação para outras geografias. Nessas comunicações, majoritariamente via site e mídias sociais, escolhemos fortalecer este diálogo sobre nossa atuação em sustentabilidade. No Dia Mundial de Proteção ao Animal, nossa mensagem atingiu mais de 20 mil pessoas em Portugal e nos Estados Unidos.

ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS

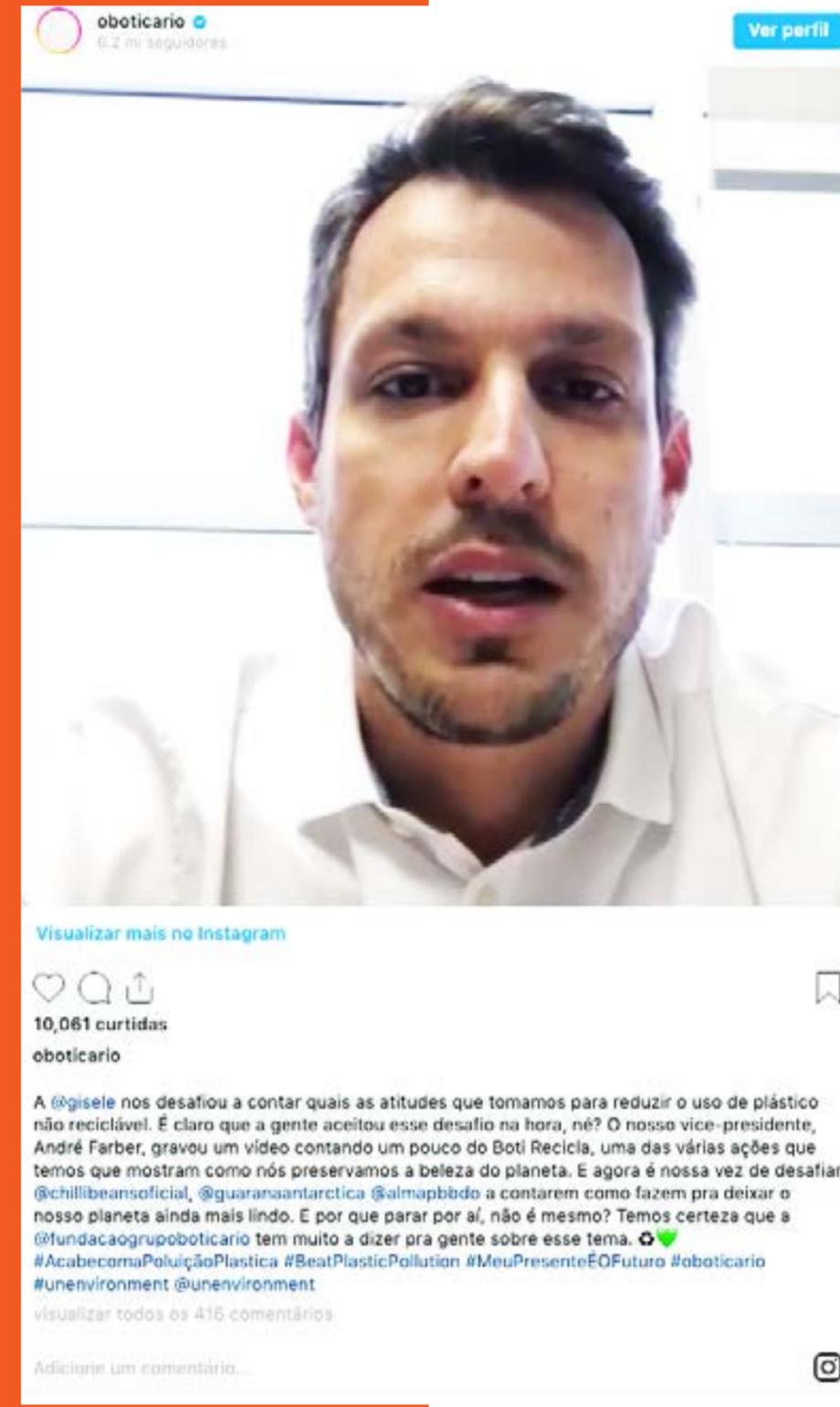


Aceitamos o desafio da Gisele Bündchen!

No Dia Mundial do Meio Ambiente, celebrado em 5 de junho, fomos convocados pela modelo Gisele Bündchen a ajudar a acabar com a poluição plástica no mundo. A campanha, iniciativa da ONU Meio Ambiente em 2018, tem o objetivo de convencer as pessoas a substituírem plásticos por itens reutilizáveis.

Marcado nas redes sociais por Gisele, o vice-presidente de O Boticário, André Farber, postou um vídeo na página da marca no Facebook contando um pouco do projeto Boti Recicla, iniciativa de logística reversa que permite que embalagens plásticas pós-consumo de nossos produtos sejam adequadamente recicladas e reaproveitadas em nossa cadeia.

#acabecomapoluiçãooplástica



ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



O QUE ENTENDEMOS POR INOVAÇÃO

Para o Grupo Boticário, a beleza de ser humano é evoluir. Queremos conhecer, escutar, entender e sentir o outro. Em um mundo dominado por códigos, algoritmos e novas tecnologias, queremos envolver profundamente o que há de mais humano. Cada vez mais, queremos ser humanos. Isso, para a gente, é inovar. Nós acreditamos que não estamos promovendo uma transformação da indústria, mas uma transformação das pessoas.

Desde a fundação do Grupo Boticário e do estabelecimento de uma estratégia multimarcas, há quase uma década, diversificamos nosso portfólio e quase triplicamos a variedade de itens desenvolvidos. Comprometidos em entregar valor em cada frasco, atingimos a marca de 77% dos 1.108 novos produtos com atributos de sustentabilidade em fórmula, processos e/ou embalagem. Até 2024, temos uma meta de ter em nossas marcas 100% dos novos produtos com atributos de sustentabilidade e com impacto menor ou igual às fórmulas de referência; além de 50% de todos os projetos de pesquisa relacionados ao tema. E a única forma de cumprirmos este compromisso é por meio da inovação. E inovação começa nas pessoas.

Nosso Centro de Pesquisa e Desenvolvimento é um dos mais modernos do mundo na indústria de cosméticos, com capacidade para desenvolver dois mil produtos simultaneamente. Em 2018, 37% da nossa receita veio de Inovação, que recebe investimentos na ordem de 2,5% do nosso faturamento. Também dedicamos especial atenção no potencial que a pesquisa científica brasileira, desenvolvida em nossas universidades, pode trazer de valor para nosso negócio. Mantemos 331 parcerias com instituições de ensino e organizações. Da mesma forma, nossos mais de 300 colaboradores do Centro de P&D seguem publicando artigos científicos com os projetos desenvolvidos para o Grupo.

Um grande case de sucesso fruto de parcerias é o desenvolvimento da primeira fragrância do mundo a partir de inteligência artificial, fruto de pesquisa em conjunto com o fornecedor de fragrâncias Symrise e a IBM, como mostramos na próxima página.



ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



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**

Fragrância desenvolvida a partir de INTELIGÊNCIA Artificial

Desenvolvemos, em 2018, as primeiras fragrâncias do mundo feitas com ajuda de inteligência artificial. Os perfumistas de O Boticário utilizaram um sistema inédito de tecnologia, que ganhou o nome de Phylira – a inspiração veio da mitologia grega, em homenagem à deusa do perfume. As pesquisas foram realizadas em parceria com a IBM e a companhia alemã Symrise, que é uma das principais fornecedoras de fragrâncias da empresa.

O novo produto terá duas versões, e a previsão é que ele chegue ao mercado em 2019. A estratégia de marketing foi pensada para os consumidores da geração Y.

Para desenvolver as novas formulações, o “cérebro artificial” foi alimentado com milhões de dados envolvendo ingredientes, taxas de aceitação do consumidor, fórmulas e informações cruzadas sobre a história da perfumaria. O sistema de IA não possui limitações de combinações e as fragrâncias ganharam notas de especiarias, madeiras, frutas e flores, entre outros ingredientes.

Um dos ganhos no processo foi a redução no tempo de desenvolvimento dos produtos. Enquanto a média convencional de pesquisas pode levar até três anos, entre as centenas de testes olfativos e repetições de diversas combinações, a utilização da nova tecnologia possibilitou que esta etapa fosse encurtada para seis meses, o que permite que tanto os perfumistas quanto as equipes de pesquisa, desenvolvimento e de marketing tenham mais tempo para se dedicar às combinações finais da fragrância e aprimorar o produto final.

Clique na imagem para ver o video completo.

ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



Rumo à Indústria 4.0

A inovação não está presente apenas no que a gente faz, mas também em como a gente faz. Cada vez mais segmentos da economia estão adotando as premissas da Indústria 4.0 para se tornarem mais eficientes e competitivas. É um conceito de indústria que engloba as principais inovações tecnológicas dos campos de automação, descentralização da tomada de decisão por meio de sistemas, capacidade de operação em tempo real, ampla capacidade de rastreabilidade, aprimoramento de processos a partir de informações fornecidas pelas máquinas com o processamento de dados dos ciclos de trabalho, entre outras.

No Grupo Boticário, nos mantemos sempre atualizados em termos de tecnologia, mas fazemos isso do nosso jeito. Enxergamos a automatização de processos e meios de produção com foco em liberar as pessoas para tarefas mais inteligentes, estratégicas e criativas. As pessoas estão no centro de tudo o que a gente faz e seguem essenciais ao sucesso de nossos negócios.

Como no Grupo sempre se mexe em time que está ganhando, não nos furtamos em experimentar. Nossa Fábrica de Soluções, ligadas à área de TI, está focada em automatizar processos e transformar as papeladas em dados. Isso permitiu a formação de uma nova área na companhia, o Centro de Serviços Compartilhados. Ele já nasceu inovador, aperfeiçoando e automatizando as atividades transacionais para que os colaboradores possam aproveitar melhor o tempo e os esforços. A Fábrica de Soluções ensinou robôs a cuidarem de atividades repetitivas como cadastros, preenchimento de planilhas e parâmetros, cálculos e geração de relatórios, liberando o colaborador para fazer a análise crítica desses materiais e dar mais suporte ao negócio – isso é essencial para o próprio crescimento das pessoas enquanto profissionais, ampliando suas competências para um foco estratégico.

No Núcleo de Avaliação e Soluções Analíticas – NASA, em nosso Centro de Pesquisa & Desenvolvimento, a equipe de que cuida da testagem e do controle de qualidade de embalagens recebeu dois equipamentos de ponta que vão garantir acurácia dos testes realizados e reduzir margem de erro e de tempo de testagem.



ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



O primeiro é uma máquina tridimensional para medição de peças, o que proporciona essa garantia de precisão por meio de toque, força e *lasers*, que dão a medida exata da embalagem testada. Cada milímetro faz a diferença para evitar vazamentos de produtos, preservação do conteúdo e segurança no uso pelo consumidor. O segundo é um *scanner* que ajuda na digitalização das embalagens. Ele é portátil e gera com fidelidade a imagem de qualquer peça verificada. Depois, essa imagem é analisada pelos pesquisadores com a ajuda de um *software* 3D, que faz a simulação do encaixe de peças virtualmente. Essa automatização já liberou tempo dos pesquisadores para criar, inovar e aprender mais.

A inovação está presente também nos processos rápidos e eficientes de substituição de materiais controversos. Em 2018, conseguimos a eliminação de formaldeído e de tolueno, iniciada em 2017, e avanços na substituição do triclosan, que terá seu uso interrompido até 2020. Outra conquista é a cadeia certificada RSPO de Óleo de Palma.

Em embalagem, concluímos recentemente o planejamento e a aprovação de substituição completa de PVC.

Inovação é troca de ideias

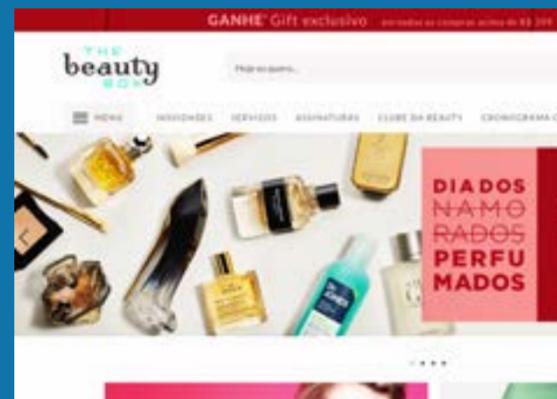


Cada marca do Grupo Boticário é um minilaboratório. Independentemente dos desafios e do modelo de gestão, em comum há o aprendizado, que pode e deve impactar o negócio e ser compartilhado, gerando valor para mais gente. Em *quem disse, berenice?*, a iniciativa Acelera, Berê estimula o envio de ideias pelos colaboradores e trata as sugestões em busca daquelas que têm potencial de teste. Hoje, são em média 15 projetos-piloto acontecendo e outros tantos já implementados, como a mudança de *layout* da loja. A equipe da marca também passou por imersão em uma aceleradora de startups. Observaram gestão de risco, vontade de inovar e de sair da zona de conforto.

Compre na loja online, retire na loja física



Mais que uma estratégia de negócio multimarca e multicanal para gerar resultados, uma experiência de compra do jeito que o consumidor deseja. Somos multicanal hoje pois as pessoas são multicanal. Além da forma tradicional de adquirir seus itens favoritos em lojas e quiosques próprios ou na rede de varejo, atendemos nosso consumidor por meio de consultoria em venda direta, com vendas pela internet, e com a compra online e a retirada em loja física. Mas nem todos os clientes optam por receber suas compras em casa. TheBeauty Box é a primeira marca de beleza brasileira com 100% de sua rede fazendo clique e retire (compra online e retira na loja). Cerca de 25% das vendas online já seguem o modelo clique e retire, com picos de acima de 50%. E mesmo com tantas opções, o relacionamento próximo com consumidores segue imbatível: o número de consultoras Eudora quadruplicou entre 2015 para 2018.



ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



DO JEITO QUE SÓ A GENTE FAZ

Seis marcas com características próprias, linhas de produtos únicos, mas com um DNA comum: atender desejos e necessidades de nossos consumidores com o menor impacto ambiental antes, durante e depois do uso. A beleza é a essência de tudo o que a gente faz e não podemos deixar de fazer bonito também em nossos negócios. Diante de um número tão superlativo de unidades produzidas, 335 milhões, mais de um item por brasileiro, dá para entender como a nossa responsabilidade é grande. Nossos milhões de consumidores podem ter a tranquilidade e conforto em levar para casa um produto de qualidade, que entrega os benefícios e o bem-estar que procuram, com reduzido impacto na natureza. Esse é o principal valor que temos a entregar.

É nosso papel como empresa fomentar os temas que achamos relevantes para o pleno desenvolvimento da sociedade, e o controle dos impactos ambientais é um deles. Temos cases de sucesso históricos nesta linha, como desenvolvimento e adoção da metodologia I.A.R.A. (Índice de Avaliação de Risco Ambiental) para controle de ecotoxicidade de enxaguáveis, criamos a pele 3D para simular a reação e os benefícios de nossos produtos na pele humana, realizamos testes *in vitro* e *in silico* para assegurar a performance e a segurança de nossos produtos. Desde 2000, não realizamos testes em animais e esse compromisso se materializa em 2018 com a conquista da certificação PETA Cruelty Free, e na sinalização ao consumidor do nosso portfólio de produtos veganos.

De forma institucional, usamos nossa força de mercado e nosso conhecimento da indústria para contribuir e melhorar o protocolo de fabricação de produtos orgânicos na cosmetologia, uma discussão que deve avançar rapidamente.

Rumo ao atingimento de nossas metas de sustentabilidade, superamos em 17% o número de novos produtos com atributos de sustentabilidade no portfólio de todas as marcas próprias, chegando a 77% de todos os desenvolvimentos, e queremos atingir a casa de 83% em 2019. Cerca de 37% das pesquisas realizadas em 2018 buscaram soluções para os produtos serem ainda mais sustentáveis. Para 2019, a meta é abranger 40% das pesquisas.

Alguns compromissos específicos incluem ter 63% de produtos com menor impacto na água (enxaguáveis) e 76% de produtos vendidos com material reciclado e/ou fonte renovável. Essas iniciativas nos rendem reconhecimentos, como o Prêmio ECO, ofertado pela Câmara Americana de Comércio (Amcham), na categoria Sustentabilidade em processos, com o case logística reversa e Malbec Club, que utiliza 35% de vidro reciclado em seu frasco, reutilizando mais de 180 toneladas de matéria-prima por ano.



2019

METAS:

83%
novos produtos
com atributos
de sustentabilidade

63%
produtos com menor
impacto na água

76%
produtos vendidos
com material
reciclado e/ou fonte
renovável

Loja Ânfora - beckers

Até 2024, serão reaproveitados na cadeia de produção de perfumaria cerca de 100 toneladas de vidros, que estão sendo transformados em peças decorativas nas lojas Ânfora. Isso equivale a 300 mil peças de New Acqua Frescas.



Malbec

Mais de 180 toneladas de vidro serão reutilizadas a cada ano na fabricação da linha Malbec Club, desenhada especialmente para ser fabricada com essa característica. Isso equivale a mais de 700 mil frascos de Malbec, a fragrância mais vendida do Brasil.

ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



SUSTENTÁVEL DESDE A FÓRMULA



Veganos

30%
do portfólio
de maquiagens



40%
dos produtos
da linha Nativa SPA

Workshop

Treinamento para fortalecer os conceitos internos de vegano, orgânico e natural, subsidiando as equipes de Marketing, P&D e Suprimentos



Embalagem Refil

Make B
Base Cushion
Pó Compacto

PVC free

Primeira fase de aquisição de acessórios do mercado mundial sem PVC

Make B

Menos papel **87%**
de todos os cartuchos são feitos com papel reciclado

Plástico vegetal na base líquida da linha



Mais produto, menos embalagem!

Nos blushes, aumentamos a quantidade de produto envasado, em relação à quantidade de embalagem, reduzindo em + de **60%** a quantidade de plástico e papel com relação ao produto embalado

Malbec Club Intenso



35% = +de **180** toneladas de vidro reciclado no frasco reutilizados por ano nesta linha

ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



SUSTENTÁVEL DESDE A FÓRMULA



quem disse, berenice?



Produtos
68%
dos produtos
com atributos de
sustentabilidade
em 2018



**Condicionador da linha
Siège Expert**
Embalagens com
plástico vegetal

Produtos
97%
dos produtos
com atributos de
sustentabilidade
em 2018



Primer para Olhos
Embalagem com
plástico vegetal



Ecoglitter
Desenvolvimento de produtos
de maquiagem, corpo
e cabelo com brilho sem
uso de microesferas plásticas



Papel reciclado
Cartuchos de todos os
itens de maquiagem dos
projetos de inovação de
2018 foram desenvolvidos
com papel reciclado



Batom líptint
Cartucho
desenvolvido com
papel reciclado

ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS

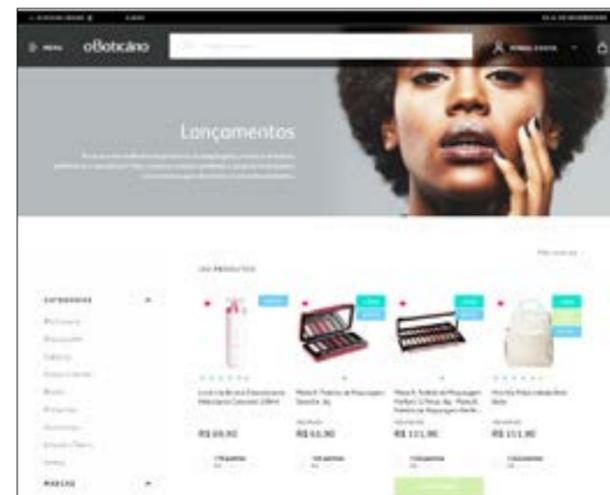
Se tem sustentabilidade, vamos comunicar

À medida que consolidamos diversos projetos de melhorias e conquistamos resultados expressivos, nos aproximando das metas de sustentabilidade estabelecidas para 2024, começamos a engajar ainda mais nossos colaboradores e clientes, além de outros públicos, para o tema.

A pesquisa de reputação e materialidade que realizamos a cada dois anos mostra que há oportunidade de ganharmos mais reconhecimento do consumidor em relação a estas práticas que já geram valor para a sociedade e reduzem nossos impactos sobre o meio ambiente. O consumidor hoje é mais cidadão, atuante, quer ter protagonismo e entender se as empresas têm uma causa. Envolver as pessoas que usam diariamente nossos produtos, que são fiéis às nossas marcas, é incluí-las nessa onda de transformação que queremos provocar.

Para preparar nosso time para falar de sustentabilidade de maneira clara e segura, criamos a **Sustenpedia**, uma ferramenta para as áreas de Marketing e Comunicação se familiarizarem com todos os conceitos de forma colaborativa. Quem aprende uma coisa nova pode compartilhar com os colegas por lá.

Em 2018, também atualizamos nossas Diretrizes de sustentabilidade para o PDV e estruturamos nosso primeiro Guia de Eventos Sustentáveis, dando direcionadores adequados para realização de eventos de todos os portes.



O Boticário

Intensificou sua comunicação por meio de uma estratégia igual a do nosso negócio, multicanal: publicou cases de sustentabilidade em todos os seus canais de relacionamento, a Loja de Bolsa, Mídias Sociais, Site e Loja virtual, Portal do Revendedor, Revista do Revendedor, *E-commerce* e nos Treinamentos.



Eudora

Comunicação do programa de retorno de embalagens Chega Lá e Recicla nos Espaços da Representante e nos principais canais de comunicação para as representantes da marca. A mensagem também foi reforçada nas sacolas de compras dos pontos de venda e nos e-mails marketing. Sustentabilidade foi tema em plenária, ativações e pontos de contato do Encontro Nacional da Força de Vendas de Eudora.



quem disse, berenice?

Reforço de conteúdos de sustentabilidade na convenção da marca e no canal de Facebook Adoro, destinado à força de vendas, com direito à realização de um Desafio da Sustentabilidade. Divulgação do programa de recolhimento de embalagens Retorna Berê nos e-mails marketing enviados aos clientes, nas redes sociais, nos vídeos do canal Apê da Berê, no Youtube, e nas sacolas de compras dos pontos de venda.



The Beauty Box

Intensificou a comunicação sobre o programa de recolhimento de embalagens Sustenta+Beauty nas redes sociais e no envio de *newsletter* e e-mail marketing para sua base de consumidores. Sustentabilidade foi um tema abordado na convenção da marca para o time de vendas.



A CONSERVAÇÃO DA NATUREZA É NOSSA CAUSA

NÓS E O MEIO AMBIENTE

FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO

ECOEFICIÊNCIA:
SUSTENTABILIDADE A PARTIR DA ESTRUTURA

CONSTRUÇÕES MAIS VERDES

LOGÍSTICA REVERSA

GESTÃO DE RESÍDUOS

ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



NÓS E O MEIO AMBIENTE

**Mais que um
compromisso,
a conservação
é a nossa causa**

Conservar o meio ambiente é muito mais do que um compromisso do Grupo Boticário: é a nossa causa. Por isso, trabalhamos para reduzir ao máximo o impacto de nossa produção sobre os recursos naturais ao mesmo tempo em que, por meio da Fundação Grupo Boticário, atuamos como o maior agente privado de conservação de áreas verdes do Brasil.

Para alcançar esses objetivos, atuamos com a mesma atitude empreendedora e inovadora com que fazemos negócios, seja nos investimentos com recursos financeiros ou humanos, com nosso poder de articulação e mobilização do setor em que estamos inseridos, ou dando suporte a iniciativas alinhadas com a nossa causa.

Desta forma, todas as nossas iniciativas estão interconectadas, como num ecossistema. Por isso, faz tanto sentido mantermos nosso investimento social mais duradouro, a Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza. Embora a instituição opere de forma absolutamente independente e tenha sua própria agenda, é ali que começam as atitudes e realizações que mantêm viva a nossa causa – a conservação da natureza. E essa causa tem continuidade e materialidade em nossos processos industriais, na pesquisa e na inovação, nas linhas de produtos com ciclo de vida adequado, e por toda a cadeia de valor até a promoção de meios de descarte ambientalmente corretos nos quais engajamos nossos consumidores.

Nos últimos anos, temos avançado na estratégia traçada em 2012, que se mostra bastante resiliente. É cada vez mais consistente o engajamento dos *stakeholders* que nos ajudam a atingir nossas metas e a reduzir nossos impactos em toda a cadeia, até o período de corte de reavaliação, 2024. Apoiada em quatro áreas principais – matérias-primas e embalagens, logística reversa, canais de venda e ecoeficiência –, a estratégia dialoga com os valores do Grupo e suas políticas, especialmente a de Investimento Social Privado.

ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

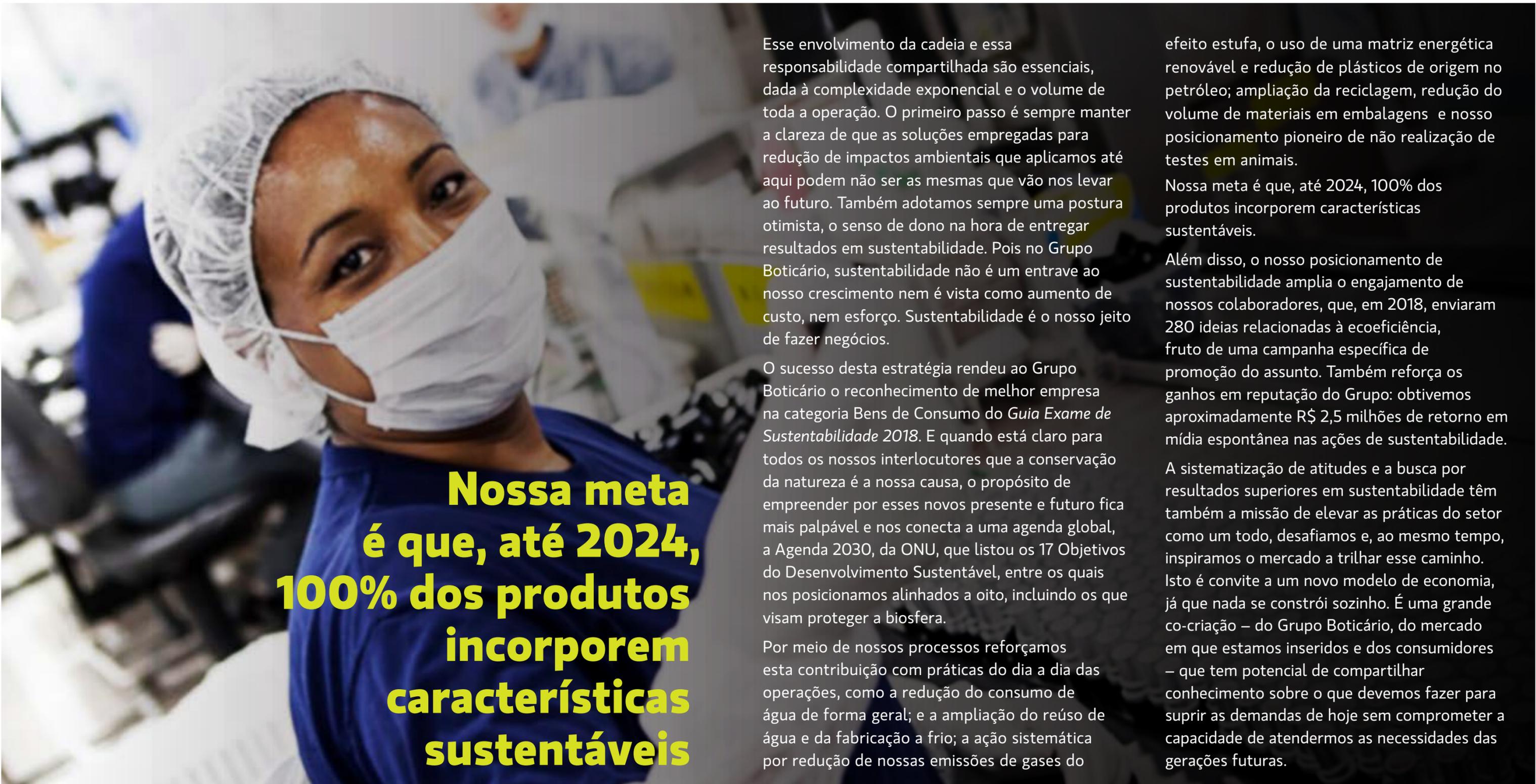
NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



Nossa meta é que, até 2024, 100% dos produtos incorporem características sustentáveis

Esse envolvimento da cadeia e essa responsabilidade compartilhada são essenciais, dada à complexidade exponencial e o volume de toda a operação. O primeiro passo é sempre manter a clareza de que as soluções empregadas para redução de impactos ambientais que aplicamos até aqui podem não ser as mesmas que vão nos levar ao futuro. Também adotamos sempre uma postura otimista, o senso de dono na hora de entregar resultados em sustentabilidade. Pois no Grupo Boticário, sustentabilidade não é um entrave ao nosso crescimento nem é vista como aumento de custo, nem esforço. Sustentabilidade é o nosso jeito de fazer negócios.

O sucesso desta estratégia rendeu ao Grupo Boticário o reconhecimento de melhor empresa na categoria Bens de Consumo do *Guia Exame de Sustentabilidade 2018*. E quando está claro para todos os nossos interlocutores que a conservação da natureza é a nossa causa, o propósito de empreender por esses novos presente e futuro fica mais palpável e nos conecta a uma agenda global, a Agenda 2030, da ONU, que listou os 17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável, entre os quais nos posicionamos alinhados a oito, incluindo os que visam proteger a biosfera.

Por meio de nossos processos reforçamos esta contribuição com práticas do dia a dia das operações, como a redução do consumo de água de forma geral; e a ampliação do reúso de água e da fabricação a frio; a ação sistemática por redução de nossas emissões de gases do

efeito estufa, o uso de uma matriz energética renovável e redução de plásticos de origem no petróleo; ampliação da reciclagem, redução do volume de materiais em embalagens e nosso posicionamento pioneiro de não realização de testes em animais.

Nossa meta é que, até 2024, 100% dos produtos incorporem características sustentáveis.

Além disso, o nosso posicionamento de sustentabilidade amplia o engajamento de nossos colaboradores, que, em 2018, enviaram 280 ideias relacionadas à ecoeficiência, fruto de uma campanha específica de promoção do assunto. Também reforça os ganhos em reputação do Grupo: obtivemos aproximadamente R\$ 2,5 milhões de retorno em mídia espontânea nas ações de sustentabilidade.

A sistematização de atitudes e a busca por resultados superiores em sustentabilidade têm também a missão de elevar as práticas do setor como um todo, desafiamos e, ao mesmo tempo, inspiramos o mercado a trilhar esse caminho. Isto é convite a um novo modelo de economia, já que nada se constrói sozinho. É uma grande co-criação – do Grupo Boticário, do mercado em que estamos inseridos e dos consumidores – que tem potencial de compartilhar conhecimento sobre o que devemos fazer para suprir as demandas de hoje sem comprometer a capacidade de atendermos as necessidades das gerações futuras.

ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



Nossos índices

O principal indicador proporcionado pela estratégia de atuação do Grupo Boticário é o Índice de Sustentabilidade, uma ferramenta interna que mede a evolução das práticas e dos processos. Os critérios são definidos com base nos temas materiais do Grupo. O Índice, além de possibilitar a visualização do nosso desempenho ao longo do tempo, usa informações públicas para posicionar os resultados do Grupo Boticário diante do setor de Beleza e Perfumaria. Evoluímos 2,75 pontos, atingindo a marca de 85,68 num total de 100 pontos.

A evolução neste índice nos permite direcionar melhor investimentos e esforços internos e tomar decisões mais balizadas, como reduzir a quantidade de papel usado em nossas embalagens, ampliar nossa taxa de reciclabilidade, otimizar nosso consumo energético, diminuir nossas emissões e desenvolver o maior programa de logística reversa do Brasil em pontos de coleta.

O índice é formado por quatro pilares: Gestão e Transparência das informações (peso 20), Incorporação da sustentabilidade nos negócios (peso 30), Capilaridade da atuação em sustentabilidade (peso 20) e Reputação/expressão em sustentabilidade (peso 30). Cada pilar contém diversos itens com o objetivo de avaliar a penetração da sustentabilidade na atuação do Grupo. Apurar anualmente esses resultados nos permite identificar riscos e oportunidades.



Sustentabilidade engaja clientes

As estratégias de engajamento com o consumidor para os temas de sustentabilidade estão em constante atualização. Uma pesquisa feita entre clientes da quem disse, berenice? apontou que 98% das entrevistadas passaram a ver a marca de outra forma após a campanha de devolução de embalagens vazias. Já em O Boticário, o consumidor identifica facilmente estes atributos em Cuide-se Bem e Nativa SPA, que possuem ganho de sustentabilidade em toda linha. Em todas as marcas, os clientes respondem bastante bem às práticas de retorno das embalagens em loja e à divulgação da ação de logística reversa, com ampla abrangência.

ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

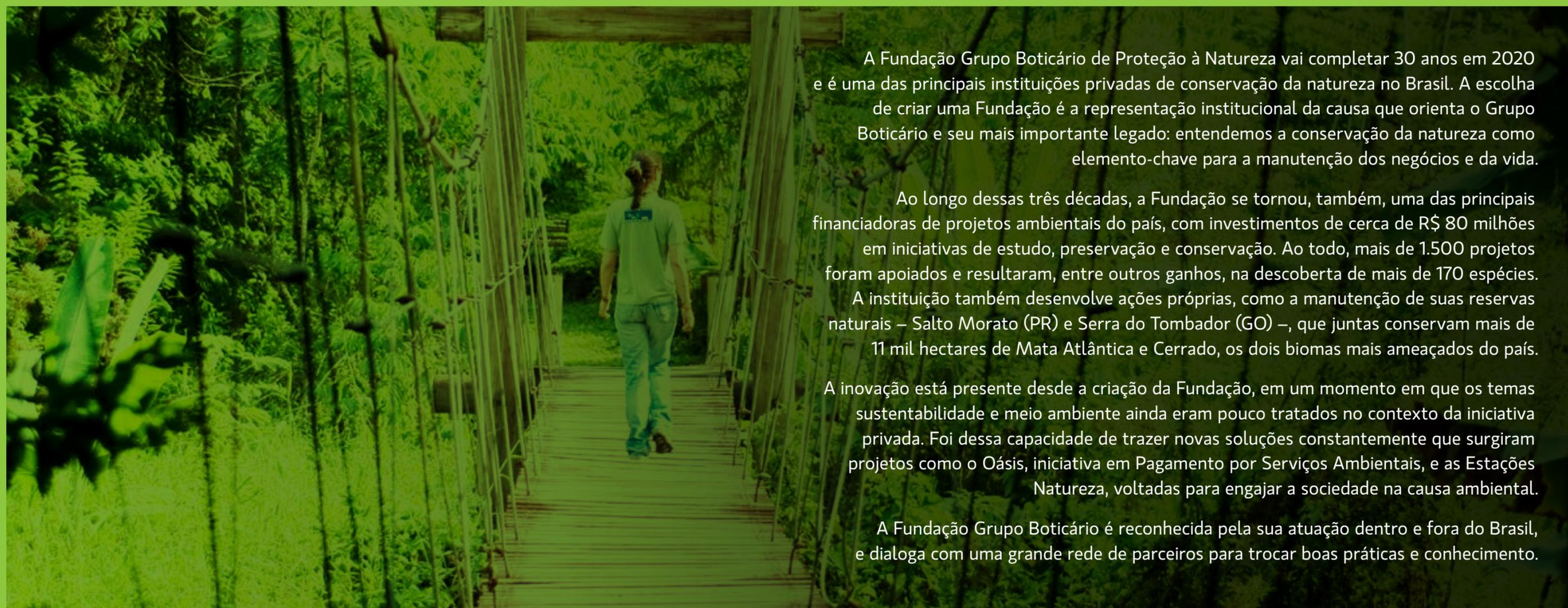
ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



Fundação GrupoBoticário



de proteção à natureza



A Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza vai completar 30 anos em 2020 e é uma das principais instituições privadas de conservação da natureza no Brasil. A escolha de criar uma Fundação é a representação institucional da causa que orienta o Grupo Boticário e seu mais importante legado: entendemos a conservação da natureza como elemento-chave para a manutenção dos negócios e da vida.

Ao longo dessas três décadas, a Fundação se tornou, também, uma das principais financiadoras de projetos ambientais do país, com investimentos de cerca de R\$ 80 milhões em iniciativas de estudo, preservação e conservação. Ao todo, mais de 1.500 projetos foram apoiados e resultaram, entre outros ganhos, na descoberta de mais de 170 espécies. A instituição também desenvolve ações próprias, como a manutenção de suas reservas naturais – Salto Morato (PR) e Serra do Tombador (GO) –, que juntas conservam mais de 11 mil hectares de Mata Atlântica e Cerrado, os dois biomas mais ameaçados do país.

A inovação está presente desde a criação da Fundação, em um momento em que os temas sustentabilidade e meio ambiente ainda eram pouco tratados no contexto da iniciativa privada. Foi dessa capacidade de trazer novas soluções constantemente que surgiram projetos como o Oásis, iniciativa em Pagamento por Serviços Ambientais, e as Estações Natureza, voltadas para engajar a sociedade na causa ambiental.

A Fundação Grupo Boticário é reconhecida pela sua atuação dentro e fora do Brasil, e dialoga com uma grande rede de parceiros para trocar boas práticas e conhecimento.

ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS

Novo plano estratégico

A partir de 2019, a Fundação Grupo Boticário dará início a um novo mapa estratégico, com metas até 2023. A prioridade passa a ser em ações escaláveis, de grande impacto, materializadas por meio alguns focos de atuação da instituição: engajamento, soluções inovadoras/baseadas na natureza e negócios de impacto positivo para o meio ambiente. Essa escolha revela a sinergia de propósito entre a Fundação e o Grupo. Com este novo plano estratégico, o trabalho da Fundação passa a ser orientado por três eixos:

Inovação: Soluções e modelos inovadores de conservação.

Influência: Subsidiar e qualificar a tomada de decisões.

Economia: apoiar o desenvolvimento de negócios de impacto baseados na conservação da natureza.

Outra definição estratégica da Fundação é que um dos temas principais para os próximos cinco anos será a água, com grande prioridade para a mobilização social e forte impacto de contribuição na Agenda 2030. É seu papel preservar o futuro e atuar, no presente, para influenciar a criação de políticas públicas em prol do meio ambiente, além de ampliar o esforço de gestão do capital natural de parceiros por meio de projetos de impacto. Por isso, a Fundação se vê, de maneira direta, alinhada aos ODS 6 (Água potável e saneamento), 13 (Ação contra a mudança global do clima), 14 (Vida na água) e 15 (Vida terrestre).

Encontro de pessoas pelo planeta

O Congresso Brasileiro de Unidades de Conservação (CBUC), organizado pela Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza, teve sua nona edição realizada entre 31 de julho e 2 de agosto de 2018. O evento, um dos mais importantes da América Latina sobre a conservação da natureza, reuniu renomados especialistas do Brasil e do mundo em uma intensa troca sobre inovação, tecnologia, sustentabilidade, diversidade e colaboração.

Nesta edição, além dos temas técnicos, a programação aproximou a conservação da natureza do dia a dia das pessoas. Entre os destaques, a relação da natureza com a saúde, a economia e a arte. Convidados, como o ator Juliano Cazarré e o cantor Lenine, falaram da natureza como fonte de inspiração.

O CBUC é um evento totalmente sustentável e reuniu mais de 1.200 participantes, dos mais variados setores.



ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO Boticário
ECOEFICIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO Boticário

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



Engajando hoje as gerações futuras

Um dos projetos de educação e engajamento da Fundação Grupo Boticário, a Coleção Meu Ambiente leva a conservação da natureza às escolas públicas de diversos municípios, com o objetivo de sensibilizar professores e alunos. A iniciativa consiste na distribuição de livros paradidáticos para alunos e educadores do Ensino Fundamental, com a parceria do Sistema Educacional Família e Escola (SEFE) na supervisão pedagógica.

Até 2019, serão 9 edições e 18 livros com conteúdo sobre conservação da natureza, com temas para cada série:



1º ano – Conservação da natureza

2º ano – Seres Vivos

3º ano – Planeta Azul

**4º ano – Biomas brasileiros:
Amazônia, Mata Atlântica e Cerrado**

**5º ano – Biomas brasileiros:
Pantanal, Pampa e Caatinga**

6º ano – Ecossistema marinho

7º ano – Mudanças climáticas

**8º ano – Futuros possíveis:
qualidade de vida, saúde e natureza**

9º ano – Almanaque da conservação

Prêmio Jovem Cientista

Com patrocínio, pela primeira vez, da Fundação Grupo Boticário, o tradicional Prêmio Jovem Cientista, organizado pelo CNPq e pela Fundação Roberto Marinho, recebeu mais de 1.500 projetos, em três categorias, divididas por nível de escolaridade. Também foram entregues condecorações para uma cientista de destaque e para as instituições educacionais que mais apresentaram candidatos qualificados ao Prêmio Jovem Cientista. Confira o primeiro lugar de cada categoria:



Ensino médio:

Projeto: Desenvolvimento de um filme plástico biodegradável a partir do resíduo agroindustrial do maracujá.

Nome: Juliana Davoglio Estradioto, estudante

Instituição: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul

Ensino superior:

Projeto: Preservação da vegetação das matas de Dois Irmãos e do Engenho Uchôa, em Recife, como contribuição para conservação e desenvolvimento da comunidade de seu entorno.

Nome: Célio Henrique Rocha Moura, estudante de Arquitetura e Urbanismo

Instituição: Universidade Federal de Pernambuco

Mestrado e Doutorado:

Projeto: Modelo de recuperação de populações do peixe pirarucu na Amazônia para conservar a espécie e gerar renda para comunidades ribeirinhas.

Nome: João Vitor Campos e Silva
Instituição: Universidade Federal de Alagoas

ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



Projeto Araucária

Uma das iniciativas mais inovadoras e com alto impacto positivo na conservação da natureza desenvolvida pela Fundação Grupo Boticário é o Araucária+, que conta com a Fundação CERTI como parceira. Trata-se de um modelo de negócio de impacto com a lógica da conservação integrada, que harmoniza a inovação e a produção sustentável de pinhão e erva-mate à proteção da Floresta de Araucárias.

Os produtores rurais, com apoio do Araucária+, são conectados a um mercado diferenciado, formado por empresas que adotam estratégias de inovação e sustentabilidade em seus produtos e, por isso, demandam insumos de origem sustentável, com informação e rastreabilidade agregada. Para atender às exigências desses clientes, os produtores passam a adotar sistemas produtivos sustentáveis e recebem orientação técnica de estratégia de preço diferenciado para seus produtos.

Ao final de 2018, o Araucária+ contava com mais de 50 organizações envolvidas, entre empresas, startups, universidades, instituições governamentais e organizações da sociedade civil; mais de 80 produtores; 671 hectares de floresta conservada, entre o uso sustentável e o pagamento por serviços ambientais para conservação integral; e outros 262 hectares em processo de restauração.



Araucária+



**Desde a sua criação,
a iniciativa já
conquistou quatro
reconhecimentos**



Tecnologia Social
CERTIFICADA PELA
FUNDAÇÃO BANCO DO BRASIL

**Certificado pela Fundação
Banco do Brasil como
Tecnologia Social**



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

**Prêmio Von Martius
de Sustentabilidade**



**24º Prêmio
Expressão Ecológica**



**Certificado FATMA
de Gestão Ambiental**

ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



ECOEFICIÊNCIA: SUSTENTABILIDADE A PARTIR DA ESTRUTURA

Somos consumidores de recursos naturais em nossa produção – e sabemos que eles são finitos. Para garantir, ao mesmo tempo, a qualidade de nossos produtos e cumprir o compromisso que temos com a sociedade com o planeta, precisamos avançar no uso dos recursos naturais renováveis e, pelo exemplo, incentivar nossa cadeia de valor e outras empresas a fazer o mesmo. Com base em pesquisas, sabemos que mais de 70% dos consumidores têm consciência de que o consumo gera impacto.

Além de todo o trabalho promovido pela Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza, o desafio diário do nosso negócio é minimizar o impacto no meio ambiente e beneficiar mais todas as pessoas. Temos metas definidas para a redução do uso de recursos diretos para ampliar nossa ecoeficiência desde 2012, quando demos início ao capítulo da estratégia de sustentabilidade que nos orienta até 2024, para consumo de água, de energia, geração de resíduos e emissão de gases de efeito estufa. Para o triênio 2019-2021, foram mapeadas iniciativas de sustentabilidade em planos de áreas como as de Logística (43, ao todo) e Industrial (102, ao todo). Nossas metas e planos de ação são revisados anualmente, com base em *benchmarking* do setor e nos desafios que queremos alcançar.

Os indicadores são monitorados diariamente, com análises críticas mensais e reuniões trimestrais com a alta direção para avaliação e discussão do plano de ação.

TEMA	INDICADOR	META 2019	META 2024
Redução no consumo de água	m ³ /ton produzida	6,00	4,23
Aumento no reúso de água	% do total captado	24%	50%
Redução do consumo de energia	Wh/SKU*-- MWH/106 unidades produzidas	111,80	97,5
Aumento do uso de energia de fonte renovável	Participação na matriz energética	72%	100%
Aumento na geração própria de energia	Participação no total consumido	0%	20%
Redução na geração de resíduos	Gramas/SKU	22	16,3
Redução na emissão de gases do efeito estufa	Gramas de CO ₂ /SKU	12,60	10,5
Aumento de construções sustentáveis em lojas	Participação no total	17,7%	100%

*SKU: Sigla para Stock Keeping Unit e se refere aos tipos de produto com que uma empresa trabalha. Cada produto equivale a um SKU.



ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS

ÁGUA

A água é um matéria-prima essencial para o portfólio do Grupo Boticário. Nossa produção também depende dela para vários processos, como os de limpeza e resfriamento. Por isso, gestão da água é um dos principais indicadores de nossa estratégia de sustentabilidade e, em nosso programa de metas para 2024, conta com duas linhas de ação: redução do consumo médio por tonelada produzida para 6 metros cúbicos e aumento do reúso para 50% do total captado.

Em 2018, o volume de água captado pelo Grupo Boticário aumentou 9,5% em relação ao ano anterior, em grande parte em função do crescimento das operações, o que explica a dimensão do consumo em todas as unidades. Por outro lado, quando se analisa o volume consumido por tonelada produzida, houve reduções consideráveis na planta de Camaçari e no centro de distribuição de São Gonçalo dos Campos, ambos na Bahia, que indicam maior eficiência no processo. Cerca de 40% da água consumida nos centros de distribuição foi proveniente de água da chuva.

O reúso também aumentou em 2018. Foram reaproveitados 56.382 metros cúbicos de água (24% do total captado), 6,1% a mais em que 2017. Destaque para o centro de distribuição de Registro (SP), que aumentou o reúso em 11 pontos percentuais, passando de 33% para 42%. Já nas fábricas, um total de 21% da água consumida foi proveniente de reúso.

Total de água retirada por fonte

[303-1]

Unidade	Volume captado (m³)	Volume consumido por tonelada (m³/ton)	Volume captado (m³)	Volume consumido por tonelada (m³/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 (m³)	207.605	-	189.453	-

Volume e porcentagem de água reciclada (em m³)

[303-3]

UNIDADE	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	-



ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



ENERGIA

Nossas operações, como de toda a indústria, consomem intensivamente energia. Em função do impacto ambiental que a produção de energia pode provocar, especialmente em termos de emissão de gases de efeitos estufa oriundos de combustíveis fósseis, o Grupo Boticário tem o compromisso de, até 2024, reduzir o seu consumo e, ao mesmo tempo, tornar a sua matriz energética totalmente baseada em fontes renováveis. Uma terceira meta é relacionada à redução da dependência de terceiros, por meio da autogeração de energia. Até 2024, o Grupo quer que 20% do seu consumo sejam produzidos por meios próprios.

O consumo de energia de todas as nossas unidades é monitorado diariamente e, além da meta global, as áreas contam com objetivos específicos de redução de consumo e uso de fontes renováveis. Em 2018, por exemplo, o consumo de energia elétrica foi 21,7% menor do que em 2017.

Uma de nossas principais medidas para a economia energética tem sido a otimização e o aumento de eficiência de nossas plantas. Em Camaçari, a alteração realizada no sistema de climatização resultou em uma economia de 2.657.000 kWh/ano, o que equivale ao consumo médio de quase 17 mil residências por um mês inteiro. Outra linha de trabalho tem sido a substituição de lâmpadas convencionais por iluminação em LED. Em São José dos Pinhais, essa alteração proporcionou a redução de consumo de 171.639,36 kWh /ano, o que daria para abastecer cerca de mil casas por um mês.

Em relação à intensidade energética, isto é, a energia necessária para produzir uma determinada quantidade de nossos produtos, as unidades de São Gonçalo dos Campos e Camaçari apresentaram uma melhoria de eficiência de 28,8% e de 4%, respectivamente.

Matriz energética (em GJ)

[302-1]

COMBUSTÍVEL	UNIDADE	CONSUMO 2018
Diesel	São José dos Pinhais	645
	Registro	275
	São Gonçalo dos Campos	339
	TOTAL	1.259
Gás Natural	São José dos Pinhais	24.813
	Camaçari	16.269
	TOTAL	41.082
Energia elétrica	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/Fundação – Curitiba e Salto Morato	891
TOTAL	140.655	
TOTAL DA MATRIZ	182.996	

Taxa de intensidade energética (MWh por milhão de unidades produzidas)

[302-3]

UNIDADE	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 - Em 2018, não houve consumo de GLP em nenhuma de nossas unidades.

2 - Não há consumo de gasolina, etanol e de biodiesel em nenhuma das unidades do grupo.

Fabricação a frio para economizar energia

Entre as etapas que mais consomem energia elétrica na nossa produção de cosméticos, estão os processos de aquecimento e resfriamento, necessários por causa das características físicas e químicas de algumas de nossas matérias-primas. A fabricação e o envase a frio foram adotados há alguns anos para tornar essa etapa mais ecoeficiente e seguem estratégicos para a redução do consumo de energia.

Até agora, tivemos sucesso em modificar mais de 30 produtos, para que passassem a ter um processo a frio, dispensando o aquecimento dos reatores. Essa inovação resultou em uma redução média de 71% no tempo de fabricação, gerando eficiência operacional e reduzindo o consumo de recursos: 70% no consumo de energia elétrica, 15% no custo de transformação e 10% no custo de matérias-primas.

ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS

EMISSÕES

O Grupo Boticário acredita na influência das ações humanas sobre o volume de carbono presente da atmosfera e sabe que as mudanças climáticas decorrentes desse processo influenciam não apenas o nosso negócio, mas também a biodiversidade e as condições de vida de bilhões de pessoas mundo afora. A redução de emissões por todas as nações é essencial para se manter a elevação da temperatura no limite máximo de 2°C como preconizado pelo Acordo de Paris, assinado em 2015, do qual o Brasil é signatário.

Por isso, a empresa adota ações para reduzir suas emissões e contribuir no esforço de mitigar impactos negativos das mudanças climáticas. Nossas ações se estendem ao ciclo de vida de nossos produtos, da fabricação à destinação final, e a outros aspectos, como logística, pontos de venda e preservação de áreas florestais, por meio da Fundação Grupo Boticário.

Todos anos, o Grupo Boticário elabora seu inventário de emissões, por meio da ferramenta GHG Protocol, e torna públicos os principais resultados.

O total de emissões de CO₂ equivalente do Grupo Boticário teve um aumento de 8% em 2018, especialmente devido ao aumento da produção nas fábricas de Camaçari e São José dos Pinhais (PR). Os centros de distribuição, no entanto, reduziram suas emissões. Em São Gonçalo dos Campos, a redução foi de mais de 85%: de 174 tCO₂e para 25 tCO₂e.

Outro indicador importante é a intensidade das emissões de GEE por unidade operacional. Em 2018, reduzimos intensidade da emissão de carbono das unidades de Camaçari e de São Gonçalo dos Campos. Em Camaçari, a queda foi de 13,9 de toneladas de CO₂ equivalente emitidas para cada milhão de unidades produzidas, em 2017, para 11,5, em 2018, uma redução superior a 17%. Já em São Gonçalo dos Campos, a redução chegou a quase 93%, caindo de 1,4 tonelada por milhão de unidades, em 2017, para 0,1 quilos por milhão de unidades transportadas em 2018.

Total de emissões de GEE por unidade operacional (em tCO₂e)

[305-1]

UNIDADE	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

Intensidade das emissões de GEE por unidade operacional (tCO₂e/10⁶un.produzidas)

[305-4]

UNIDADE	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 emissões e emissões por tonelada transportada 2018 (tCO₂e)

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

***Escopo 1:** Emissões diretas provenientes de operações próprias ou controladas pela organização

** **Escopo 2:** Emissões indiretas provenientes da aquisição de energia na forma de eletricidade ou vapor consumidos dentro da organização

*** **Escopo 3:** Todas as emissões indiretas (não incluídas no Escopo 2) que ocorrem fora da organização, inclusive emissões a montante e a jusante

Plástico vegetal reduz emissões de carbono

A adoção de embalagens de plástico vegetal, produzido a partir de cana-de-açúcar, em lugar da versão tradicional, derivada de petróleo, em linhas como Cuide-se Bem, Nativa SPA, Siège e Malbec, está ajudando a reduzir nossas emissões. Atualmente, a nova linha de embalagens está evitando que, a cada quilo de plástico usado na produção, sejam lançados 4,95 quilos de CO₂ na atmosfera.

A linha Cuide-se Bem, por exemplo, conta com mais de 70% do portfólio feito com plástico vegetal em seus frascos e bisnagas, diminuindo o uso de plástico convencional em mais de 90 toneladas por ano.



ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



CONSTRUÇÕES MAIS VERDES

Uma das metas do Grupo Boticário é a de ter, até 2024, 100% de suas construções obedecendo às premissas de construção sustentável. São 51 premissas definidas para todas as obras e reformas dos sites do Grupo Boticário, baseadas nas principais certificações de sustentabilidade existentes no mercado. Além de ser pioneiro, com a primeira fábrica de cosméticos, o primeiro centro de distribuição das regiões Norte/Nordeste do Brasil e a primeira loja na categoria CI Retail (Customer Intelligence Retail, Inteligência do Cliente para Varejo) certificados com o selo LEED (Leadership in Energy and Environmental Design), que define critérios de uso eficiente de recursos como energia, água, materiais, entre outros, atendidos por um edifício.

O novo conceito também incorpora as indicações do selo Forest Stewardship Council (FSC), que verifica os cumprimentos de questões ambientais, econômicas e sociais em produtos florestais, como madeira e papel.

Entre as iniciativas para aumentar a ecoeficiência das nossas instalações, de todas as marcas, estão o uso de madeira certificada, que chega a 100% nas lojas; iluminação em LED, que já é de 100% em 21 lojas piloto; redução de impressão de peças com o uso de telas digitais – em média são 1.200 peças por loja a cada ano; práticas de redução de uso de energia que resultam em consumo 63% menor nas lojas Ânfora. Em Eudora, essa redução é de 33% nas novas lojas, que estão cada vez mais sustentáveis: todas possuem coletores de embalagens pós-consumo; contam com 90% dos *couvettes* (suporte) de maquiagem em MDF reciclável e certificado FSC; 100% de iluminação led e 100% de *videowall*, telas eletrônicas que evitam uso e descarte rotineiro de material impresso com informações ao consumidor.

O grupo conta com uma política interna que normatiza e dá orientações para novas construções e reformas.

São 51 premissas sustentáveis para todas as obras e reformas dos sites do Grupo Boticário

Até 2024
100%
de construções com padrões de sustentabilidade globais

100%
— madeira certificada nas lojas
— iluminação em LED em 21 lojas piloto

ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



LOJA ÂNFORA O BOTICÁRIO

Projetada em 2017 e implementada como piloto em 2018, a Loja Ânfora é um novo formato de ponto de venda que expressa a aposta da marca O Boticário na evolução do varejo. Nela, além de viver o espírito da marca, o público pode conhecer as principais tendências de varejo sustentável que estão sendo adotadas pelo Grupo Boticário. Já são cinco lojas adaptadas a este modelo. No futuro, os resultados de eficiência energética serão bem expressivos.

Nas lojas Ânfora, o mobiliário modular reduz a necessidade de obras e intervenções, o que resulta em menos resíduos; acrílico, aço, alumínio e chapas de MDF são usados em menor quantidade, reduzindo a pegada ambiental do espaço; toda a madeira usada na loja tem certificação FSC; a iluminação é 100% em LED e a economia total de energia em pontos de venda neste tipo de projeto chega a 63%.

A inovação também tem lugar neste novo modelo de loja. Elas funcionam como um laboratório de testes para materiais alternativos mais sustentáveis, entre eles, vidros reciclados a partir de ânforas coletadas em nossos programas de logística reversa, que se transformam em beakers decorativos com design vintage. Até 2024, serão reaproveitados na cadeia de produção de perfumaria e nestas peças cerca de 100 toneladas de vidros originados da reciclagem.

No *visual merchandising*, parte dos suportes, antes em papel e plástico, foi substituído por telas multimídia. Esta otimização, com a reutilização de material, evita a impressão 45 mil peças, 200 toneladas de CO₂ deixam de ser emitidas, 11 toneladas de papel e 5,9 milhões de litros de água são economizados.

As ações de logística reversa estão presentes por meio do espaço para recebimento de embalagens vazias do Programa Boti Recicla. As ecobags exclusivas das lojas Ânfora também são produzidas em material reciclado. Já as embalagens de plástico vazias e devolvidas por nossos consumidores são insumo para produção de luminárias. Tudo isso confirma e materializa e leva aos nossos clientes uma mensagem: nossa postura de manter uma cadeia circular.

No final de 2018, já havia lojas Ânfora no Rio de Janeiro, São Paulo, Curitiba, Salvador e Fortaleza.

Inovação em PDV

Lojas Ânforas

Fortaleza

Salvador

São Paulo

Rio de Janeiro

Curitiba



ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

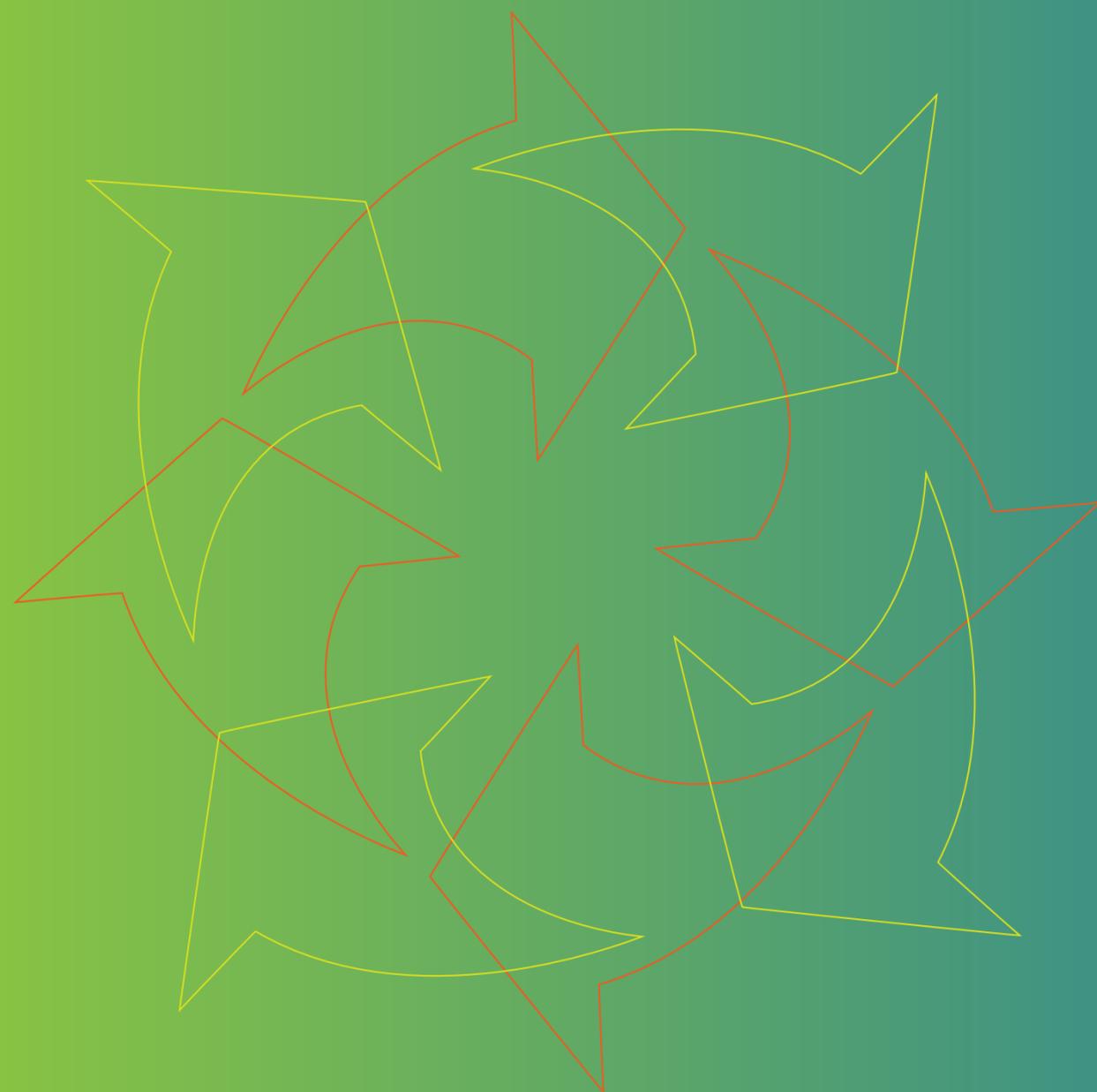
DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



LOGÍSTICA REVERSA



Para o Grupo Boticário, ser sustentável significa pensar em todo o ciclo de vida de seus produtos: das matérias-primas usadas na fabricação à destinação das nossas embalagens pós-consumo. Por isso, mantemos hoje o maior programa de logística reversa em pontos de coleta do Brasil.

Desde 2006, quando deu início ao projeto Bioconsciência, nas lojas de Curitiba, o Grupo Boticário vem aperfeiçoando as suas práticas de logística reversa. Em 2010, 100% dos pontos de venda já participavam da iniciativa. Nossas práticas se antecipam, portanto, à Política Nacional de Resíduos Sólidos, lançada naquele ano.

Em 2018, a maturidade do programa pode ser medida pelos resultados. Foram 33 cooperativas atuando na recepção e tratamento adequado do descarte e o engajamento das transportadoras parceiras, que recolhem os produtos das lojas e levam para as cooperativas.

O programa recebeu o Prêmio ABIHPEC Beleza Brasil pelo seu resultado na reciclagem de embalagens.



ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



#botirecicla

Como é:

Todas as lojas O Boticário contam com coletores de embalagens para descarte a qualquer época do ano. A iniciativa foi reforçada, em 2018, por quatro campanhas com ação promocional, em que trocas de embalagens vazias rendem cupons de descontos para compra de novos produtos, em vez da troca por itens específicos.

Engajamento:

Redes sociais, e-mails, relacionamento com a força de vendas.

Resultado:

Em uma das campanhas, por exemplo, foram gerados 11 mil cupons de trocas. As embalagens vazias foram recolhidas e parte delas, após reciclagem, virou matéria-prima para itens funcionais e de decoração da loja.



#Sustenta+Beauty

Como é:

Ação perene com incentivo de troca. A cada cinco embalagens de produtos da marca devolvidas, o consumidor leva um novo produto. Em 2018, durante três meses, seis lojas passaram a recolher também embalagens de outras marcas vendidas.

Engajamento:

Redes sociais, newsletters, e-mails marketing. Treinamentos presenciais com a força de vendas. O time de vendas da loja que mais recolheu embalagens foi reconhecido na convenção da marca.

Resultado:

Cerca de 1.500 trocas, um crescimento 20% no programa, e mais de 7 mil embalagens recolhidas.



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

Como é:

Todas as lojas e espaços da representante contam com coletor para descarte das embalagens. Em 2018, foi realizada uma campanha de três meses em 10 Espaços da Representante do Estado de São Paulo, com incentivo: a cada cinco embalagens devolvidas, a representante ganhava um brinde.

Engajamento:

Canais de comunicação e encontros presenciais com representantes e força de vendas. Ao final dos três meses de campanha, foi realizado o reconhecimento da equipe de vendas do Espaço da Representante que mais recolheu embalagens.

Resultado:

A campanha teve mais de 1.200 trocas e 6.500 embalagens recolhidas. Em pesquisa realizada com as representantes participantes, 97% afirmam que poder devolver as embalagens vazias mudou a visão sobre Eudora.

#retornaberê

Como é:

Acontece o ano todo. A cada cinco embalagens devolvidas, o cliente ganha um batom como incentivo de troca. A loja tem um coletor e é possível fazer descarte correto das embalagens mesmo sem participação na promoção.

Engajamento:

Redes sociais, e-mails e por relacionamento com a força de vendas.

Resultados:

Mais de 6.200 trocas com mais 30.000 embalagens recolhidas. Crescimento de aproximadamente 120% no programa.

ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO Boticário
ECOEFIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

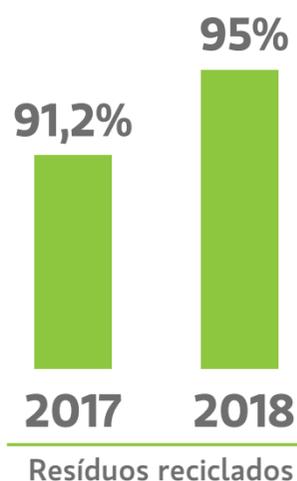
DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO Boticário

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



Tudo na vida tem um ciclo, e nossos produtos e os resíduos gerados por nossas operações também. Um grande esforço para reaproveitamento de materiais que seriam descartados é feito para que o mínimo possível seja enviado a aterros sanitários. A cada ano, somamos aos nossos processos tecnologias e boas práticas que nos permitem ampliar o percentual de resíduos reciclados. Em 2018, atingimos a marca de 95% de resíduos reciclados contra os pouco mais de 91,2% de 2017 e reduzimos a zero a incineração. Também alcançamos e ultrapassamos a meta de diminuir a geração de resíduos nas fábricas: o valor limite era de 21,98 toneladas de itens para cada milhão de toneladas de produtos produzidos, mas conseguimos ir além e baixar a marca um pouco mais, chegando a 21,19 toneladas de resíduos por milhão de toneladas produzidas.



Substituições inteligentes

Desenvolvemos, em 2018, o projeto Chutando o Balde, para eliminar o uso de baldes plásticos no processo de envase de batons na fábrica de maquiagem. Por uma questão de segurança e integridade dos produtos, os baldes não podiam ser reutilizados no mesmo processo e eram 100% destinados para reciclagem. Mas a intenção era evitar que novos vasilhames, feitos de plástico, fossem produzidos. Uma mudança no processo permitiu a troca por caixas plásticas de maior volume, forradas com filme plástico, que se tornou o único descarte no processo, uma vez que as caixas podem ser reutilizadas muitas vezes. A partir de maio de 2019, deixamos de usar 1.500 baldes por mês, evitando a geração de resíduos em oito toneladas por ano.

Outra ação que resultou em uma redução expressiva de material para reciclagem foi o projeto Caixa Única, que consiste na reutilização das caixas enviadas pelos fornecedores na nossa linha de produção até os centros de distribuição e lojas. O projeto que, até agora, envolve duas linhas de produtos de um mesmo fornecedor e, em 2018, evitou a geração de 120 toneladas de resíduos de papelão. Estamos em fase de testes para expandir o projeto a outras linhas de produtos e fornecedores.



Caixas reutilizáveis na fábrica de maquiagens

Volume e porcentagem de resíduos reciclados (em ton)

	2018	2017
Total de resíduos não perigosos (t)	6.392,63	5.424,95
Reciclagem (t)	6.099,17	4.950,84
% de reciclagem	95%	91,26%

Peso total de resíduos, por tipo e método de disposição

[306-2]

TIPOS	SJP	Camaçari	SGC	Registro
Não Perigosos				
Reutilização	-	-	-	-
Reciclagem	1.444,00	2.357,00	469,00	409,00
Coprocessamento	-	7,00	-	-
Aterro Industrial	143,26	75,00	38	34,64
TOTAL	1.587,26	2.439,00	507,00	443,64
Perigosos (t)				
Reutilização	93,7	22,52	-	-
Reciclagem	207	272,00	-	0,95
Coprocessamento	736	81,00	-	-
Aterro Industrial	2,56	-	-	-
Incineração	0	0	0	0
TOTAL	1.039,26	375,52	0	1,0

ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



Evitar o lixo em sua origem

A preocupação com resíduos de nossa atividade não se limita aos que são gerados por nossas unidades operacionais. Cuidar do ciclo de vida dos produtos e da destinação pós consumo mais adequada de suas embalagens, por meio do programa de logística reversa, e diminuir o impacto delas sobre o meio ambiente é um compromisso que se inicia na ecoeficiência dessas embalagens desde sua origem.

Para isso, não poupamos esforços em inovar. Nos frascos de Malbec Club Intenso, cerca de 35% do vidro usado na produção é reciclado, o que resulta na reutilização de mais de 180 toneladas de vidro por ano. E, no final de 2017, por exemplo, lançamos as embalagens em PET reciclado na linha Nativa SPA, fabricado a partir de garrafas como as de refrigerante. Em 2018, esse tipo de plástico também passou a ser usado em outras linhas, como Make B.

Outra inovação que tem trazido excelentes resultados é o uso de refil, um tipo de embalagem que consome menos plástico do que as embalagens comuns. Na linha Cuide-se Bem, essa economia chega a 69%. Os refis estão presentes em itens de uso contínuo, com impacto positivo ao longo do tempo: nas maquiagens *quem disse, berenice?* (pó compacto, base, sombra), em diferentes linhas de desodorante de O Boticário e Eudora, em loções hidratantes de Nativa SPA e sabonetes líquidos de Eudora.

Tirar a sustentabilidade do papel

Para diminuir o uso de papel nas embalagens, o Grupo Boticário aposta no papel reciclado e em novos formatos de caixas. Nas linhas Make B, por exemplo, atingimos 87% de todos os cartuchos (tipo de embalagem secundária), feitos com papel reciclado. Em *quem disse, berenice?*, os cartuchos de maquiagem lançados em 2018 também foram desenvolvidos com esse material, assim como em linhas de Eudora, como no caso do batom Liptint, do pó compacto, paleta de sombras e corretivo.

Na linha Floratta, um novo desenho das embalagens e mudanças na forma de transporte possibilitaram a redução de cerca de 50 toneladas de papel a cada ano. São 800 árvores que deixaram de ser cortadas. A iniciativa, além de economizar matéria-prima e recursos naturais, rendeu o prêmio ABRE de embalagens.





A BELEZA DE SER HUMANO

VIVER A DIVERSIDADE É A FORMA MAIS LEGÍTIMA
DE TRANSFORMAR O MUNDO AO NOSSO REDOR

NOSSA CADEIA É DE VALOR

INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO:
SUSTENTABILIDADE, NEGÓCIOS E DESENVOLVIMENTO SOCIAL

ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS

VIVER A DIVERSIDADE É A FORMA MAIS LEGÍTIMA DE TRANSFORMAR O MUNDO AO NOSSO REDOR

Nossas marcas falam com muitos consumidores, chegam a muitos lares. É por isso que a diversidade é tão importante para nós. Desde a composição das equipes, das fábricas à força de vendas, passando pela pauta de nossos pesquisadores, pelas metas de inclusão dos líderes e gestores das marcas, até as nossas campanhas publicitárias, refletimos a crença de que, sendo quem são, as pessoas são mais íntegras, produtivas, transparentes e felizes. Sabemos que diversidade precisa existir em nossos times para refletir a diversidade que representam as nossas marcas.

Entendemos que a sociedade brasileira está em um processo profundo de mudanças e que, cada vez mais, perfis diversos desejam com mais força se ver representados em produtos, campanhas e no atendimento. Investimos em pesquisas e estudos para elaborar itens que atendam um público cada vez mais amplo, exigente e ansioso para ter suas necessidades contempladas.

Visando à promoção da igualdade de oportunidades, mantemos entre nossos colaboradores das áreas de Sustentabilidade e Recursos Humanos pontos focais dedicados a promover a diversidade nas equipes.

Fortalecemos o comprometimento de nossas lideranças em promover a representatividade em nossas campanhas

publicitárias, catálogos e equipe de colaboradores. Porém, mais que gerar valor e impacto positivo na reputação e imagem de nossas marcas, a comunicação é o meio para compartilharmos, com todos os nossos públicos, aquilo que o Grupo Boticário realmente acredita: o poder da diversidade e a importância da representatividade. Nosso time atua de maneira engajada para expressar que, em nossa empresa, não existem barreiras.

Junto à nossa cadeia de valor, adotamos a visão de que nossos fornecedores precisam compartilhar desses preceitos. Entendemos que nosso papel é abrir caminhos para a inclusão de todos e todas. Promovemos, com isso, uma relação mais justa de comércio e estimulamos, nas outras empresas, a adoção de práticas mais sustentáveis e o desenvolvimento de atributos de diferenciação.

Por meio das ações do Instituto Grupo Boticário, promovemos o bem-estar social, ampliamos horizontes e alimentamos os sonhos de crianças, idosos e adolescentes beneficiados por projetos próprios ou incentivados, por meio de editais de fomento nas áreas de cultura, esportes e responsabilidade social.

Levamos exposições e atividades lúdicas às comunidades vizinhas de nossas unidades e, pela primeira vez, em 2018, promovemos cursos de qualificação dos conselheiros locais no município de Registro (SP).

Para entender como lidar com contextos singulares e atender os mais variados públicos, investimos em treinamentos e capacitações de colaboradores de todos os segmentos do Grupo. Em 2018, o total de horas dedicadas a treinamento cresceu aproximadamente 30%. Entre as categorias, a equipe operacional foi a que apresentou o maior aumento: seu total de tempo dedicado ao aprendizado praticamente triplicou. Além dos programas já existentes, aprimoramos o desenvolvimento dos futuros líderes, o programa de estágio e o de jovens aprendizes.



ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA
REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



Diversidade Frentes de atuação

GÊNERO

**Mulheres executivas
na Força de Vendas**
**Homens
na Força de Vendas**

ETNIAS

**Negros em cargos
administrativos, gestão,
força de vendas,
mkt e comunicação**

LGBTI+

**Ambiente amigável aos
colaboradores LGBTI+**
Força de Vendas

PCDS

**Inclusão além
das cotas**
Força de Vendas

OBJETIVO GERAL

Garantir inclusão e representatividade de diversidade no Grupo Boticário, suas forças de vendas e cadeia de valor.

ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



PORQUE A BELEZA ESTÁ EM CADA UM SER DO SEU JEITO

A evolução do tema diversidade, para além da equidade entre gêneros, decorre de um olhar mais amplo e estratégico – e nos conecta à amplitude de características e demandas que definem nossos colaboradores, fornecedores, comunidades e consumidores. No Grupo Boticário, além de um valor, diversidade está entre as competências pelas quais os gestores são avaliados.

Esse foi um dos motivos pelos quais desenvolvemos e aplicamos *workshops* presenciais para toda a alta liderança e para as áreas estratégicas da empresa, incluindo a multiplicação a partir de consultores externos, com atuação em diversidade reconhecida pelo mercado, como também por meio de multiplicadores internos.

Em complemento à atuação presencial, elaboramos um treinamento obrigatório para identificação e correção de vieses inconscientes, destinado a 100% da companhia.

Com versões específicas para colaboradores, gestores e forças de vendas, destacamos a importância do respeito, da acolhida e da equidade para todos os perfis, incluindo mulheres, negros, pessoas com deficiência e com diferentes idades, fenótipos, religiões, orientações sexuais e de gênero. Atualmente, a adesão está em cerca de 65% de colaboradores concluintes. O objetivo é minimizar tomada de decisão baseada em estereótipos e promover um ambiente mais justo.

Além do gênero, também passamos a monitorar a demografia, performance e dados de carreira de profissionais negros, sêniores e deficientes, em diferentes estruturas, áreas de negócio, marcas ou mesmo sites do Grupo Boticário. Para 2019, ampliaremos este monitoramento com a inclusão do público LGBTI+.

LINHA DO TEMPO

1ª franquia
de O Boticário Laura Oliveira

1980

1999

Programa
de Gestantes

Mesmos benefícios
para homens e mulheres

2012

2013

Frente de trabalho
para atuação em
equidade de gênero

Mulheres Trabalhadoras
que Amamentam
Ministério da Saúde

2014

2015

Assinatura WEPs
Redesenho: 50% de
Mulheres VPs
Movimento Mulher 360

Pró-Equidade de Gênero e Raça
Categoria Prata – Prêmio WEPs/BR
Licença Paternidade estendida
Doc. Precisamos falar com os homens?

2016

2017

Estratégia ampliada p/ D&I
Articulação na ONU Uruguai e EUA
Parceria com as plataformas globais
WeConnect e Integrare
Censo vinculado à pesquisa de Engajamento
Adesão à Aliança Toda Cor
Documentário no GNT/Globo Play

Selo Pró-Equidade 2017/18
EADs em vieses: 100% do GB
Apoio p/ampliação do perfil da FV
WS em diversidade p/ANs e UNs
Posicionamento das marcas

2018

2019

Aliança sem Estereótipos
Diversidade na cadeia
publicitária
Prêmio Diversidade Exame
Com Você Eu Jogo melhor

Ações e indicadores de diversidade

Como forma de promover a representatividade dentro e fora da empresa, investimos em treinamentos e ações internas afirmativas nos temas de equidade de gênero, acessibilidade, inclusão étnico-racial, orientação sexual e acessibilidade. Também avaliamos o tema na pesquisa de engajamento, estabelecemos metas de compras com fornecedores que observam a diversidade em suas políticas e organizamos uma avaliação dos fornecedores sobre o tema.

Participamos de pesquisas externas sobre o tema e firmamos parcerias com organizações focadas na promoção de diversidade, como a consultoria Empodera, para o recrutamento dos públicos de diversidade em nossa empresa.

O resultado é que fomos reconhecidos como a Melhor Empresa de Bens de Consumo pelo *Guia Exame de Diversidade*, pelas práticas desempenhadas e, principalmente, pela maneira como sempre conduzimos esse tema ao longo de nossa história. Avaliadas pelo Instituto Ethos, referência em responsabilidade socioambiental, as empresas são posicionadas no *ranking* quanto às melhores práticas em inclusão e desenvolvimento de mulheres, negros, pessoas com deficiência e LGBTI+.

Desde 2014, o Grupo Boticário acompanha regularmente indicadores de gênero e, em 2017, passou a acompanhar todos os indicadores de diversidade. O objetivo é autoavaliar o desempenho de todas as suas iniciativas para promoção da diversidade e, assim, identificar sempre oportunidades de aprimoramento e uma melhor representatividade de sua força de trabalho.

[1] Parceria com a consultoria Empodera para atuar na contratação de profissionais negros

[2] Orientação ao tema nas campanhas comerciais de O Boticário

[3] Treinamento sobre cliente oculto (negros, LGBT, idosos, PCDs) para O Boticário

#PraCegoVer

Assim como nossos produtos, nossa comunicação nas redes sociais é feita com um cuidado especial. Em nossos perfis, as publicações com a *hashtag* #PraCegoVer possuem recursos de acessibilidade para pessoas com deficiência visual, com descrição detalhada na legenda das imagens.



ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA
REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS

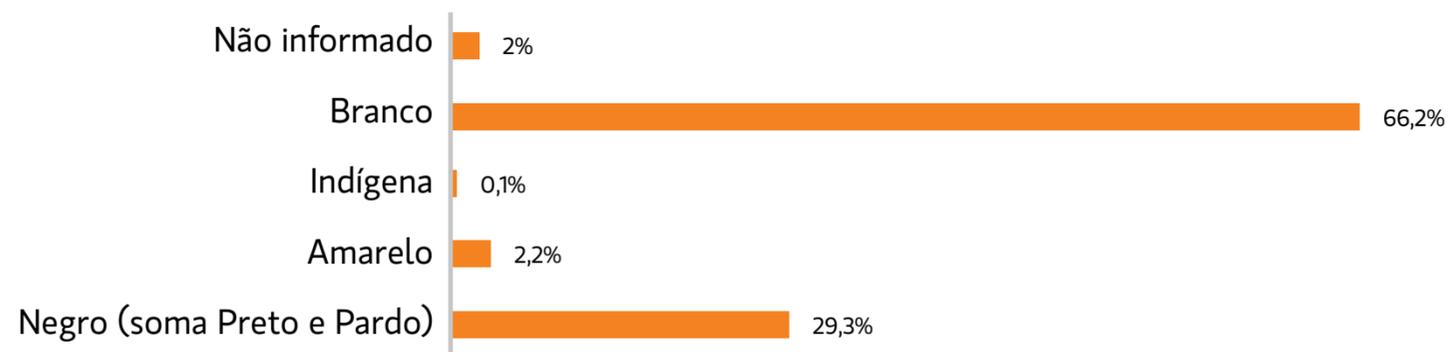


Indicadores de diversidade

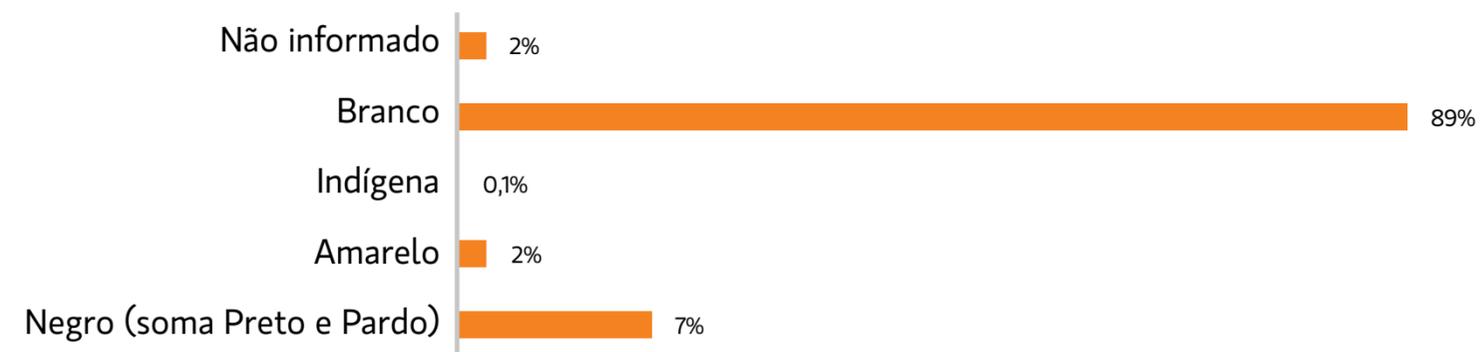
RAÇA

Grupo de Cargo	Total	Pretos	% Preto	Pardos	% Pardo	Amarelos	% Amarelo	Indígenas	% Indígena	Branco	% Branco	Não Informado	% Não 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%
Operacionais	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%
Estagiários	59	3	5,1%	9	15,3%	2	3,4%	0	0,0%	44	74,6%	1	1,7%
Jovem Aprendiz	104	15	14,4%	34	32,7%	0	0,0%	1	1,0%	51	49,0%	3	2,9%
Total Geral	6082	483	7,9%	1300	21,4%	136	2,2%	5	0,1%	4025	66,2%	133	2,2%
Total Liderança	484	3	0,6%	32	6,6%	10	2,1%	0	0,0%	431	89,0%	8	1,7%

Quadro Geral



Quadro Lideranças



ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA
REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



Indicadores de diversidade

GÊNERO

Grupo de Cargo	Total	Masculino	% Masculino	Feminino	% Feminino
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%
Operacionais	1.654	870	53%	784	47,4%
Administrativos	1.038	189	18%	849	81,8%
Técnicos	346	233	67%	113	32,7%
Estagiários	59	18	31%	41	69,5%
Jovem Aprendiz	104	32	31%	72	69,2%
Total Geral	6.082	2534	42%	3.548	58,3%
Total Liderança	484	254	53%	230	47,5%

GERAÇÕES

Grupo de Cargo	Total	< 45 anos	% < 45 anos	>= 45 anos	% >= 45 anos
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%
Operacionais	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%
Estagiários	59	59	100,00%	0	0,0%
Jovem Aprendiz	104	104	100,00%	0	0,0%
Total Geral	6.082	5.604	92,10%	478	7,9%
Total Liderança	484	413	85,30%	71	14,7%

Quadro Geral



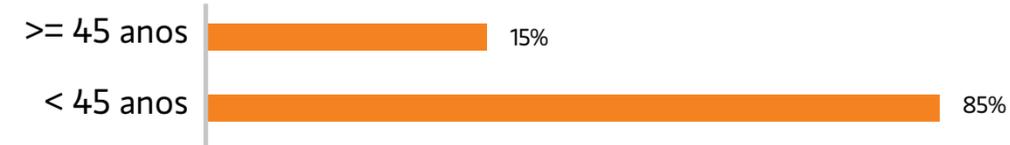
Quadro Lideranças



Quadro Geral



Quadro Lideranças



ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



Empoderamento da mulher

O empoderamento e a liderança da mulher são temas que estarão para sempre marcados na história do Grupo Boticário, de forma dissonante da realidade social, externa à empresa. Nascemos como um negócio em que as mulheres sempre foram protagonistas e, ao longo da nossa história, expandimos a diversidade porque entendemos que a sociedade é formada por diferentes grupos, cada um com suas demandas de representatividade e inclusão.

A partir de 2013, nosso trabalho em torno do empoderamento de mulheres se intensificou, passamos a desenvolver uma série de estratégias internas, criando projetos para melhorar neste campo. Hoje, ao olharmos nossos indicadores de acordo com gênero, notamos que este é o que apresenta os melhores resultados. Direcionamos nossos esforços para a sensibilização de lideranças pela manutenção desses indicadores. Entre os colaboradores do grupo, quase 60% são mulheres. E projetamos essas iniciativas para fora da empresa: evidenciamos o protagonismo das mulheres em nossas campanhas publicitárias.

Futebol também é coisa de mulher

Em 2018, o Grupo Boticário organizou escalas e flexibilizou horários para que os colaboradores pudessem assistir aos jogos de futebol do time masculino no torneio mundial. Pensando em seu compromisso com a igualdade de gênero e a diversidade, estenderemos a mesma ideia à versão feminina da competição, realizada em julho de 2019. Durante os jogos, todos os colaboradores poderão torcer pela equipe brasileira de futebol feminino, e compartilhar em suas redes sociais a hashtag #comvocêujogomelhor. O objetivo da ação é incentivar outras empresas e pessoas a também promover a diversidade.



Tecnologia ajuda a montar equipes plurais

Desde 2015, o Grupo monitora os seus indicadores de diversidade periodicamente. Essa tarefa se tornou mais fácil, rápida e dinâmica graças ao desenvolvimento de uma ferramenta de *business intelligence*, que permite fazer o levantamento desses dados por períodos, áreas de negócio, sites, e considerando diretorias, gerências e grupos de cargos. Além disso, a ferramenta permite o cruzamento dessas análises com performance e prontidão para sucessão, entre outros recortes. Com diferentes panoramas, a análise dos dados nos permite entender em quais aspectos de diversidade estamos sendo mais assertivos em nossa estratégia e em que pontos precisamos melhorar.

Trata-se de um sistema desenvolvido internamente e customizado para a liderança e para a área de diversidade. O mecanismo nos ajuda a identificar comportamentos padrão e, por meio dos algoritmos, localizar as distorções. O monitoramento dos indicadores permite avaliar situações potenciais, mitigar algum risco e priorizar recursos. A ferramenta hoje possibilita trabalhar com diferentes recortes a serem analisados e cruzar os dados ou focar em times específicos. Para 2019, a novidade será um projeto piloto de contratações para o varejo baseado nestes dados, para ampliar a diversidade em nossa força de vendas.

Acreditamos que o resultado do trabalho de um colaborador não depende de seu gênero, orientação sexual, religião, etnia, deficiência, idade ou qualquer outra característica individual. Pretendemos que os dados demonstrem a importância de equipes diversas para os resultados do Grupo, tanto financeiros como de representatividade em nosso público interno.

ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



Fazer bonito é o nosso negócio

Queremos conhecer, escutar, entender e sentir o outro, para empreender um novo futuro para e com as pessoas. Gente que compartilha de nossos valores e propósitos, que queira transformar o mundo ao nosso redor.

Nada em nossa história faria sentido se estivéssemos sozinhos. Foi por isso que, ao longo de nossas mais de quatro décadas de existência, evoluímos nossos processos internos, estrutura organizacional e a maneira de nos comunicar para nos conectar melhor com o outro. E treinamos nossas equipes para atender os mais diversos públicos de forma satisfatória, com o nosso jeito de fazer negócio.

Em 2018, o total de horas de treinamento no Grupo Boticário cresceu em quase 30%. A categoria operacional foi a apresentou o maior aumento: o total de horas praticamente triplicou. Na relação de média de horas de treinamento por empregado, também houve uma curva crescente. O índice subiu mais de 15%, passando de 25,4 horas por empregado para 29,4.

Além dos nossos programas já existentes, foi aprimorado o desenvolvimento dos futuros líderes, o programa de estágio e o de jovens aprendizes. Além disso, desde 2013, o Grupo Boticário possui um plano de desenvolvimento de pré-aposentadoria que contribui para que os colaboradores elegíveis recebam a preparação necessária para o planejamento da nova fase pós-aposentadoria.

[102-48 | 404-1]

Total de horas dedicadas a treinamentos em cada uma das categorias de trabalho

	2018	2017
Administrativos	14.851,5	10.014,8
Coordenação	5.857,0	17.660,2
Estagiários	2.240,5	1.298,5
Executivos	2.094,0	6.675,5
Jovem Aprendiz	3.052,5	1.135,5
Operacionais	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

Média de horas de treinamento por empregado e por categoria de trabalho

	2018	2017
Administrativos	18,6	12,5
Coordenação	19,7	58,9
Estagiários	34,5	18,3
Executivos	14,3	44,8
Jovem Aprendiz	18,2	7,9
Operacionais	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 treinamentos por gênero 2018*

	Feminino	Masculino
Treinamentos corporativos	53.153,80	54.790,10
Treinamentos individualizados	378	48

* A partir de 2018, deixamos de considerar as horas referentes ao benefício complemento educacional para este indicador.



ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



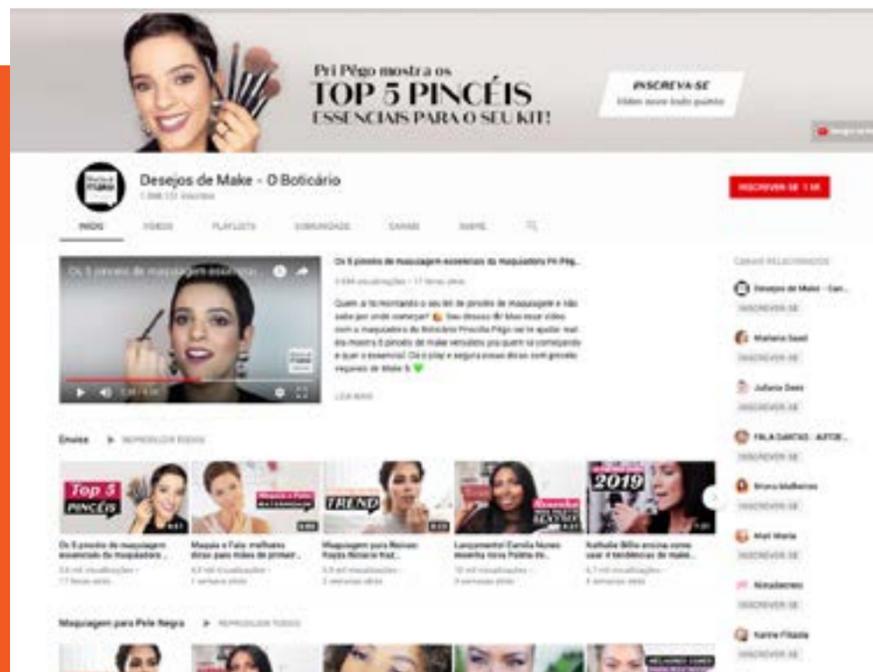
Beleza acessível

O Grupo Boticário acredita no poder da beleza. Mas, para que a beleza se materialize e os negócios prosperem, antes é necessário garantir a igualdade de oportunidades e promover igualdade de participação.

Além de formar times plurais e investir em fábricas, CDs e escritórios mais acessíveis, em nosso programa Inclusão na Real, também investimos em interação entre todas as pessoas, com deficiência ou não, visando ter um ambiente de trabalho mais inclusivo.

Ao longo do último ano, organizamos uma série de treinamentos e sensibilização para os nossos colaboradores sobre como conviver com as diferenças. Foram pensadas ações no âmbito de inclusão, representação e atendimento.

Para a força de vendas, por exemplo, tivemos cursos de automaquiagem para pessoas com deficiência visual. Além disso, oferecemos Loja de Bolsa e site acessível, utilizamos *closed caption* nas campanhas de TV, temos a versão com audiodescrição e libras no Youtube e adotamos etiquetas sensoriais para que pessoas com deficiência visual possam diferenciar os nossos produtos.



oBoticário

A plataforma acessível “Desejos de Make”, canal com vídeos de automaquiagem com audiodescrição, libras e legendagem, recebeu 410 inscritos em apenas uma semana após seu lançamento.

Vult | B

Após a compra pelo Grupo Boticário, nos dedicamos a verificar junto a marca Vult o status dos compromissos assumidos em relação a matérias-primas, materiais de embalagem e testes em animais. Especialmente sobre esse tema, todos os produtos comercializados por Vult possuem estudos de segurança que são realizados em voluntários, seguindo os padrões éticos vigentes para pesquisa clínica com humanos, não sendo testados em animais.

Quando a inclusão realmente acontece

Para nós, promover a inclusão é uma iniciativa que deve envolver todas as pessoas, tenham elas deficiência ou não. Para dar conta deste desafio, mantemos o programa #InclusãoNaReal, que tem quatro frentes de atuação.

Relacionamento: trabalha a autoaceitação das pessoas com deficiência, vistas como profissionais.

Gestão: preparação de líderes para gestão de equipes compostas também por pessoas com deficiência.

Carreira: entender as competências do colaborador e suas limitações para, então, promover a acessibilidade no seu desenvolvimento.

Cultura e Ambiente: quebrar barreiras em relação à deficiência existente na nossa cultura. Há tabus que influenciam na inclusão, que precisam ser discutidos e tratados com naturalidade.

A família cresceu: pais e mães recebem orientações de profissionais de saúde

Cuidar das gerações futuras e garantir a tranquilidade de nossos colaboradores com relação aos seus filhos é uma preocupação do Grupo Boticário. As futuras mães e pais que atuam em nossa empresa têm acesso a uma preparação completa para a chegada no novo membro da família, no projeto A família cresceu, parte do nosso programa de saúde Vida em Equilíbrio.

O projeto é voltado para colaboradores, seus respectivos companheiros/as, e gestantes das empresas terceiras que atuam dentro de nossas sedes. Todas as configurações familiares são contempladas, incluindo mães e pais biológicos, de adoção, em união hétero ou homoafetiva e aqueles que não têm união declarada.

Os futuros papais e mamães recebem a mesma preparação e conteúdo, fator que equilibra os conhecimentos e nivela as responsabilidades entre gêneros. O objetivo é estimular a troca de experiências e oferecer orientações relevantes de especialistas de saúde sobre a gestação e o desenvolvimento da criança.

A legislação prevê até cinco dias de licença paternidade, mas os colaboradores homens, futuros pais que participam do nosso programa, ganham 20 dias para estar ao lado de sua família. E as futuras mamães-colaboradoras têm direito a 6 meses junto de seus filhos.



ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS

NOSSA CADEIA É DE VALOR

No Grupo Boticário, trabalhamos com o conceito de cadeia estendida. Isso significa que, para nós, o negócio dos nossos fornecedores é, em parte, uma extensão do nosso e, ao trabalharmos juntos, passamos a compartilhar responsabilidades e desafios.

Isso faz parte de uma realidade em que as cadeias de produção estão cada vez mais controladas, rastreáveis e as empresas são cada vez mais responsáveis pelos negócios de seus fornecedores. Entendemos que esta é uma relação mais justa de comércio e estamos dispostos a investir em produtos e serviços que tragam benefícios nessas áreas.

O Grupo Boticário trabalha com metas voltadas para práticas ecoeficientes entre seus fornecedores. Acreditamos que, mais do que uma prática de gestão de riscos, essa é uma forma de diferenciação, isto é, adotar essa forma de trabalhar traz também mais resultado financeiro para essas empresas.

Esse trabalho vem gerando resultados reais e mensuráveis. Cada vez mais, o fornecedor está entendendo a sustentabilidade como um item agregador de seu negócio. Na pesquisa de reputação, foi exatamente esse o público que mais percebeu a nossa atuação em sustentabilidade, com média de 9,7.

Do nosso lado, estamos cada vez mais determinados a ampliar o volume de nossas compras feitas de fornecedores sustentáveis – aqueles que têm um alto desempenho no tema. Tecnicamente, chamamos esse indicador de compras de *spend* sustentável. Em 2018, alcançamos a casa de R\$ 1,5 bilhão em

R\$ 1,5 bilhão
em contratos com
fornecedores sustentáveis

92 fornecedores
convidados para avaliação anual de boas
práticas sustentáveis no PADF.

Premiados no Encontro de Fornecedores:
BASF | Firmenich | BoxPrint

contratos com fornecedores sustentáveis, 14% a mais do que no ano passado. Nosso objetivo é atingir os R\$ 2 bilhões até 2024.

Criado em 2015, o Programa de Parceria em Ecoeficiência saltou de 10 para 27 fornecedores participantes. Este grupo já vinha recebendo assessoria técnica para se juntar ao Grupo Boticário em suas metas de redução do consumo de água, energia, emissões de gases de efeito estufa e geração de resíduos. O compromisso deste grupo de empresas é atender as recomendações que fazemos em termos de ecoeficiência, parcial ou integralmente, com acompanhamento trimestral.

A meta é, até 2020, envolver 100% dos fornecedores estratégicos, considerando a base de 2017, neste programa.

Com fornecedores mais preparados, nossos negócios se tornam mais seguros, mais inovadores e com maior potencial de diferenciação. É especialmente com esse time de elite que buscamos e queremos trabalhar. Há, porém, fornecedores que ainda não estão neste grupo, mas que são relevantes para a gente. Nesse caso, trabalhamos juntos para que eles se tornem mais sustentáveis por meio de acompanhamentos, avaliações constantes e devolutivas com foco em sua melhoria.

Essas empresas participam do nosso Programa de Avaliação e Desenvolvimento de Fornecedores (PADF), que já existe há mais de 20 anos, testando a maturidade de nossos parceiros em aspectos relacionados aos negócios, inclusive em sustentabilidade. Aqueles que apresentam os melhores desempenhos são reconhecidas por sua atuação. Em 2018, os premiados no Encontro de Fornecedores, em março, foram BASF, Firmenich e BoxPrint.

Por tudo isso, o ano de 2018 trouxe uma certeza: estamos comprando melhor. Isso significa que os materiais e serviços que adquirimos passaram a trazer mais algum diferencial, seja em termos de certificação, de ecoeficiência ou redução de impactos.

ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



Transformando o desejável em realidade

O Grupo Boticário trabalha no desenvolvimento de seus fornecedores usando o conceito de atributo desejável. Na prática, categorizamos algumas características dos serviços e produtos de nossos parceiros que podem fazer diferença em nossa produção e, conseqüentemente, em nossas práticas de sustentabilidade. Ao incentivar que o fornecedor desenvolva esses atributos, aprofundamos o relacionamento e, ao mesmo tempo, contribuimos para a maior sustentabilidade da cadeia ampliada.

Auditorias e avaliações

Além das auditorias, que ocorrem regularmente para homologação de fornecedores diretos, 98% dos fornecedores estratégicos diretos e indiretos (62 empresas) e mais de 22 fornecedores relevantes para o Grupo Boticário passaram por autoavaliação em sustentabilidade (metodologia que contempla, entre outros aspectos, práticas de ecoeficiência, conduta, direitos humanos, práticas trabalhistas e diversidade).

Também contamos com 172 parceiros de negócios avaliados nas etapas de homologação da ferramenta SAP ARIBA e 124 auditorias sociais e ambientais em fornecedores. Até dezembro de 2020, 100% dos fornecedores de matérias-primas contarão com certificação RSPO, relacionada à sustentabilidade na extração de óleos vegetais, especialmente o Óleo de Palma.

Para maior eficiência de nossa gestão, a matriz de risco de Suprimentos classifica nossos fornecedores e destaca aqueles grupos com quem devemos estabelecer uma relação mais próxima. Ao todo, são nove categorias de risco: Ambientação de Lojas (VM), Benefícios, Construção Civil, Contact Center, Incentivos, Materiais Gráficos, Meio Ambiente, Padronização de Lojas e Transporte que passam constantemente pelo processo de compras sustentáveis em que são avaliados aspectos operacionais, trabalhistas, financeiro, conduta, ecoeficiência, entre outros. Dependendo do desempenho em cada item, o fornecedor pode obter um diferencial no processo de concorrência ou ser desclassificado.

Aperfeiçoamento e encontro

Como acontece todos os anos, promovemos em 2018 um *workshop* de sustentabilidade para nossos fornecedores, conduzido pelas áreas de negócio, o que enriqueceu o debate. A novidade é que, desta vez, dividimos as empresas em dois grandes grupos, o de produtos e o de serviços. Esse alinhamento permitiu com que eles tivessem uma realidade mais próxima um do outro e mais possibilidades de compartilhar experiências e dúvidas. Contamos a presença de 82 fornecedores e 93% de aprovação do conteúdo.

Também em 2018, aperfeiçoamos nossos sistemas para conseguir trabalhar de forma mais automatizada e integrada com o fornecedor. Criamos plataformas e buscamos ferramentas que oferecem inteligência para cruzar dados de desempenho e comparar com os de outros fornecedores que trabalham com a gente. A partir dos resultados dessas análises, sugerimos oportunidades de melhoria para os produtos e serviços.



ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



Integração e parceria

Por ocasião da greve de caminhoneiros, no primeiro semestre de 2018, nossa cadeia de valor foi muito afetada em uma de suas datas mais importantes, o Dia dos Namorados, alterando o próprio cotidiano dessa operação.

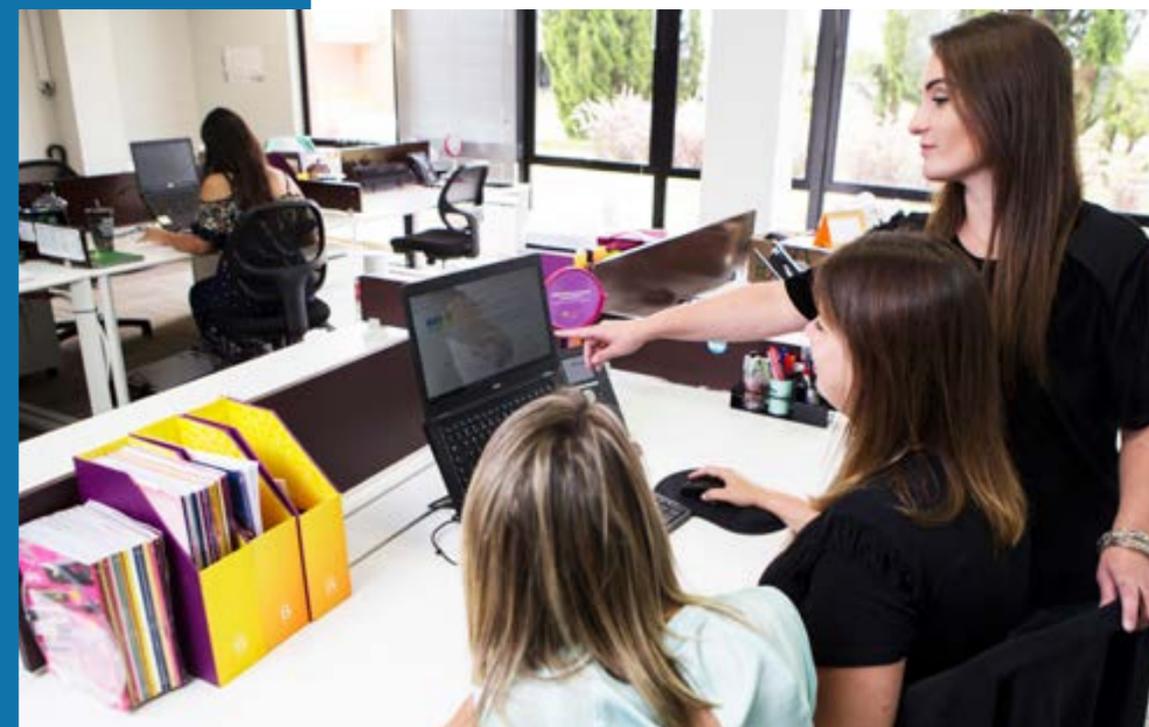
Ao lidar com uma realidade em que uma de nossas linhas chegou a ser paralisada por falta de embalagens e nossos parceiros da logística de transportes não conseguiram ter acesso a combustível para abastecer seus caminhões, buscamos estratégias conjuntas para reduzir os impactos.

Em alguns casos, adiantamos os pagamentos de contratos – quando isso era possível – para reforçar o caixa dos fornecedores, permitindo com que estivessem mais confortáveis para fazer frente à crise. Também desenvolvemos uma estratégia de cargas fracionadas, ampliando a quantidade de transportadoras envolvidas na prestação do serviço. E, sem abrir mão da sustentabilidade, pedimos a nossos prestadores que dessem preferência a terceiros que trabalhassem com caminhões menores, com menos emissões, e que usassem kit bicombustível, motor híbrido ou outros recursos sustentáveis.

Esse tipo de situação, além de revelar novas maneiras de fazer aquilo a que já estávamos habituados, reforça nosso posicionamento ao apontar para o conjunto de nossos fornecedores a importância de buscar boas práticas que os diferenciem.

Diversidade na cadeia de nossos fornecedores

A promoção da diversidade em nossa cadeia de fornecimento é considerada um atributo importante, isto é, algo a ser trabalhado por esses parceiros comerciais. Hoje, entre nossos fornecedores estratégicos, 54% apresentam iniciativas para promoção de diversidade, enquanto 8% de nosso *spend* é destinado a empresas lideradas por mulheres. Em 2018, aplicamos uma pesquisa sobre diversidade com os principais parceiros, a fim de identificar como o tema está sendo tratado por eles.



ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



SUSTENTABILIDADE, NEGÓCIOS E DESENVOLVIMENTO SOCIAL

O Grupo Boticário acredita que o desenvolvimento social é o caminho para estar junto da sociedade e construir um mundo melhor. Com o compromisso de promover a transformação por meio de experiências que encantam, sensibilizam e ampliam horizontes, o Instituto Grupo Boticário constrói seu legado e cria oportunidades para descobrirmos a beleza além de sua fronteira. Fundado em 2004, o Instituto é responsável pela gestão de projetos incentivados, desenvolver e gerir espaços culturais e ainda promover iniciativas voltadas à preservação da Memória Organizacional do Grupo Boticário.

Nos últimos cinco anos, o Instituto conseguiu transformar e se conectar com a vida de mais de 16 milhões de pessoas, que passaram por seus espaços culturais ou foram impactadas por projetos apoiados. E vem evoluindo de maneira constante, se aproximando cada vez mais de nossos colaboradores, franqueados e do negócio.



Projetos Sociais, Culturais e Esportivos*

Espaços e Iniciativas Culturais proprietárias

*Os projetos são aprovados no final do ano para ocorrerem no ano seguinte



Ação de Voluntariado

Em parceria com a ONG TETO, que atua em 19 países latino-americanos na construção de casas emergenciais e programas de habilitação social, elegemos 10 colaboradores para participarem da ação de voluntariado nas comunidades 29 de Março e Nova Primavera, em Curitiba (PR). Esse tipo de engajamento e orgulho de pertencer inspirou o Instituto a lançar, em 2019, um programa de voluntariado para todos os colaboradores do Grupo Boticário, a fim de sensibilizá-los e motivá-los a fazerem parte de iniciativas sociais, culturais e ambientais, destacando as melhores práticas e o potencial de transformação de cada um.

+ de **250** voluntários

6 dias de construção

+ de **27** moradias construídas

ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO Boticário
ECOEFICIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO Boticário

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



Desenvolvimento social

O Instituto promove acesso à cultura, educação, saúde, diversidade e à equidade de gêneros por meio de patrocínio, via incentivo fiscal, a dezenas de projetos socioculturais e esportivos, atuando desde a criação das diretrizes de seleção, via edital, até o monitoramento dos projetos implementados.

Para a seleção dessas iniciativas, alguns critérios precisam estar em convergência quanto à estratégia corporativa do Grupo e alinhados aos principais atributos das marcas: projetos que transformem a sociedade com atitudes positivas e que promovam a melhora na qualidade de vida e na autoestima das pessoas; que conscientizem sobre a necessidade de se preservar e conservar o meio ambiente, e/ou, que incentivem o empreendedorismo, a independência, o empoderamento, a liberdade e o protagonismo da mulher.

Além disso, durante a gestão desses projetos, são criadas diversas oportunidades para as marcas do Grupo se conectarem com seus públicos em espetáculos, festivais, campanhas e outras iniciativas, podendo ressaltar seus propósitos e inspirações.

47 Projetos Sociais, Culturais e Esportivos em diversas regiões do Brasil

8 milhões
destinados a projetos
incentivados

450 mil
pessoas beneficiadas

4 mil
empregos diretos
e indiretos gerados

ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



Comunidade protagonista: capacitação para elaborar e formatar projetos incentivados

Um desafio social foi percebido no município de Registro (SP), onde temos o primeiro centro de distribuição do Grupo. Os líderes e servidores públicos que compõem os Conselhos da Criança, Adolescente e Idoso do município não tinham conhecimento e insumos suficientes para produzir e inscrever projetos nas leis federais e estaduais de renúncia fiscal a fim de a fim de receber apoio e incentivo das empresas da região.

Com o objetivo de contribuir para o fortalecimento do Sistema de Garantia dos Direitos da Criança, Adolescente e Idoso, o Instituto Grupo Boticário realizou um treinamento e capacitação desses profissionais durante oito meses. Foram abordados temas estratégicos como violação dos direitos, fortalecimento das OSCs e SGD e desenvolvimento institucional.

Como resultado, quatro projetos sociais estruturados para aporte via Fundo Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente (Prefeitura de São Paulo) aprovados pelo Comitê do Instituto e realizados durante 2019. Também estão aptos a pleitear e receber recursos do Fundo do Idoso. Essa capacitação será estendida a outros municípios de atuação do Instituto e do Grupo Boticário, como Guaraqueçaba (PR), Camaçari e São Gonçalo (BA).



Transformação na Bahia

O Instituto Grupo Boticário apoia a realização dos cursos de estética promovido pelo Instituto Federal da Bahia (IFBA), com o objetivo de potencializar seu impacto positivo em Camaçari (BA). O prédio construído pelo Grupo Boticário foi totalmente mobiliado com equipamentos específicos para colocar em prática os conhecimentos de estética. Nos últimos dois anos, foram mais de 400 mulheres formadas para atuar no ramo da beleza.

ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



Espaços culturais

O Grupo Boticário acredita que propagar a beleza que existe nas manifestações culturais norteia nossa atuação e acrescenta um propósito ainda maior para o trabalho realizado pelo Instituto. Por meio dos Espaços Culturais, contribuimos para a formação de plateia no Brasil, oferecendo, muitas vezes, o primeiro contato com a arte e ampliação de visão de mundo. Desta atuação, vemos nascer sonhos e muitos sorrisos em crianças e adolescentes.

Em O Mundo do Perfume reverberamos os valores do Grupo e exploramos nosso *know how* em perfumaria, com atividades lúdicas e exposições sobre a alquimia e a magia desse universo. Além do desafio de conversar com nosso público e materializar para crianças e jovens o mundo da perfumaria de uma maneira não comercial, incentivamos a profissão do perfumista, relatando fatos e curiosidades na história da civilização que marcaram épocas.

Tanto nestes espaços quanto nas atividades dos projetos incentivados pelo Instituto, promovemos ativações e ações de relacionamento entre nossos colaboradores, franqueados, profissionais de força de venda e outros públicos que dialogam com o Grupo Boticário.



800 mil
de pessoas visitaram
e se encantaram com
nossos Espaços Culturais

R\$ 5,5 milhões
em retorno de mídia
espontânea

57 apresentações
gratuitas oportunizando
o acesso à cultura e arte

21 eventos
corporativos realizados
nos espaços

ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



Memória organizacional

Valorizamos e preservamos o patrimônio cultural do Grupo Boticário a fim de contribuir para a construção de novas estratégias e visão de futuro da instituição e unidades de negócio. Além disso, o espaço se tornou uma ferramenta estratégica para P&D, Marketing e Comunicação por meio de pesquisas históricas realizadas para as áreas e marcas.



+ de **160** mil
itens catalogados
em seu acervo

65 solicitações
de pesquisas

9 exposições
temporárias em
parceria com
museus da região
de São José dos
Pinhais



A magia das fragrâncias do lado de fora da fábrica

Uma parceria com o Museu Atílio Rocco, de São José dos Pinhais (PR), permitiu levar o conhecimento sobre a história dos produtos com o selo do Grupo Boticário para fora de suas unidades, dando acesso ao nosso acervo à comunidade. Nesta mesma cidade, está localizada a primeira fábrica de O Boticário, o que faz daquele município um lugar de valor histórico para o Grupo. As exposições realizadas no museu bateram recorde de visitação. Uma história de compromisso que renasce todos os dias.

ANEXOS

ÍNDICE GRI

VERIFICAÇÃO INTERNA

MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO

RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS

ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



Índice GRI

Standards	Itens de divulgação	Página/resposta/omissão	Princípios do Pacto Global
GRI 101 Fundamentos 2016	GRI 101: Fundamentos 2016	Ao longo do relatório	
GRI 102 Divulgações gerais 2016	Perfil organizacional		
	102-1: Nome da organização	10	
	102-2: Atividades, marcas, produtos e serviços	12 a 18	
	102-3: Localização da sede da organização	10	
	102-4: Localização das operações	10	
	102-5: Natureza da propriedade e forma jurídica	10 e 11	
	102-6: Mercados atendidos	4 e 10	
	102-7: Porte da organização	4 e 10	
	102-8: Informações sobre empregados e outros trabalhadores	10 e 11	6
	102-9: Cadeia de fornecedores	20 e 66	
	102-10: Mudanças significativas na organização e na sua cadeia de fornecedores	Não houve	
	102-11: Abordagem do princípio da precaução	22	
	102-12: Iniciativas externas	79 e 85	
	102-13: Participação em associações	79 e 85	
	Estratégia		
	102-14: Declaração do decisor mais graduado	5 a 8	
	Ética e integridade		
	102-16: Valores, princípios, padrões e normas de comportamento	10, 11, 14 e 24	10
	Governança		
	102-18: Estrutura de governança	21	
	Engajamento das partes interessadas		
	102-40: Lista de grupos de <i>stakeholders</i>	77	
	102-41: Acordos de negociação coletiva	100% dos empregados são cobertos	
102-42: Identificação e seleção de <i>stakeholders</i>	77		
102-43: Abordagem para engajamento de <i>stakeholders</i>	77	3	
102-44: Principais tópicos e preocupações levantadas	77		
Práticas de relato			
102-45: Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas	12 a 18		
102-46: Definição do conteúdo do relatório e seus limites	77 a 84		
102-47: Lista de tópicos materiais	77		
102-48: Reformulações de informações	63		
102-49: Alterações no relatório	Não houve		
102-50: Período coberto pelo relatório	1º de janeiro de 18 a 31 de dezembro de 18		
102-51: Data do relatório mais recente	2017		

Standards	Itens de divulgação	Página/resposta/omissão	Princípios do Pacto Global
GRI 102 Divulgações gerais 2016	102-52: Ciclo de emissão	Anual	
	102-53: Ponto de contato para perguntas sobre o relatório	86	
	102-54: Opção de acordo do Padrão GRI	Essencial	
	102-55: Sumário de conteúdo GRI	75	
GRI 302 Energia 2016	102-56: Asseguração externa	76	
	103-1: Explicação do tema material e seus limites	33, 45 e 47	
	103-2: A forma de gestão e seus componentes	33, 45 e 47	
	103-3: Evolução da forma de gestão	45	
GRI 303 Água 2016	302-1: Consumo de energia na organização	47	8 e 9
	302-3: Intensidade energética	47	8 e 9
	103-1: Explicação do tema material e seus limites	33, 45 e 46	
	103-2: A forma de gestão e seus componentes	33, 45 e 46	
GRI 305 Emissões 2016	103-3: Evolução da forma de gestão	45	
	303-1: Retirada de água por fonte	46	7 e 8
	303-3: Água reciclada e reutilizada	46	8
	103-1: Explicação do tema material e seus limites	33, 45 e 48	
GRI 306 Efluentes e resíduos 2016	103-2: A forma de gestão e seus componentes	33, 45 e 48	
	103-3: Evolução da forma de gestão	45	
	305-1: Emissões diretas de gases de efeito estufa (GEE) Escopo 1	48	7 e 8
	305-4: Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	48	8 e 9
GRI 404 Treinamento e Educação 2016	103-1: Explicação do tema material e seus limites	33, 45 e 53	
	103-2: A forma de gestão e seus componentes	33, 45 e 53	
	103-3: Evolução da forma de gestão	45	
	306-2: Resíduos por tipo e método de disposição	53	7 e 8
GRI 405 Diversidade e igualdade 2016	103-1: Explicação do tema material e seus limites	63	
	103-2: A forma de gestão e seus componentes	63	
	103-3: Evolução da forma de gestão	63	
	404-1: Média de horas de treinamento por ano por empregado	63	
GRI 405 Diversidade e igualdade 2016	103-1: Explicação do tema material e seus limites	56 a 59	
	103-2: A forma de gestão e seus componentes	56 a 59	
	103-3: Evolução da forma de gestão	56 a 59	
	405-1: Diversidade nos órgãos de governança e empregados	60 e 61	6

ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA
REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS



VERIFICAÇÃO EXTERNA

O Grupo Boticário submeteu seu Relatório de Sustentabilidade à verificação externa a fim de conferir mais credibilidade ao processo.

A verificação externa foi realizada novamente pela Prof^a Dra. Priscila Borin Claro, Doutora em Administração, Ambiente e Desenvolvimento pela Universidade Federal de Lavras, Professora do Insper, onde é responsável pelo Núcleo de Estudos em Meio Ambiente e Centros Urbanos e Co-Chair do PRME/ONU Brasil.

A verificação foi feita levando-se em conta o GRI Standards. A verificação se limita ao relatório final apresentado e anexos (Índice GRI).

O processo de avaliação envolveu a análise geral do relatório em relação ao contexto e às estratégias de sustentabilidade, incluindo teste de materialidade e respostas aos indicadores GRI. Os critérios foram os seguintes: representatividade e inclusão de *stakeholders*, completude, objetividade, clareza, equilíbrio entre evidências quantitativas e qualitativas, amplitude temporal e a completude das respostas. As principais conclusões foram:

Contexto de Sustentabilidade, Materialidade e Inclusão de Stakeholders

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

Um dos grandes avanços deste relatório é a publicação das iniciativas e dos resultados da Fundação e do Instituto Boticário. Fica clara a relação entre a estratégia do Grupo e seu investimento socioambiental privado.

Neste ano, o relatório permite também avaliar qualitativamente os tipos de inovação para a sustentabilidade. Sustentabilidade permeia inovação de produtos, de processos, de canais e de gestão de pessoas. Além da descrição dos tipos de inovação, é possível relacionar as iniciativas com as metas de melhoria de desempenho nos aspectos socioeconômicos e ambientais.

Outro ganho deste relatório, que é fruto do avanço estratégico do Grupo, é a formalização do comprometimento com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU. A priorização dos ODS está alinhada com os impactos gerados pelo Grupo em toda sua cadeia de Valor. Novamente o relatório apresenta, de forma ainda mais detalhada, a pesquisa realizada para o teste de materialidade. O tamanho e a diversidade da amostra garantem representatividade e inclusão dos diferentes grupos de *stakeholders* na pesquisa.

Objetividade, Clareza e Comparabilidade

As respostas aos indicadores são objetivas e ao mesmo tempo, completas. Informações específicas nos aspectos materiais podem ser facilmente encontrados pelos *stakeholders* ao longo do texto, principalmente realçadas nas figuras, tabelas, esquemas e textos realçados.

O corpo do relatório apresenta informações claras e em linguagem acessível para um público não especialista, com representação de desempenho por meio de indicadores intuitivos. Como sugerido na verificação anterior, os indicadores quantitativos apresentados se referem ao ano de 2017 e 2018, o que permite avaliação comparativa.

Equilíbrio, Exatidão e Completude

As respostas qualitativas aos indicadores de desempenho do Grupo constam no corpo do texto, em sua quase totalidade. Alguns poucos indicadores são somente apresentados no Índice GRI.

O relatório apresenta alguns resultados negativos por exemplo o impacto da greve dos caminhoneiros em toda cadeia de valor do Grupo. Mais importante que reportar o resultado negativo é o relato das iniciativas que foram implementadas para minimizar o problema para empresa, fornecedores e clientes.

As análises qualitativas são consistentes com os indicadores quantitativos disponíveis. Em geral, o relatório cumpre os requisitos de publicação dos escopos, limites dos aspectos e detalhamento de período de tempo para os indicadores selecionados.

Conclusões e Sugestões

O relatório se enquadra no GRI Standard, opção “Essencial ou Core” das Diretrizes. O relatório apresenta de forma qualitativa e detalhada o posicionamento, as estratégias, os resultados e as metas futuras do Grupo Boticário em relação à Sustentabilidade, bem como os limites de atuação priorizados pelos diferentes *stakeholders*.

Percebe-se que o Grupo considerou as sugestões da verificação anterior em relação a inclusão do comprometimento com ODS e desempenhos de, pelo menos, 2 anos, a fim de permitir comparação.

Para o próximo relatório, sugere-se incluir informações detalhadas sobre as iniciativas de sustentabilidade da marca Vult, recém-integrada ao Grupo.

Priscila Borin de Oliveira Claro

MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO

Materialidade e Diálogo com *stakeholders*

Os temas materiais do Grupo Boticário, isto é, aqueles são mais relevantes para a sua atuação sustentável, no entendimento da empresa e de seus *stakeholders*, estão listados na Agenda Estratégica de Sustentabilidade do Grupo Boticário e passam por processos anuais de confirmação por meio de consultas. Entre as partes ouvidas, estão colaboradores, franqueados, universitários, fornecedores, governo e órgãos reguladores, imprensa e associações.

Para garantir que diversos públicos de relacionamento da empresa tenham sua voz constantemente ouvida, o Grupo Boticário estabelece uma série de ferramentas de escuta, comunicação e engajamento. Em 2018, a estratégia da equipe de comunicação com públicos de interesse, sobretudo no trato de temas sensíveis, foi pautada por ações que, além de trazer impacto positivo e proteger a marca do Grupo, estivessem alinhadas com a estratégia comercial das unidades de negócio. Ferramentas como Centro de Relacionamento com o Consumidor (CRC), o Centro de Relacionamento com Franqueado (CRF) e o Canal de Ouvidoria funcionam como mecanismos para receber feedbacks e queixas desses públicos.

O *hub* de informações gerais sobre o grupo é o site oficial e os meios de relacionamento são e-mail, redes sociais, programa de visita às unidades operacionais e o SAC das marcas. No relacionamento direto com o cliente, contamos com serviço de assistente virtual e as equipes das centrais de atendimento do Fale Conosco, que atuam via telefone e/ou e-mail, chat e Whatsapp.

Temas materiais do Grupo Boticário

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

ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS

Quanto mais reputação, mais oportunidades

Uma das principais formas de conhecer a opinião partes interessadas sobre a atuação do Grupo Boticário é a Pesquisa de Reputação, realizada anualmente. Em 2018, uma nova pesquisa foi aplicada e a reputação geral do Grupo Boticário foi pontuada em 9,1 de 10 pontos possíveis. A reputação de sustentabilidade teve 8,8 pontos.

Outro destaque da pesquisa de 2018 foi a considerável evolução da percepção do público universitário sobre o Grupo Boticário. A média que foi de 6,9, em 2017, saltou para 8,2, em 2018, um crescimento de quase 20%.

O parceiro técnico para realização da pesquisa é a consultoria Kantar, e o foco é ouvir os variados públicos de relevância para o Grupo Boticário e monitorar a sua reputação, identificando oportunidades de atuação junto aos diversos públicos estratégicos.

Neste processo de avaliação de reputação é feita uma comparação de desempenho com outras empresas, por público. Além de observar a variação de indicadores em relação aos anos anteriores e quantificar os KPIs (ponderação do peso dos públicos e importância dos indicadores) de reputação que estão sendo monitorados, a pesquisa é essencial para apurarmos outra métrica importante, o desempenho consolidado, que permite identificar as maiores associações e a percepção dos públicos em relação aos direcionadores de reputação.

Para o levantamento de 2018, foram ouvidos 1.137 colaboradores, 162 franqueados, 200 universitários, 20 fornecedores, 20 representantes do governo e órgãos reguladores, 20 representantes da imprensa, 20 associações, 20 membros da comunidade, 600 consumidores e 200 revendedoras. Entre todos os públicos, as palavras mais associadas ao Grupo Boticário são Sustentável, Empreendedora, Responsável e Inovadora.

PÚBLICO	PESO	CONFIANÇA	ADMIRAÇÃO	SUSTENTABILIDADE	REPUTAÇÃO PONDERADA
Colaboradores	20%	9,4	9,6	9,3	9,5
Franqueados	15%	9,4	9,7	9,5	9,5
Universitários	5%	8,9	8,1	8,1	8,4
Fornecedores	5%	9,6	9,4	9,7	9,5
Formadores de opinião	15%	9,0	8,8	8,6	8,9
Consumidores	W%	8,8	8,8	8,1	8,8
Comunidade	5%	8,4	8,4	8,0	8,4
Revendedoras	15%	9,3	9,1	8,7	9,1
Total públicos	100%	9,0	9,1	8,8	9,1

Comparação de desempenho 2017 e 2018



Engajamento de *stakeholders*

A pesquisa de reputação faz parte do processo de comunicação e engajamento com *stakeholders* do Grupo Boticário. Por meio dos dados levantados na pesquisa, é possível avaliar a percepção dos públicos estratégicos sobre a coerência e a efetividade das nossas ações. Com a comparação ano a ano, conseguimos identificar pontos críticos, avaliar a tendência de nosso desempenho e compará-lo com outras empresas, líderes do setor e do mercado em geral.

Essas observações geram *insights* para o processo de planejamento de comunicação e engajamento, como foi o caso da melhoria da percepção dos universitários de 2017 para 2018. A nota abaixo da média, em 2017, chamou a atenção do Grupo, que passou a buscar um diálogo mais intenso com esse público, visitando universidades, e promoveu a reformulação de seu programa de estagiários e trainees, o que resultou em uma imediata reação positiva. O índice de reputação junto a esse público cresceu quase 20% em um ano.

Além disso, alguns rankings são importantes para uma autoavaliação de nossa reputação, assim como para entendermos a percepção da sociedade sobre nossas práticas. Ficamos na 5ª posição do ranking Merco Empresas de Reputação, referente ao ano de 2018, o mais importante do gênero na América Latina. Entre os aspectos mais bem avaliados da reputação do Grupo Boticário, estão a responsabilidade socioambiental, os valores de seus produtos, valores éticos e profissionais, comportamento corporativo ético e o valor da marca. No quesito Responsabilidade e Governança Corporativa, o Grupo Boticário está em segundo lugar na pesquisa. Nosso CEO, Arthur Grinbaum, está na 8ª posição entre os líderes mais bem avaliados.

Avaliação do indicador sustentabilidade

Um dos três itens que compõem o índice de percepção da reputação é sustentabilidade (os outros são confiança e admiração). Neste item, a pontuação do Grupo Boticário chegou a 8,8 na média entre os diversos grupos considerados. Entre os destaques da pesquisa, foi possível observar:

- [1] **Pelo segundo ano consecutivo, a palavra “Sustentável” foi a mais citada entre as que mais representam o Grupo Boticário, por Colaboradores e Franqueados. Para o público Universitário, a palavra que melhor descreve o Grupo Boticário é “moderna”.**
- [2] **O público formado pelas Revendedoras é o que tem a imagem mais positiva do desempenho do Grupo Boticário. Na avaliação, elas apontam que o desempenho do Grupo é superior à expectativa (importância) em todos os itens materiais.**
- [3] **Quanto mais próximo é o público do dia a dia da nossa gestão, maior é a percepção da sustentabilidade do Grupo Boticário. Fornecedores, franqueados e colaboradores avaliam, respectivamente, com a marca de 9,7, 9,5 e 9,3 de 10 pontos possíveis.**



Nas páginas seguintes (80 a 84), estão disponíveis as avaliações de cada público sobre a importância e o nosso desempenho em cada item da nossa matriz de materialidade.



ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

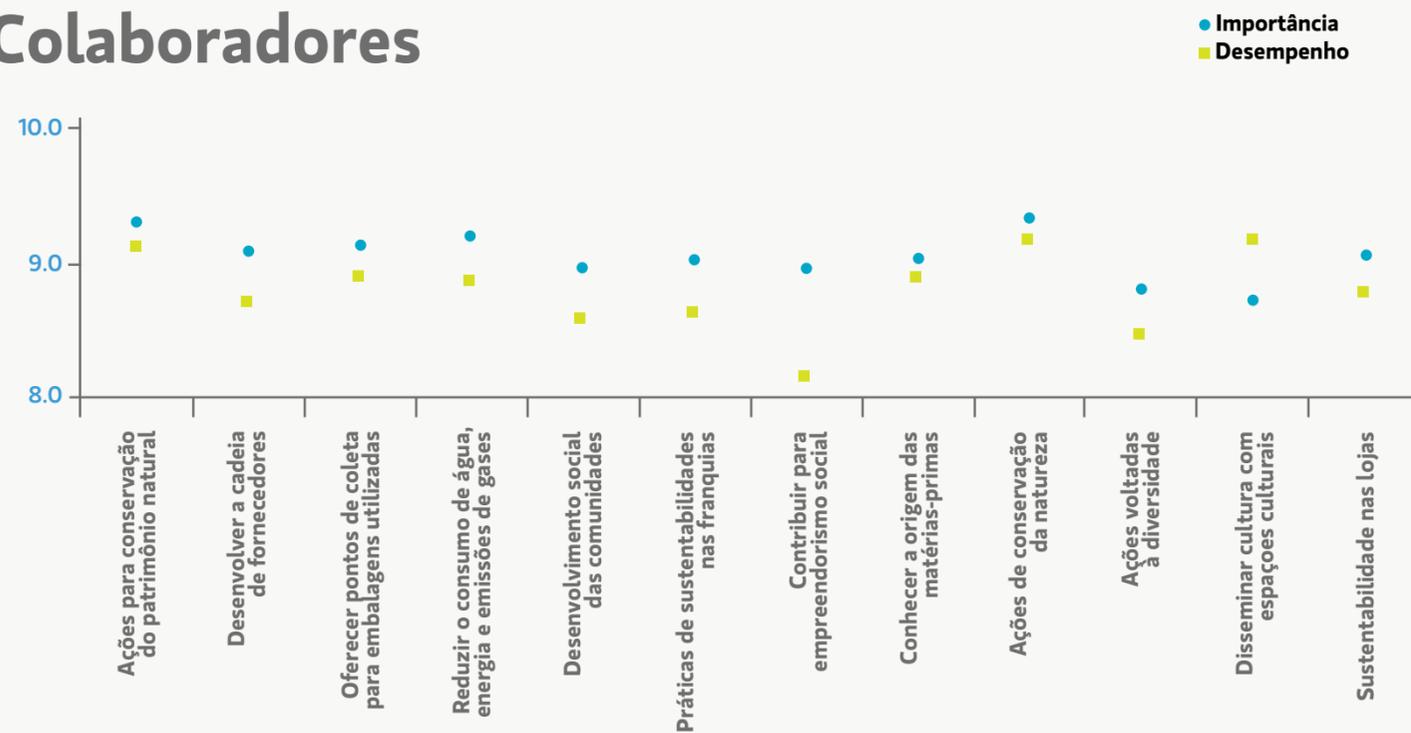
DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS

Materialidade do Grupo Boticário

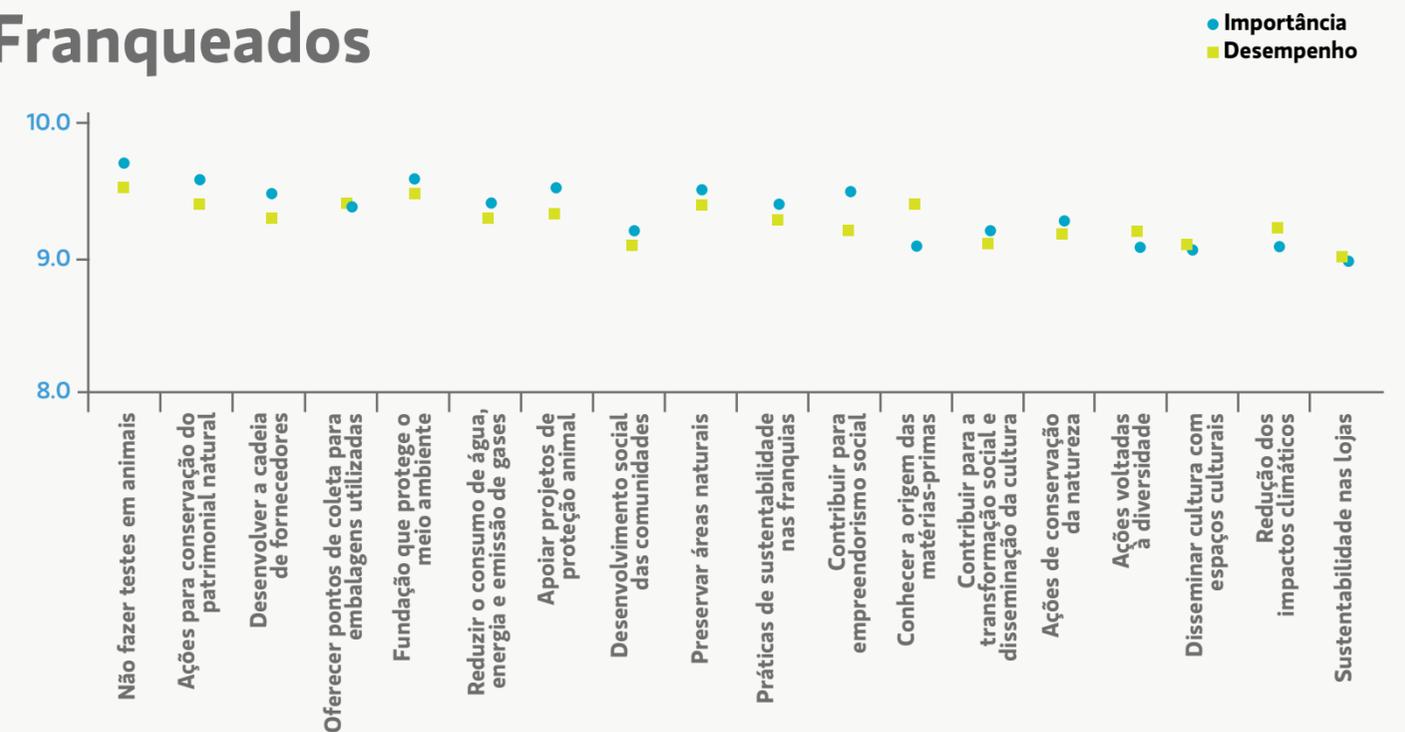
Colaboradores



Os gráficos a seguir mostram como os nossos públicos avaliam o desempenho do Grupo Boticário nos temas relacionados à materialidade que consideram mais relevantes.

As diferenças entre os temas citados nos gráficos ocorrem em função das prioridades específicas de cada público.

Franqueados



ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA
REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

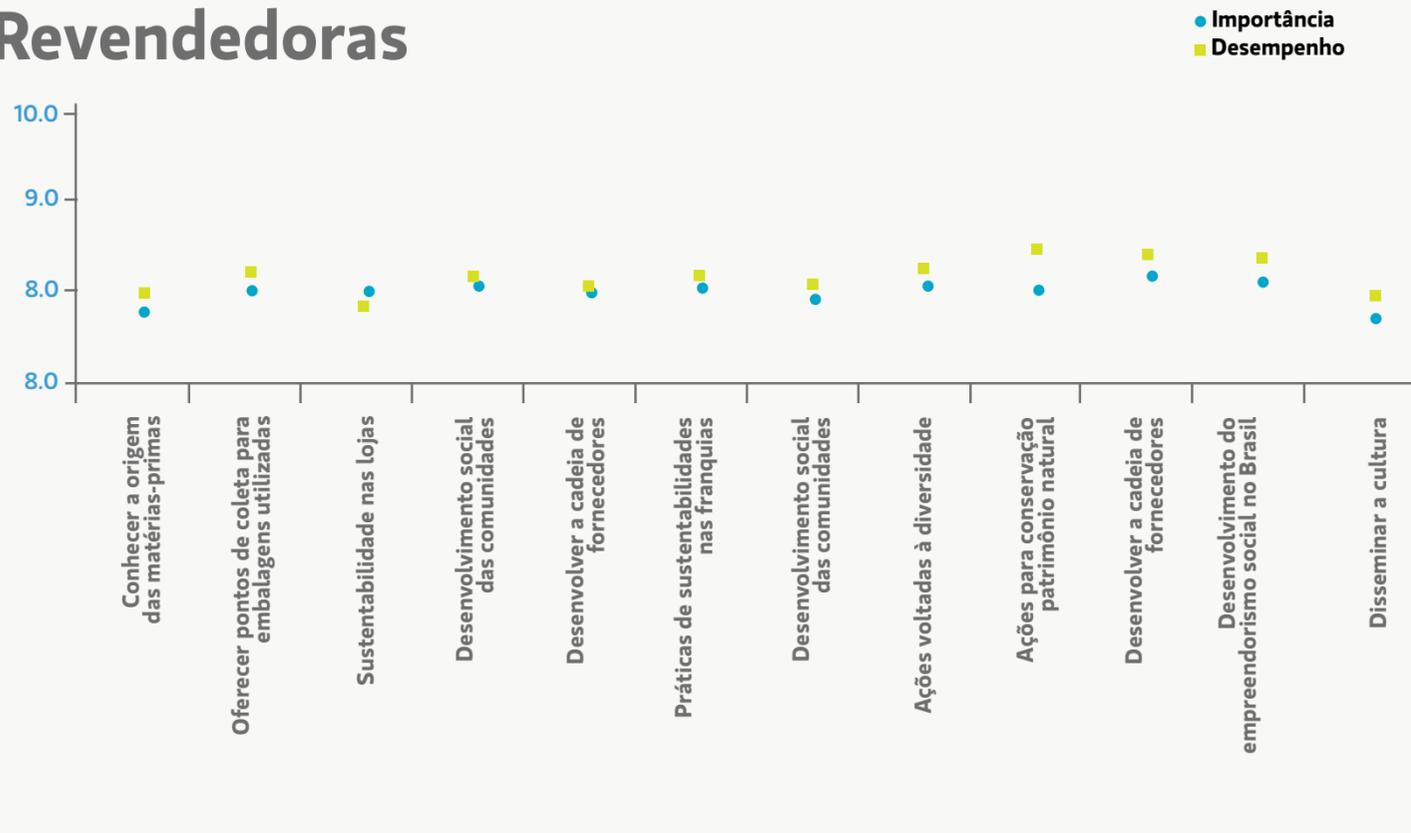
ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS

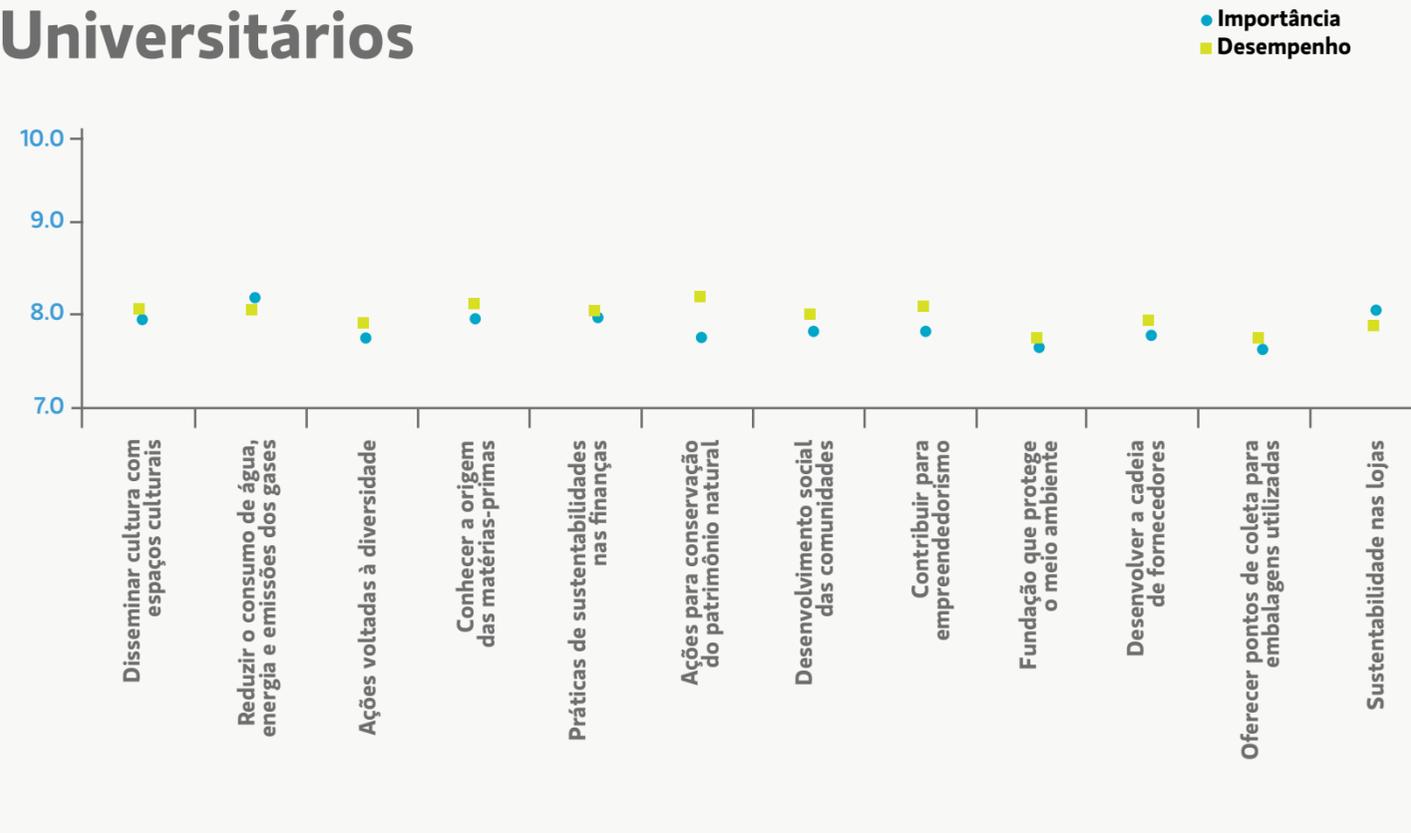


Materialidade do Grupo Boticário

Revendedoras



Universitários



ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

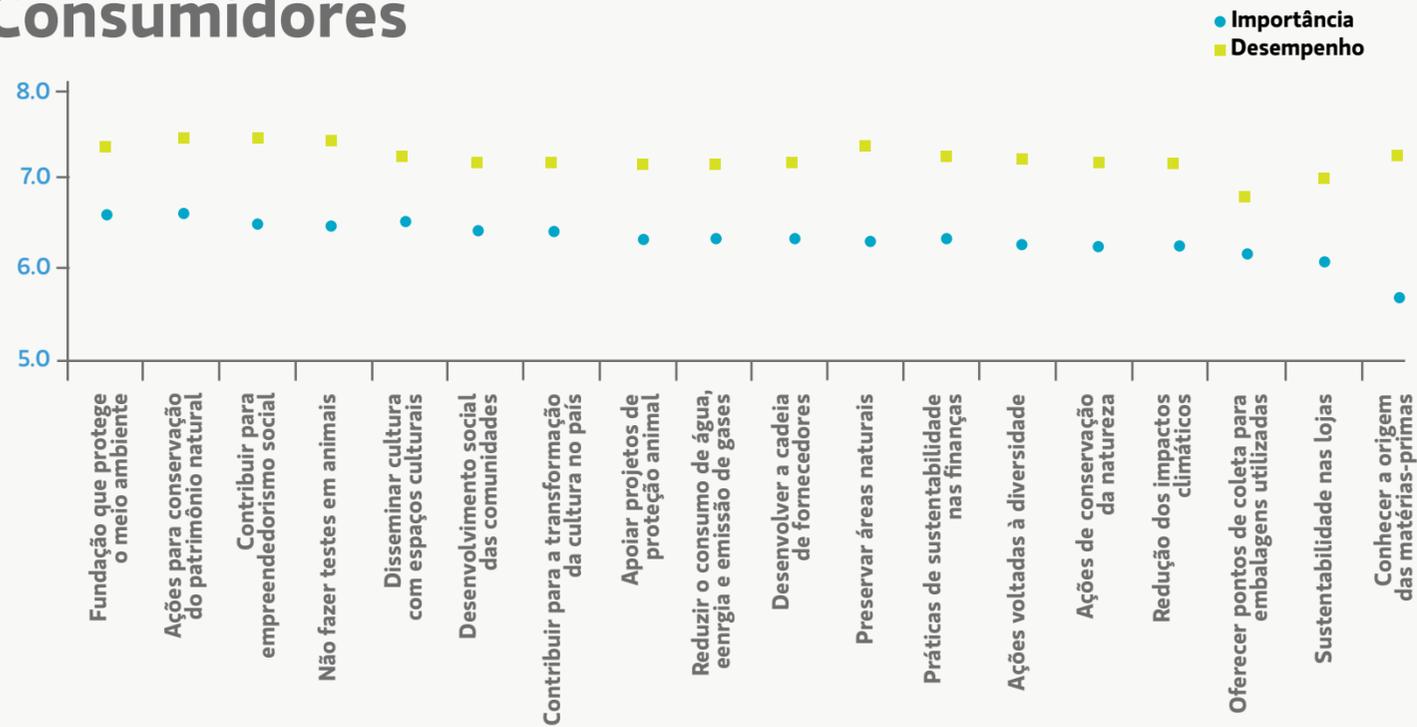
ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS

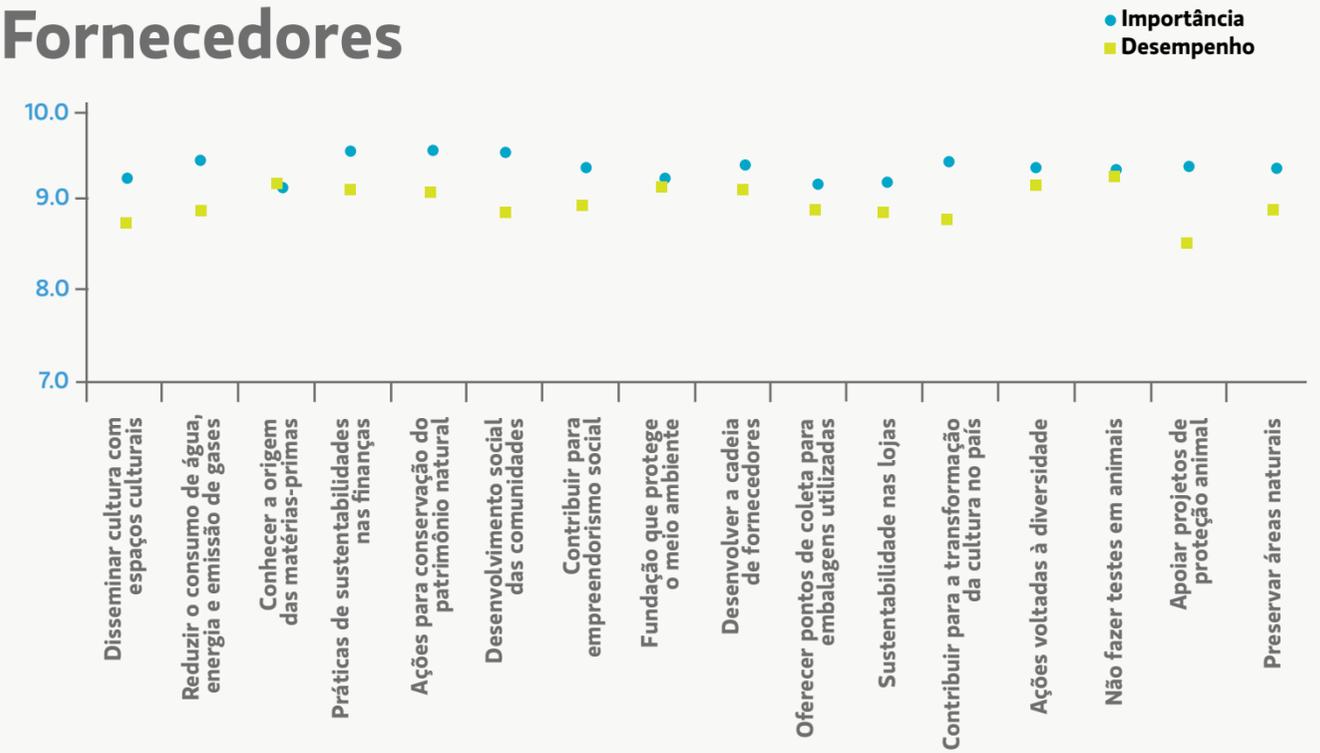


Materialidade do Grupo Boticário

Consumidores



Fornecedores



ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

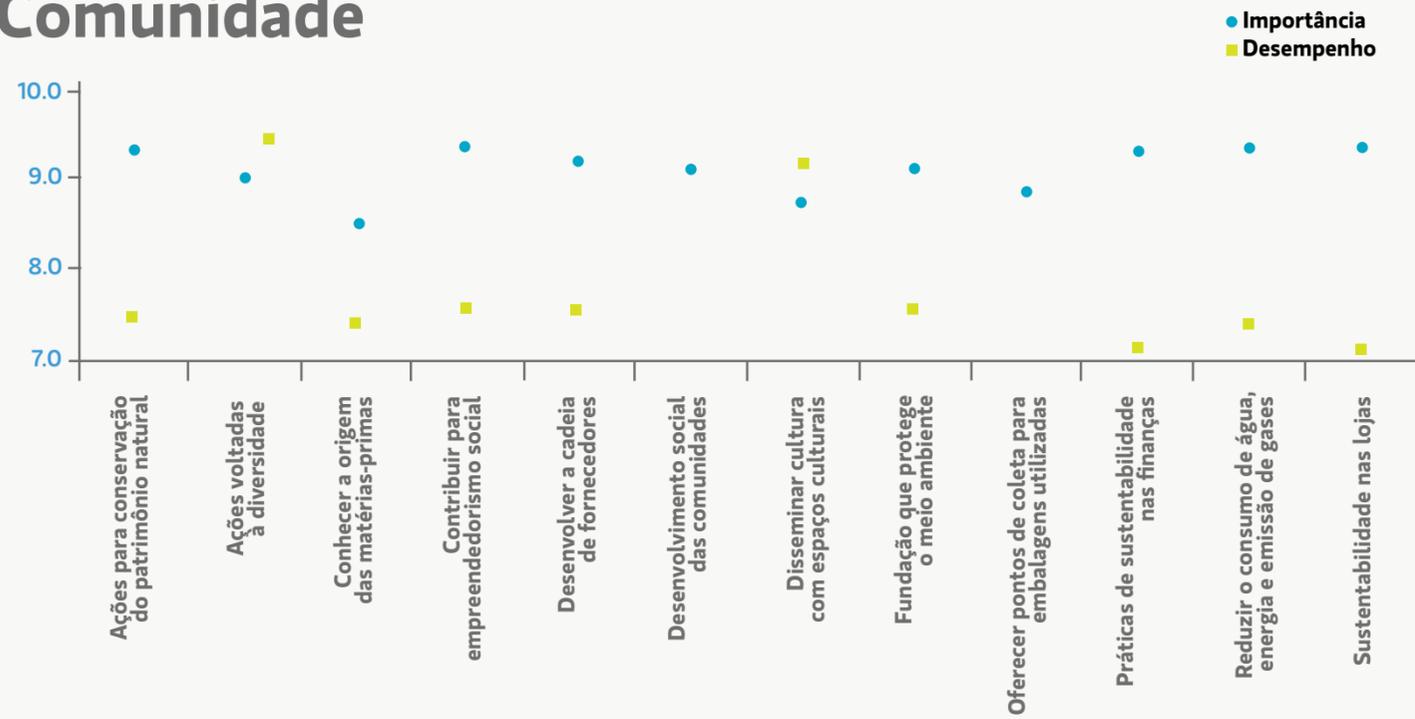
ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS

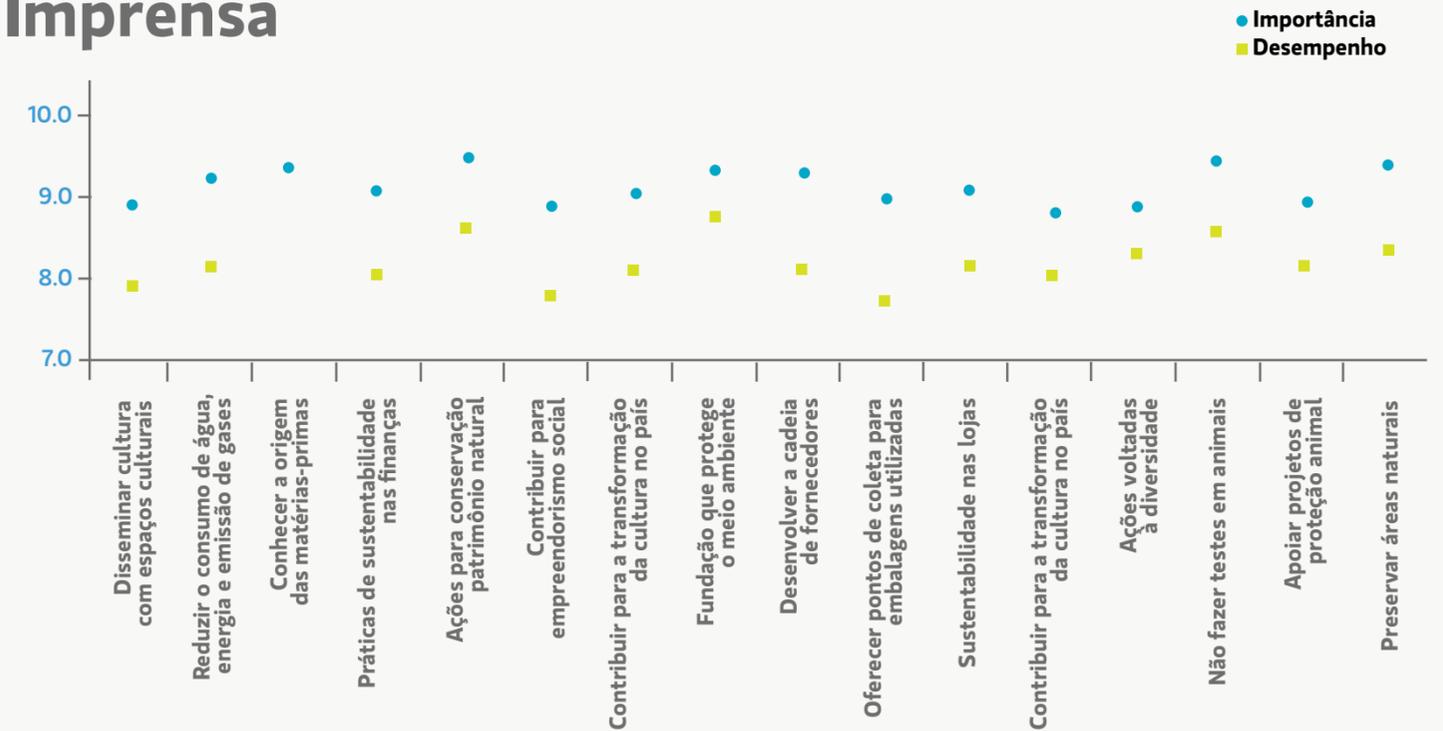


Materialidade do Grupo Boticário

Comunidade



Imprensa



ABERTURA

RETROSPECTIVA DO ANO
INTERNACIONAL
MENSAGENS

INSTITUCIONAL

NOSSA ESSÊNCIA
MARCAS
PRÊMIOS
MODELO DE NEGÓCIO
GOVERNANÇA
GESTÃO DE RISCOS

OPORTUNIDADES PARA REALIZAR SONHOS

O VALOR QUE CRIAMOS
NOSSO DESEMPENHO
INOVAÇÃO
SUSTENTABILIDADE EM PRODUTOS

DESEMPENHO AMBIENTAL

NÓS E O MEIO AMBIENTE
FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO
ECOEFICIÊNCIA
CONSTRUÇÕES MAIS VERDES
LOGÍSTICA REVERSA
GESTÃO DE RESÍDUOS

DESEMPENHO SOCIAL

DIVERSIDADE
CADEIA DE VALOR
INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

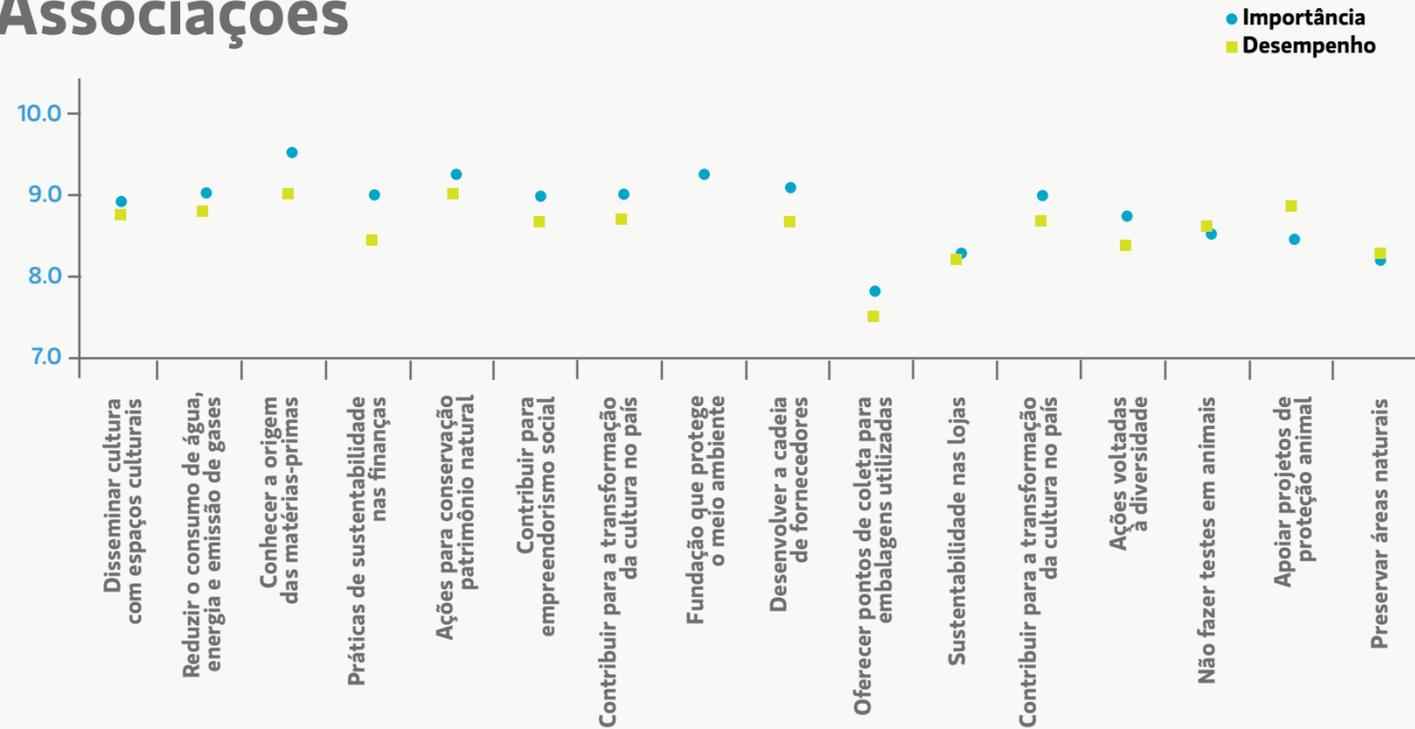
ANEXOS

ÍNDICE GRI
VERIFICAÇÃO EXTERNA
MATERIALIDADE E REPUTAÇÃO
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS

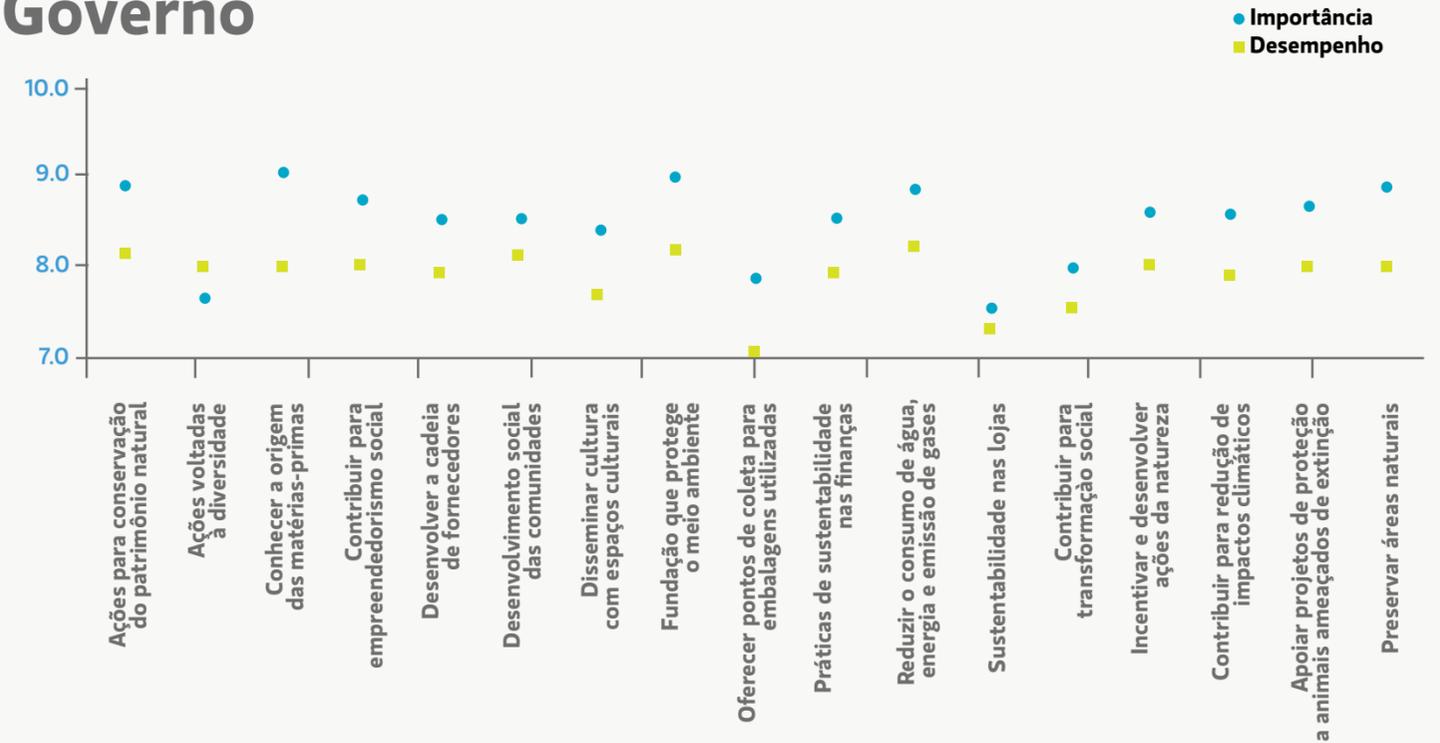


Materialidade do Grupo Boticário

Associações



Governo



Relacionamentos institucionais

Empresariais

- 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).

Setoriais

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

Sustentabilidade

- 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).

Participação em iniciativas

- Pacto Global
- Princípios de Empoderamento da Mulher (WEPs, na sigla em inglês)
- Indicadores de equidade e gênero do Instituto Ethos
- Movimento Mulher 360
- HeforShe
- Programa pró-equidade de gênero e raça
- Plataforma global We connect
- Plataforma global Integrare
- Adesão ao movimento Livres e Iguais (ONU)
- Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança e do Adolescente



Coordenação
Grupo Boticário

Edição, conteúdo, design e indicadores
Approach Comunicação

Editora-executiva
Monique Cardoso

Diretora de Arte
Karina Rohde

Projeto Gráfico e Diagramação
Tati Rivoire

Consultoria GRI
Marcelo Vieira

Fotografia
Guilherme Pupo
Banco de imagens Grupo Boticário

GrupoBoticário 

Sugestões, críticas e elogios podem ser enviados para o e-mail
sustentabilidade@grupoboticario.com.br



A BELEZA DE **SER**
HUMANO

É CRIAR OPORTUNIDADES
PARA REALIZAR SONHOS

GrupoBoticário 