
Informe ESG 2024

Versión ejecutiva

GrupoBoticário 



Mensajes

ESG como estrategia comercial

El final del año 2024 nos encontró con importantes avances hacia nuestros objetivos, guiados siempre por el propósito de crear oportunidades para la belleza y transformar vidas y el mundo que nos rodea. Anunciamos inversiones que superan los BRL 4000 millones para la expansión del Grupo y mantuvimos un crecimiento superior al de 2023 y superior al desempeño del mercado. De esta manera, demostramos que es posible equilibrar la agenda ESG (Ambiental, Social y de Gobernanza, por su sigla en inglés) con resultados financieros sólidos, que generen valor sostenible a nuestros *stakeholders*. Compartimos conquistas, desafíos y la evolución de nuestros Compromisos para el Futuro, divulgados en 2021 y actualizados en 2023, lo que ratifica nuestro compromiso con la rendición de cuentas y la mejora continua. Continuamos con nuestra determinación de innovar, evolucionar e inspirar, equilibrando nuestras ambiciones de crecimiento con la responsabilidad de cuidar a las personas y al planeta.



FERNANDO MODÉ
CEO del Grupo Boticário

Un año de conquistas y solidez

De cara a 2024, vislumbramos un año de consolidación de la larga trayectoria ESG del Grupo Boticário, un período en el que logramos avanzar con solidez, traduciendo los compromisos en indicadores bien definidos e integrándolos aún más al negocio. De esa manera, estuvimos en condiciones de transformar nuestras intenciones en acciones medibles, lo que nos permite responder de forma más asertiva, ajustando la ruta según sea necesario, ya sea acelerando o haciendo correcciones puntuales, buscando siempre la relevancia y la eficacia de nuestras acciones con el transcurso del tiempo. El presente informe refleja esa trayectoria, ya que informa sobre los avances, las conquistas y los desafíos que enfrentamos. Continuamos decididos a crecer de forma responsable e integrada, manteniendo el foco en el propósito del Grupo y el compromiso con los *stakeholders*, que avanzan a nuestro lado para construir un futuro más sostenible.



FABIANA DE FREITAS
Vicepresidenta de
Asuntos Corporativos

Desafíos y avances del ESG

El año 2024 presentó importantes desafíos a la agenda ESG, con un escenario global marcado por intensos debates y una creciente polarización. Sabemos que toda decisión implica costos y restricciones y la agenda ESG representa un camino que exige decisiones desafiantes, aunque indispensables, para generar un impacto positivo y promover la sostenibilidad. En el Grupo Boticário, esta agenda está integrada al negocio y alineada con la visión a largo plazo y el impacto positivo del fundador y los accionistas. Nuestro enfoque sobre la sostenibilidad asegura el ejercicio de una responsabilidad genuina, que genera la voluntad de tomar decisiones complejas hoy para asegurar la longevidad y el legado de la empresa. La combinación de transparencia y compromiso con la sostenibilidad coloca al Grupo Boticário como referente en ESG, dado que transforma desafíos en oportunidades y se mantiene fiel al propósito de prosperar colectivamente.



CAROLINA DA COSTA
Líder del Comité ESG
del Grupo Boticário

El Grupo Boticário

Perfil

Fundado en 1977, el Grupo Boticário se transformó en uno de los ecosistemas de belleza más grandes del mundo, que conecta fábricas con el comercio minorista a través de diversos canales. Integra las prácticas ESG a lo largo y a lo ancho del negocio, siempre con el objetivo de generar valor a los *stakeholders* y de transformar la sociedad por medio de la belleza.



3 fábricas propias:

São José dos Pinhais (Paraná), São José do Rio Preto (São Paulo) y Camaçari (Bahia), además de la fábrica de Pouso Alegre (Minas Gerais), cuyo inicio de operaciones se prevé para el año 2028.



8 centros de distribución,

en 5 estados de Brasil y en Portugal.



2 unidades administrativas,

en Curitiba (Paraná), donde se encuentra la sede, y São Paulo capital, así como oficinas en Estados Unidos, Hong Kong, Colombia y Portugal. **GRI 2-1**



Más de **4000**

tiendas y **100 000** puntos de venta.



Presencia en más de **5000** municipios de todos los estados de Brasil y en más de **40** países.¹

1. Obtenga más información en [Sobre el Grupo Boticário](#).

Nuestro propósito

Crear oportunidad para la belleza, transformar la vida de cada uno y, de esta manera, transformar el mundo que nos rodea.

Nuestras esencias

- Hacemos que los ojos de nuestros clientes brillen.
- Somos inquietos.
- Nutrims nuestros vínculos.
- Nos apasiona la ejecución.
- Buscamos el éxito responsable.

Obtenga más información acerca de nuestro propósito y de nuestras esencias [aquí](#).

Línea de tiempo

● La historia del Grupo Boticário comienza con la fundación, por Miguel Krigsner, de una pequeña farmacia de formulación magistral en Curitiba (Paraná), en el año 1977.

Años
1970

● Con la apertura de la primera tienda O Boticário en Portugal, comienza la internacionalización del Grupo.

Años
1980

Fundação
GrupoBoticário



MAYO/2025

Años
1990

● La creación de la Fundação Grupo Boticário, en 1990, muestra el espíritu pionero del Grupo en cuanto a la protección de la naturaleza y de la biodiversidad.

● El reconocimiento a la importancia de la Fundación en materia de inversión en investigación y conservación del medio ambiente llegaría a mediados de esa década, con premios como Eco, en 1996, y Super Top Nacional, en 1997.

Años
2000

Instituto
GrupoBoticário

● El Instituto Grupo Boticário inició sus actividades en el año 2004, invirtiendo principalmente en acciones de desarrollo cultural.



MAYO/2025

Años
2010

● En el año 2006 comienza el programa propio de logística inversa del Grupo, que más tarde se convirtió en el más grande de Brasil.

● Se publica el primer informe de sostenibilidad dedicado a los impactos ambientales y sociales.

● Se inaugura la segunda fábrica del Grupo en Camaçari (Bahia), la primera fábrica brasileña de cosméticos con certificación Leed.

● Se crean las tiendas sostenibles.

● El Grupo es pionero en el desarrollo y la utilización de tecnología de piel 3D para evitar la experimentación con animales y gana el premio Guia Exame de Sostenibilidad.

● Nuevas marcas pasan a formar parte del portafolio del Grupo, como Eudora, Vult y Quem disse, Berenice?, además de Beleza na Web, la mayor plataforma digital de belleza de América Latina y la tienda multimarca Tô.que.Tô.



MAYO/2025

Años
2020

● En 2020, el Grupo Boticário lanzó Emprendedoras de la Belleza, un programa de formación dirigido a mujeres.

● Los Compromisos para el Futuro, con definiciones de metas ESG para 2030, se anuncian en 2021 y se actualizan en 2023.

● El portafolio crece con las marcas Truss y Au.migos y el reconocimiento de la gestión ESG del Grupo se vuelve global, ubicándose entre las empresas de belleza más sostenibles del mundo, en el CSA¹ de S&P Global, en 2025².



MAYO/2025

1. CSA: Corporate Sustainability Assessment.
2. Considerando el resultado de diciembre de 2024.

Las **marcas** del Grupo Boticário

MARCAS DE CONSUMO

OBOTICÁRIO

EUDORA

Quem Disse,
Berenice?

vult 

O.U.i
ORIGINAL UNIQUE INDIVIDUEL

Dr. JONES 

TRUSS
PROFESSIONAL

beleza
NA WEB

AU.mIGOS
pets

MARCAS DE CONSUMO LICENCIADAS


Bio-Oil®


NUXE
PARIS


Australian
Gold.

Nova
Linha de
cuidados 

MARCAS DE NEGOCIO

MOOZ

 GAVB

MARCAS INSTITUCIONALES

Fundação
GrupoBoticário 

Instituto
GrupoBoticário 

Ecosistema de la belleza GRI 3-3

El Grupo Boticário comparte sus valores y objetivos con sus socios comerciales, quienes contribuyen al éxito del negocio.



1 Suministro sostenible

- / Más de **4300** proveedores activos.
- / Herramientas de gestión de proveedores, como la Plataforma *Beauty Chain*, el Programa de Evaluación y Desarrollo de Socios (PADP, por su sigla en portugués) y el formulario del *CDP Supply Chain*.
- / Mapeo de las cadenas de producción, por medio del Proyecto Pandora: **100 % de certificación en la cadena del alcohol, 98 % en la madera y 97 % en la palma.**

2 Colaboradores

- / + de **20 000** colaboradores directos.
- / **46 % de colaboradores negros en la plantilla general** y 26 % en puestos de liderazgo.
- / **62 % de mujeres en la plantilla general** y 57 % en puestos de liderazgo.
- / **Más de 30 beneficios** ofrecidos.
- / **Un promedio de 8,4 horas de capacitación** por colaborador.



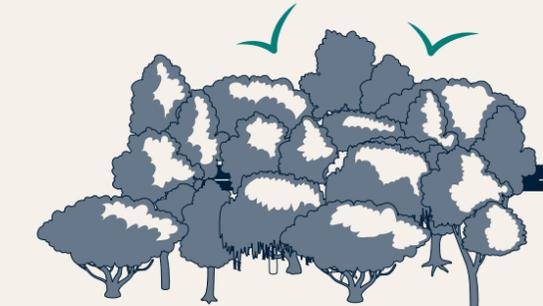
3 Investigación y desarrollo

- / Integración de aspectos ESG en proyectos y productos.
- / Herramientas de monitoreo de atributos ESG en los productos: *Score ESG* y *ESG Analytics*.
- / **6 % de material reciclado utilizado en los envases del Grupo.**
- / Análisis del Ciclo de Vida (ACV) para evaluar los impactos ambientales a lo largo de toda la cadena de producción.
- / **Un 20 % de aumento del portafolio con atributos de D+I**, considerando las necesidades de la población brasileña.



4 Fabricación

- / Constante búsqueda de la eficiencia en la utilización de recursos, con energía renovable, reciclaje de residuos y reutilización del agua.
- / **Un 96 % de reciclabilidad de los residuos y uso del 24 % del agua de reutilización en las operaciones.**



11 Fundação Grupo Boticário

- / Más de **30 años** de actuación, **11 000 hectáreas protegidas en la Mata Atlántica y en el Cerrado** y **580 Unidades de Conservación beneficiadas.**
- / Adaptación a los cambios climáticos como nuevo foco estratégico para 2030, con dos pilares principales: seguridad hídrica y resiliencia costero-marina.
- / Fortalecimiento del movimiento Viva Agua, con expectativas de expandirlo a otras cuatro áreas hasta el año 2030, lo que ascendería a un total de seis regiones beneficiadas.



10 Comunidades e Instituto Grupo Boticário

- / Creación del Fondo de Fomento a los Emprendimientos y del Hub de Aceleración de Negocios.
- / **Más de 80 000 mujeres capacitadas mediante Emprendedoras de la Belleza.**
- / Reestructuración del Instituto Grupo Boticário, que conmemoró 20 años de existencia en 2024, para ampliar su impacto por medio del fomento a los emprendimientos.



9 Consumidores

- / Participación de los consumidores en programas propios de logística inversa.
- / + de **4000 puntos de recolección de envases reciclables** presentes en **1780 municipios.**
- / Participación de los consumidores en el codesarrollo de productos inclusivos a través de la **Comunidad Belleza Libre.**
- / **Lanzamiento del Itinerario Antiedadismo del Programa de Formación en D+I**, disponible para consumidores, colaboradores y otros stakeholders prioritarios.



8 E-commerce y canales no propios

- / + de **100 000 puntos de venta.**
- / Haga clic y Retire en el sitio web, con compra en línea, y elección de la tienda para retirar los productos.



5 Distribución

- / Ocho centros de distribución.

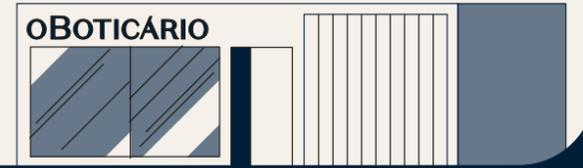
6 Tiendas propias y franquicias

- / **Más de 4000 tiendas físicas**, con presencia en todos los estados de Brasil y en más de 40 países.
- / **Más de 95 tiendas propias y 300 franquiciados**, que firmaron contratos para la utilización de energía renovable.
- / **Muebles o paredes producidas con materiales reciclados en 128 tiendas del Grupo** y 100 tiendas sostenibles, que funcionan en contenedores fabricados con residuos reciclados.



7 Venta directa

- / Apoyo a los revendedores por medio de la plataforma de capacitación Universidad de la Belleza.
- / Muy alta adhesión al catálogo digital, que es más sostenible. Un **67 % de los revendedores** ya lo utilizan.
- / Más de 1800 revendedores capacitados en educación financiera y emprendimientos mediante el Programa *Capacita & Acelera GB*.



Premios y reconocimientos



Mejores de ESG 2024

Empresa del Año en la premiación general de la *Revista Exame* y en la categoría Farmacéutica y Belleza.



Selo de Ouro - Programa Brasileiro GHG Protocol

Reconocimiento por el alto nivel de cualificación del inventario de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI).

Otros reconocimientos

Reporting Matters: Informe ESG 2023, entre los 15 mejores de Brasil.

Great Place to Work (GPTW): Sexta mejor empresa para trabajar en Brasil y 11.º lugar en el *ranking* étnico-racial, por fomentar la inclusión y la igualdad.

Premio Valor Innovación Brasil: Empresa más innovadora en Cosméticos, Higiene y Limpieza.

Age Friendly: Certificación como empresa inclusiva para todas las edades.

Vittude Awards: Empresa Referencia en Salud Mental en Brasil.

Grandes Cases de Envases: Reconocimiento por Arbo Puro, Floratta Blue y Cuide-se Bem Bob Esponja.

Design for a Better World: Tres trofeos por proyectos innovadores y sostenibles.

Premio Aberje: Elegida Empresa del Año y premiada a nivel regional por proyectos de inclusión.

Vea otros reconocimientos en la página 37 del [Informe ESG 2024](#).



S&P Global's Sustainability Yearbook

Ocupó un lugar entre las **10 empresas de belleza más sostenibles del mundo**¹, liderando el *ranking* de las Américas en el sector.

1. Considerando el resultado de diciembre de 2024.



Clasificado con nota A- en seguridad hídrica por tercer año consecutivo, recibió un reconocimiento en la categoría de Liderazgo, así como la nota A- en cambios climáticos.

Doble materialidad

El Grupo Boticário identifica y notifica en su [informe ESG](#) los temas más relevantes para su actuación, centrando sus esfuerzos en esos aspectos. El proceso de identificación de estos temas se realiza en forma anual, por medio de un análisis de materialidad, asegurado por una tercera parte. La empresa implementó la doble materialidad para contemplar diferentes dimensiones, como efectos financieros, impactos socioambientales y relevancia para los *stakeholders* prioritarios.

El proceso comenzó con la definición de macrotemas ambientales, sociales y de gobernanza, basados en la matriz de riesgos corporativos del Grupo, documentos internos, como la estrategia ESG y los Compromisos para el Futuro, así como

con el *benchmarking* con empresas del sector y referencias de *frameworks* internacionales. En seguida, esos macrotemas se priorizaron a partir de la combinación de diferentes perspectivas; impacto (con apoyo de especialistas y consultores), materialidad financiera (entrevistas con analistas e instituciones) y relevancia para los *stakeholders* (por medio de consultas con diversos públicos). Finalmente, se definieron los nueve temas considerados materiales para el Grupo Boticário.

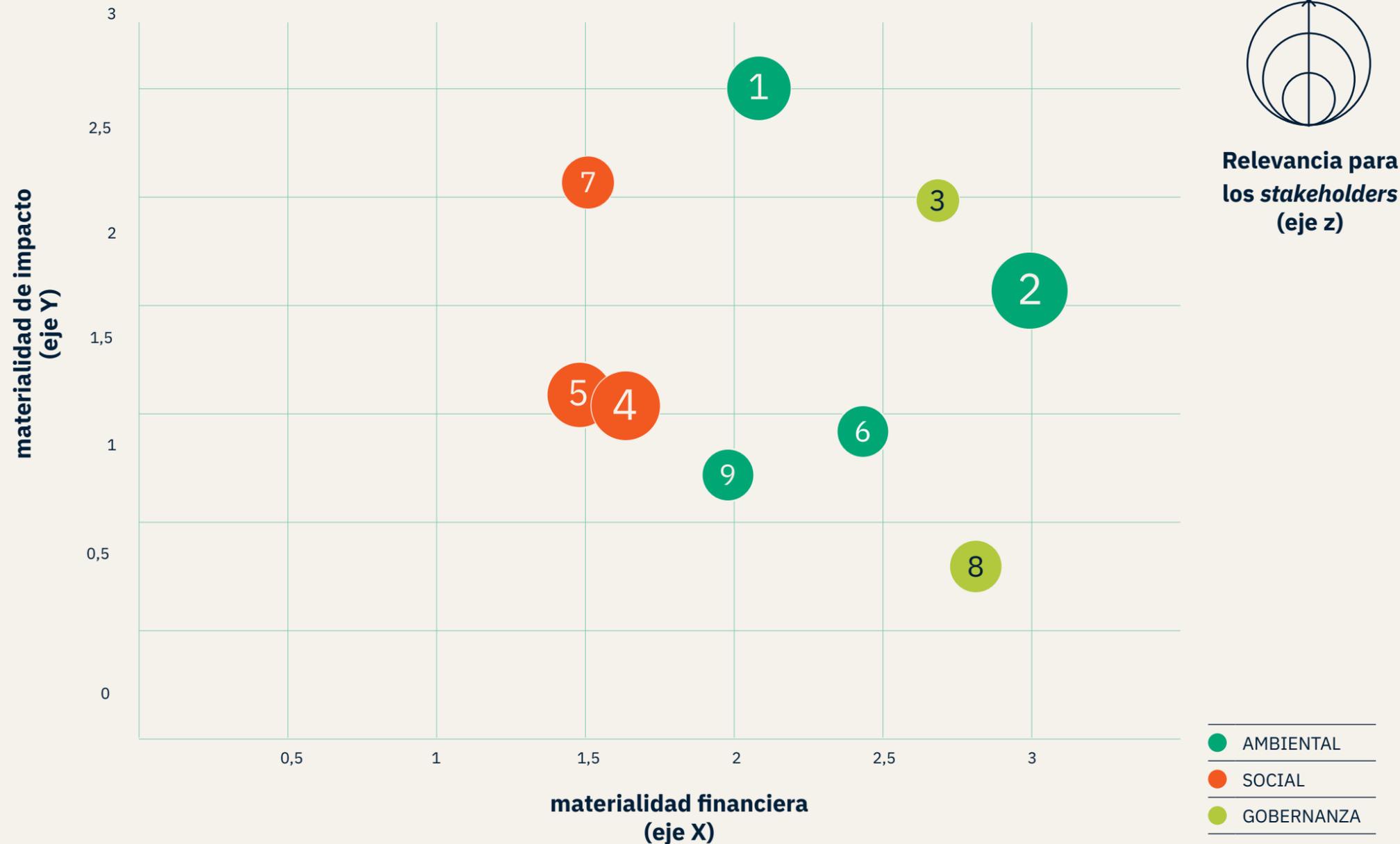
Accesibilidad

El informe ESG completo del Grupo Boticário tiene recursos de accesibilidad, incluso videos que detallan las principales secciones. [Haga clic aquí](#) para acceder al documento.



MAYO/2025

Materialidad Grupo Boticário 2024



A partir del análisis de los datos relevados en la etapa de consulta, se seleccionaron los nueve temas materiales para 2024:

- 1 Gestión de residuos
- 2 Cambios climáticos
- 3 Gestión sostenible de la cadena de proveedores
- 4 Seguridad, salud y bienestar
- 5 Diversidad e inclusión
- 6 Gestión del agua y los efluentes
- 7 Desarrollo y vínculo con revendedores y comunidades locales
- 8 Ciberseguridad, privacidad y seguridad de los datos
- 9 Biodiversidad y ecosistemas

La descripción de los temas materiales, sus impactos socioambientales, riesgos y efectos financieros, así como las oportunidades e indicadores asociados a cada uno de ellos, pueden consultarse en la tabla del Anexo 1 del [Informe ESG](#).

Nota: Los temas materiales de 2024 han sufrido ajustes con respecto a 2023, lo que refleja una reevaluación de las prioridades estratégicas. “Economía circular y gestión de residuos” se simplificó para “Gestión de residuos”. “Privacidad y seguridad de los datos” se amplió a “Ciberseguridad, privacidad y seguridad de los datos”. La “Gestión sostenible de la cadena de proveedores” pasó a ser “Gestión de la cadena de proveedores”. “Desarrollo de revendedores y comunidades” cambió su nombre a “Desarrollo y vínculo con los revendedores y las comunidades locales”. Por otra parte, los temas “Innovación y Tecnología para la Sostenibilidad” y “Calidad, Seguridad y Transparencia de los Productos”, reportados en 2023, no están presentes en la lista de temas materiales para el informe de 2024.

Estrategia y compromisos

La planificación estratégica del Grupo Boticário se estructura en horizontes a corto, mediano y largo plazo, donde el consumidor se encuentra en el centro de las decisiones. La planificación estratégica se apoya en datos de la investigación macroeconómica y de la inteligencia competitiva. Integrados a esta planificación, los aspectos ESG orientan de manera transversal procesos como el desarrollo de productos, el presupuesto, la gestión de personas, las inversiones y la expansión industrial, lo que hace que esta agenda no se aborde de forma aislada, sino como parte central de los objetivos estratégicos. La gobernanza corporativa desempeña un papel fundamental en ese contexto, pues promueve la transparencia, asegura visibilidad sobre el desempeño de la empresa y está en línea con sus acciones para el compromiso a largo plazo.

Compromisos para el Futuro

Los Compromisos para el Futuro del Grupo Boticário orientan un programa continuo de planificación, ejecución y mejora del desempeño en las áreas de la empresa. A través del Modelo de Gestión, las metas 2030 se incorporan en los planes a corto y mediano plazo, con objetivos y resultados clave bien definidos, que permiten una corrección de ruta en función de las necesidades y prioridades expresadas por el negocio. En las siguientes páginas, presentamos en forma detallada las metas y los avances que realizamos en 2024.



MAYO/2025

COMPROMISO

METAS ESPECÍFICAS

RESULTADO 2024

EVOLUCIÓN DEL COMPROMISO

Cambios climáticos

Contribuir a limitar el aumento del promedio de temperatura del planeta, en línea con el Acuerdo de París.



Alcances 1 y 2

Reducción del 42 % de las emisiones de gases de efecto invernadero, con respecto a 2022, por medio de actuación en las operaciones directas y del uso de energía renovable en las fábricas, en los centros de distribución y en el comercio minorista propio, hasta el año 2030.¹



En 2024, el volumen de emisiones de Alcance 1 se mantuvo cercano a los niveles de años anteriores. Además, el 100 % de las emisiones relacionadas con la compra de energía (Alcance 2) se compensaron mediante contratos de energía renovable con certificados de trazabilidad (I-REC), lo que indica una reducción de emisiones con respecto a la *baseline*.

Alcance 3

Reducción del 17 % de las emisiones de gases de efecto invernadero, con respecto a 2022, mediante acciones coordinadas con nuestros socios, hasta 2030.



La reducción de las emisiones identificadas en la categoría de bienes y servicios, en comparación con la *baseline*, contribuyó a un resultado positivo en la meta. La medición de las emisiones a lo largo de la cadena de valor continúa mejorándose mediante la Evaluación del Ciclo de Vida y el compromiso de los proveedores.

Reducción de la intensidad de los residuos

Disminución, hasta 2030, del 15 % del volumen de residuos generados por unidad vendida (*sell-in*), con respecto a 2022².



El resultado de 2024 fue muy positivo, impulsado por la reducción absoluta del peso de los envases, el aumento de categorías con envases más livianos y la variación en el *mix* de categorías de productos comercializados. Como se trata de una métrica que depende de ese *mix*, nos mantendremos atentos al comportamiento de ese indicador en los próximos años, de manera de apoyar el resultado de la meta hasta 2030.

Residuos

Minimizar el impacto ambiental causado por los residuos sólidos de nuestra operación directa por medio de la reducción del volumen de residuos, de programas de incentivo al reciclaje y la práctica de la circularidad de los envases.



Reciclaje

Recolección y envío a reciclaje de, por lo menos, el equivalente al 45 % de los residuos de envases generados durante el año hasta el 2030.



A través de iniciativas de reciclaje, como programas propios de logística inversa, el proyecto Estación Precio de Fábrica, la participación en el acuerdo sectorial *Mãos pro Futuro* [Manos para el Futuro] y el reciclaje de residuos de puntos de venta fuera de servicio, el 40 % del volumen equivalente a residuos generados en envases se envió a reciclaje.

Reciclaje de, por lo menos, el 95 % de los residuos logísticos e industriales hasta 2030.



La meta considera todos los residuos generados y reciclados en las operaciones industriales y en los centros de distribución. El resultado demuestra que las iniciativas de reciclaje de los materiales generados por las operaciones del Grupo Boticário fueron efectivas.

Circularidad de los envases

Utilización de 30 % de material reciclado en nuestros envases hasta 2030.



El resultado de 2024 refleja desafíos relacionados con el crecimiento del Grupo y la maduración de procesos internos para aumentar la incorporación de PCR³ en los envases, así como desafíos relacionados con esta cadena de suministro. El Grupo continúa comprometido con esos esfuerzos, al tiempo que evoluciona en los procesos para el desarrollo de envases más sostenibles y para el establecimiento de alianzas con los proveedores.

El 90 % de los nuevos productos se presentan en envases reutilizables, reciclables o biodegradables hasta 2030.



La meta comenzó a medirse en 2024, principalmente en cuanto a las recargas. Los equipos internos continúan perfeccionando la metodología de medición, que cuenta con el apoyo de institutos de investigación para la creación de la métrica. Actualmente, el alcance de la medición se restringe a las recargas y, en el futuro, se incorporarán otras palancas.

1. Para medición del compromiso, utilizamos el Alcance 2 (base de mercado).
 2. Sumatoria del volumen total de residuos generados por el Grupo Boticário, dividido por las unidades *sell-in*.
 3. PCR: Posconsumo reciclado

COMPROMISO

METAS ESPECÍFICAS

RESULTADO 2024

EVOLUCIÓN DEL COMPROMISO

Llegar a por lo menos un 90 % de biodegradables.



Las iniciativas de creación de nuevas plataformas de fórmulas para los productos con enjuague y la sustitución de materias primas de mayor impacto impulsaron el resultado.

Producto
(entre los productos con enjuague)

Cumplimiento del 100 % con menor impacto en el agua (con respecto a 2020), medido por la metodología I.A.R.A®.



Los resultados se alcanzaron gracias al esfuerzo de las áreas responsables, que sustituyeron las materias primas de alto impacto y desarrollaron nuevas plataformas de fórmulas para los productos.

Creación de tecnologías que permitan al consumidor reducir el consumo de agua durante el enjuague.

Tecnologías aplicadas: 19 %

El Grupo Boticário cuenta con 16 tecnologías y soluciones desarrolladas que posibilitan el uso de menos cantidad de agua durante el enjuague, tres de ellas ya aplicadas en productos, lo que representa el 19 %. Tenemos la ambición de aumentar las aplicaciones en los próximos años.

Agua

Aumentar la eficiencia hídrica del negocio y ejercer impacto positivo cuencas hidrográficas estratégicas para nosotros y para la sociedad.

Eficiencia

Reducción de, por lo menos, el 25 % del volumen (m³) de agua consumida por tonelada de producto final, con respecto a 2022 (intensidad hídrica).



El aumento del consumo relativo de agua se produjo debido a cambios en el régimen de trabajo operativo, en la producción y en el uso en las plantas de fabricación. Hubo una mejora en el resultado con respecto a 2023, producto de acciones como el Programa Gota. Se pueden obtener más detalles en el capítulo de Gestión del Agua y los Efluentes, en el Informe ESG.



Uso de, por lo menos, un 90 % de agua de reutilización, generada en las operaciones de nuestras fábricas, hasta 2030.



Tras un período de adaptación para mejorar la calidad del agua tratada, la Estación de Tratamiento de Agua de Reutilización (ETAR) de la fábrica de São José dos Pinhais comienza a mostrar sólidos resultados, lo que amplía las oportunidades de reutilización.

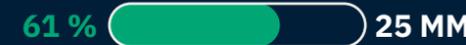
Conservación
(promoción de iniciativas de conservación de la naturaleza que reduzcan el riesgo hídrico)

En seis manantiales críticos para Brasil o donde se localizan en nuestras operaciones.



Se estableció una gobernanza local para las iniciativas de conservación en dos manantiales críticos —la meta es llegar a seis hasta 2030—: Cuenca del río Miringuava (Paraná) y Región Hidrográfica de la Bahía de Guanabara (Rio de Janeiro). En estas regiones, el movimiento Viva Agua, liderado por la Fundação Grupo Boticário y socios, promueve acciones de conservación y emprendimientos sostenibles, que benefician a aproximadamente 3,6 millones de personas en Miringuava y 11,5 millones en Guanabara.¹

Benefician a aproximadamente 25 millones de personas.



1. El total de 15 146 247 personas beneficiadas corresponde a la suma de Guanabara y Miringuava. Como nos proponemos llegar a 25 millones, consideramos que alcanzamos el 61 % de la meta.

COMPROMISO

METAS ESPECÍFICAS

RESULTADO 2024

EVOLUCIÓN DEL COMPROMISO

Conservación

Apoyar la conservación de la biodiversidad en 2 millones de hectáreas de áreas protegidas terrestres y marinas hasta 2030¹.

15 % 2 MM

Durante el primer ciclo de este compromiso (2020-2023) se superó la meta, con 3,6 millones de hectáreas conservadas mediante acciones directas e indirectas. Con la actualización de los compromisos hasta 2030, a partir de 2024 la empresa pasó a enfocarse en la conservación de hectáreas en Unidades de Conservación beneficiadas con recursos de compensación ambiental y otras iniciativas influenciadas por la Fundação Grupo Boticário. Este nuevo alcance considera en su cálculo la conservación apoyada en mecanismos de conservación más duraderos.

Asegurar que el 100 % de nuestros productos sean veganos en 2026.

97,6 % 100 %

Los esfuerzos en acciones de sustitución de materias primas no veganas impulsaron los resultados alcanzados en 2024.

Respeto a los animales

Aumentar en un 40 % la cartera de métodos alternativos disponibles para evaluar la seguridad de las materias primas y de los productos².

10 % 40 %

El Grupo Boticário no realiza experimentación en animales desde el año 2000 y sus productos se someten a estrictas prácticas de evaluación de la seguridad, en línea con su compromiso de ampliar su portafolio de métodos de experimentación alternativos disponibles. En 2024, el Grupo logró 55 métodos alternativos disponibles, lo que representa un incremento del 10 % en comparación con la *baseline* de 50 métodos del año 2023. El objetivo es alcanzar 70 métodos hasta 2030. En 2023, por ser el año de *baseline*, se reportó como resultado el cumplimiento de la *baseline* relativa a la meta. A partir de 2024, el Grupo comienza a informar el incremento porcentual con respecto a la *baseline*.

Impacto positivo

Búsqueda del impacto positivo neto sobre la biodiversidad³.

25 % 8

Para contribuir positivamente a la conservación de la biodiversidad, una de las iniciativas previstas es la certificación LIFE, otorgada a las empresas comprometidas con la conservación de la biodiversidad. Actualmente, las fábricas de São José dos Pinhais (Paraná) y Camaçari (Bahia) cuentan con la certificación LIFE y la empresa no medirá esfuerzos para ampliar la certificación a ocho plantas hasta 2030.

Biodiversidad

Potenciar la conservación de la biodiversidad y el respeto a los animales.



Diversidad e inclusión

Promover la representatividad y la inclusión de personas diversas en la plantilla general y en el liderazgo del GB, de manera de reflejar a la población brasileña.



Plantilla general

Promover la representatividad de personas diversas en la plantilla general.

Colaboradores negros: 46 %

Mujeres: 62 %

Liderazgo

Promover la representatividad de personas diversas en cargos de liderazgo.

Colaboradores negros: 26 %

Mujeres: 57 %

A lo largo de 2024, el Grupo Boticário revisó la metodología de cálculo de la representatividad de personas diversas, tanto en su plantilla general de colaboradores como en puestos de liderazgo, buscando una visión más integrada y una evolución en este tema. La aplicación de la nueva metodología aún está pasando por un proceso de mejora y, en este ciclo, apunta a una población de la plantilla general de colaboradores compuesta por más de un 80 % de personas de grupos diversos. En el caso de los cargos de liderazgo, esta cifra representa más del 70 %.

1. En 2024, 299 910 hectáreas de 13 estados de Brasil recibieron más cuidado, gracias a la creación y a la implementación de nuevas áreas protegidas y a la utilización de recursos de compensación ambiental.

2. Contamos con 55 métodos alternativos disponibles y nuestra meta es llegar a 70 hasta 2030.

3. Dos plantas ya están certificadas y tenemos la meta de llegar a ocho.

COMPROMISO

METAS ESPECÍFICAS

RESULTADO 2024

EVOLUCIÓN DEL COMPROMISO

Diversidad e inclusión

Promover la diversidad y la inclusión en el ecosistema de nuestro negocio, por medio de lo que compramos, comercializamos y comunicamos a la sociedad.



Comunicación

Realizar una comunicación accesible, representativa de la población brasileña, sin estereotipos y que naturalice la diversidad.

Cadena de valor

Promover la estrategia de diversidad e inclusión con los *stakeholders*, así como fomentar los emprendimientos de personas diversas para incluirlos en nuestra cadena de valor

Producto

Ofrecer una cartera de productos, tanto nuevos como ya existentes, que sea inclusiva y diversa, considerando las necesidades de la población brasileña.

Personas negras: 35 %

LGBTQIA+: 16 %

45+: 13 %

Cuerpos diversos: 35 %

Personas con discapacidad: 8 %

Accesibilidad: 61 %

Spend total con empresas de propiedad de personas diversas, entre el pool de proveedores estratégicos¹: 11 %

La meta considera la representatividad de personas diversas que estuvieron presentes en campañas y comunicaciones externas del Grupo Boticário y sus marcas de consumo. En 2024, el Grupo Boticário alcanzó los respectivos porcentajes de representatividad de cada público, con la elección del *casting* de las campañas, que incluye personas que representan la diversidad de la población brasileña.

En 2024, comenzó a realizarse la medición de la meta de accesibilidad. Se definieron focos de diversidad para trabajar con las marcas, con vistas a facilitar la comunicación y la implementación de buenas prácticas en materia de accesibilidad en las campañas del Grupo y avanzar en este compromiso. Como estándar mínimo de accesibilidad, consideramos los siguientes recursos: descripción de imágenes en medios estáticos con #PraGeraVer, subtítulos en videos, intérpretes de lengua de señas y audiodescripción.

Este resultado es un reflejo del pilar de Compras Afirmativas, parte del Programa de Compras Responsables, que incentiva los negocios con empresas propiedad de personas diversas. Además, se ofrece capacitación a los proveedores en temáticas relativas a Diversidad e Inclusión y se realiza un seguimiento de su actuación en el marco del programa de evaluación y desempeño de proveedores. En 2024, la metodología de cálculo de este pilar se sometió a un proceso de revisión, motivo por el cual solo se midió este indicador.

El Grupo Boticário está comprometido con la evolución del tema de la diversidad y la inclusión. Las metodologías de medición del indicador del pilar de productos se encuentran en proceso de actualización y perfeccionamiento, motivo por el cual los resultados no se darán a conocer hasta la finalización del estudio en curso.

1. Spend con proveedores de propiedad de personas diversas dividido entre el spend total con proveedores estratégicos del Grupo.

COMPROMISO

METAS ESPECÍFICAS

RESULTADO 2024

EVOLUCIÓN DEL COMPROMISO

Desarrollo social

Contribuir activamente a la reducción de la desigualdad social de la población en general y ejercer impacto positivo sobre la calidad de vida de los socios comerciales que pertenecen al ecosistema de la belleza.



Población en general

Crear, hasta el año 2030, un millón de oportunidades para transformar la vida de las personas, promoviendo la participación en programas de desarrollo social, con énfasis en los emprendimientos o en la capacitación profesional.¹



Si tomamos como referencia solo el año de 2024, se crearon más de 204 000 oportunidades. Los resultados se vieron impulsados principalmente por el programa Emprendedoras de la Belleza, que ofrece capacitación a mujeres que trabajan en ese segmento. Se alcanzó el 43 % de la meta, lo que representa 428 935 oportunidades creadas.

Socios (as) comerciales

Proporcionar aumento de la calidad de vida de los socios comerciales, de manera que esto se refleje en el aumento de sus ingresos.

El indicador continúa evaluándose con la consolidación de datos históricos y transaccionales.

Origen de las materias primas

Utilización de por lo menos un 95 % de materias primas de fuentes renovables o de origen sostenible hasta el año 2030.



Considera las materias primas de origen 100 % vegetal, biotecnológico o vegetal + biotecnológico. El valor de las materias primas renovables varía en función de lo que el Grupo Boticário compra de ese insumo. Como en 2024 la empresa contaba con *stock* de dichas materias primas, el volumen de compra se redujo.

Suministro sostenible

Promover el abastecimiento responsable en nuestras cadenas de suministro, como forma de combatir la deforestación ilegal, la pérdida de la biodiversidad y promover condiciones laborales adecuadas.



Procedencia responsable

Garantía de certificación de materias primas con más riesgo:

El 100 % de la palma comprada hasta 2030.



Desafío de aplazamiento de los lanzamientos de *repacking* de productos con esa materia prima, que impuso restricciones a un avance aún mayor del resultado.

El 90 % de madera y sus derivados comprados hasta 2030.



El desafío de esta meta es obtener, todos los años, más del 90 % de madera y derivados con garantía de procedencia responsable. En 2024, el resultado superó el compromiso, con un 98 %, gracias a que se priorizó la adquisición de maderas y derivados con certificaciones.

El 100 % del alcohol de la caña de azúcar comprado hasta 2030.



Para el alcohol de la caña de azúcar, el proceso de certificación y migración de las materias primas se realizó en 2024, lo que garantizó un 100 % de ese insumo certificado.

Evaluación de proveedores

Evaluación del desempeño en materia de sostenibilidad *tier* 1² responsables por, por lo menos, el 75 % del *spend*, hasta 2030³.



El resultado presenta el *spend* con los proveedores *tier* 1, que son evaluados en forma recurrente, como mínimo una vez al año, con respecto al desempeño en materia de sostenibilidad. Resultado alcanzado gracias a *Beauty Chain*, programa que permitió ampliar la cantidad de proveedores evaluados en ESG, y su respectivo compromiso.

1. Hasta 2023, se habían creado 224 384 oportunidades y en 2024 se crearon otras 204 551 oportunidades. La cantidad total de oportunidades creadas es la suma de estos dos números, 428 935. Como nos proponemos llegar a un millón, consideramos que alcanzamos el 43 % de la meta.

2. Primer eslabón de la cadena de suministro.

3. Es el resultado de la división del *spend* con proveedores estratégicos evaluados entre el *spend* total del Grupo.

Gobernanza



Vea, en la página 41 del [Informe ESG](#) completo, el video sobre este capítulo.



MAYO/2025

Gobernanza corporativa

El Grupo Boticário revisa y perfecciona continuamente su gobernanza, de manera que todos los procesos estén en línea con la estrategia comercial y que los temas discutidos por el alto liderazgo sean los más relevantes para el futuro de la empresa.

La presidencia y la vicepresidencia del Grupo están ocupadas por los socios, que no ejercen cargo ejecutivo. Además del Consejo Consultivo, compuesto en 2024 por 11 miembros (de los cuales siete son independientes y cuatro son mujeres¹), la gobernanza cuenta con cuatro comités de asesoramiento: Riesgos y Auditoría, Personas, ESG y, a partir de 2024, el nuevo Comité de Estrategia. Ese mismo año, se discontinuaron los comités de Consumer, Canales y Comercio Minorista, Tecnología y Operaciones, cuyos temas pasaron a ser tratados por la alta gestión y por el Consejo.

El Comité ESG del Grupo Boticário desempeña un papel central en cuanto a la integración de los aspectos ambientales, sociales y de gobernanza con la estrategia de la empresa. Está liderado por un miembro independiente y compuesto por ejecutivos clave, el CEO, el presidente y el vicepresidente del Consejo Consultivo, así como por un especialista externo.

1. Se realizaron ajustes en la estructura del Consejo Consultivo en 2025, que se reportarán en el próximo informe.

Ética, integridad y compliance

Los procesos de gobernanza implementados en el Grupo Boticário fortalecen el respecto a la ética, las reglas de conducta y los controles dentro de la organización y sus vínculos con los *stakeholders* externos. Estos procesos cuentan con canales de comunicación de fácil acceso, información bien procesada y responsabilidades definidas, lo que asegura que la información llegue a las instancias correctas y apoye la toma de decisiones.

Para prevenir conflictos de interés, el Código de Conducta y el Reglamento Interno del Consejo Consultivo establecen reglas claras, que se aplican a todas las personas, desde los miembros del alto liderazgo hasta los colaboradores. Todos reciben instrucción acerca de las buenas prácticas, las políticas y restricciones relativas al uso de informaciones confidenciales. El Canal de Conducta, disponible las 24 horas del día y operado por una empresa de consultoría externa, permite recibir y tratar las denuncias con absoluta reserva. Cuenta con el apoyo del liderazgo. Con la expansión de las operaciones, el Grupo refuerza su alineamiento ético con sus socios estratégicos, seleccionados con rigor y con base en relaciones transparentes y de confianza mutua.



Crédito de fotografía: Marcelo Soares

Finanzas sostenibles

La agenda ESG está integrada a la gestión del Grupo Boticário y orienta las decisiones que priorizan beneficios sociales, ambientales y la mitigación de impactos. En este contexto, el Grupo fue pionero, en 2020, al emitir el primer Sustainability-Linked Bond (SLB) del mercado nacional de deuda, con metas relacionadas con el reciclaje y la energía renovable y, en 2024, al emitir el primer SLB con meta relacionada con el impacto social (ver cuadro en la próxima página).





MAYO/2025

Sustainability-Linked Bonds del Grupo Boticário

2020	2023	2024
CAPTACIÓN: 1000 millones de BRL	CAPTACIÓN: 2000 millones de BRL	CAPTACIÓN: 1150 millones de BRL
META 1: 100 % de residuos sólidos reciclados en las fábricas de São José dos Pinhais (Paraná) y Camaçari (Bahia), así como en los centros de distribución de Registro (São Paulo) y São Gonçalo dos Campos (Bahia).	META 1: Asegurarnos de que el 100 % de los productos del Grupo son veganos	META 1: Crear 1 millón de oportunidades para transformar la vida de las personas a través del Programa Emprendedores de la Belleza
RESULTADO (HASTA 2024): 97,78 %	AÑOS DE VERIFICACIÓN: 2026 y 2029	AÑOS DE VERIFICACIÓN: 2027 y 2030
META 2: 100 % del uso de energía renovable las fábricas de São José dos Pinhais (Paraná) y Camaçari (Bahia), así como en los centros de distribución de Registro (São Paulo) y São Gonçalo dos Campos (Bahia).	META 2: Uso de, por lo menos, un 80 % del agua de reutilización generada en la fábrica de São José dos Pinhais	META 2: Asegurar que el 75 % de los PDV propios del Grupo dispongan de energía vinculada a fuentes renovables
RESULTADO (HASTA 2024): 100 %	AÑOS DE VERIFICACIÓN: 2026 y 2029	AÑOS DE VERIFICACIÓN: 2027 y 2030
PLAZO: 2025	PLAZO: 2030	PLAZO: 2031

Ciberseguridad, privacidad y seguridad de los datos

La cultura de privacidad del Grupo Boticário refleja un compromiso sólido con la transparencia, la gobernanza y la seguridad, en conformidad con la Ley General de Protección de Datos (LGPD), que integra esos principios en todos los niveles de la organización. Con una estructura dedicada, comités y mecanismos de evaluación de riesgos, la actuación es preventiva y ética, y va más allá de la conformidad legal.

La privacidad es tratada como pilar estratégico, que apoya la gestión de valor al cliente (CVM, por su sigla en inglés) y asegura el uso responsable de los datos. En 2024, el área se reestructuró con procesos consolidados, informes regulares y mayor integración a las decisiones del negocio, de las que incluso participaron franquiciados y terceros. El año también estuvo marcado por la ausencia de quejas sobre violaciones a la privacidad, lo que ratifica el compromiso continuo con un ambiente de datos seguro y confiable.



Seguridad de la información

El área de Seguridad de la Información cuenta con mecanismos de gobernanza y gestión para que sus procesos y prácticas estén alineados con la estrategia y las necesidades de negocio del Grupo Boticário. En 2024, la herramienta DLP (*Data Loss Prevention*), implementada en 2021, comenzó a utilizarse en nuevos casos, lo que permitió un enfoque más preventivo y refinado en la protección de datos personales. La solución monitorea los correos electrónicos enviados hacia fuera de la organización, identificando y bloqueando posibles violaciones a las normas internas, de manera de impedir el envío inapropiado de información confidencial.

Además de las soluciones tecnológicas, el Grupo también invirtió intensamente en concientización y capacitación. En 2024, realizó 49 sesiones de entrenamiento en materia de privacidad, con módulos en línea y presenciales para los colaboradores.

Gestión de riesgos

El mapa de riesgos estratégicos de la empresa incluye temas críticos de ESG, como el cambio climático, así como los riesgos para la reputación vinculados a los compromisos asumidos. Estos temas se discuten en el Comité de Riesgos y Auditoría (CRA). La inclusión de ESG en el mapa de riesgos refuerza la visión integrada de la empresa, que conecta la sostenibilidad con la longevidad y la reputación del negocio.

Etapas



Ambiental



Vea, en la página 55 del [Informe ESG](#) completo, el video sobre este capítulo.

Cambios climáticos

Uno de los principales hitos en cuanto al enfrentamiento al cambio climático en 2024 fue la elaboración del Plan de Transición y Adaptación Climática, desarrollado con el apoyo de una empresa de consultoría externa. El documento presenta estrategias de mitigación y adaptación, que ya fundamentan las decisiones relacionadas con la expansión, la innovación y la operación, lo que garantiza que los requisitos de descarbonización se incorporen a nuevos proyectos e iniciativas.

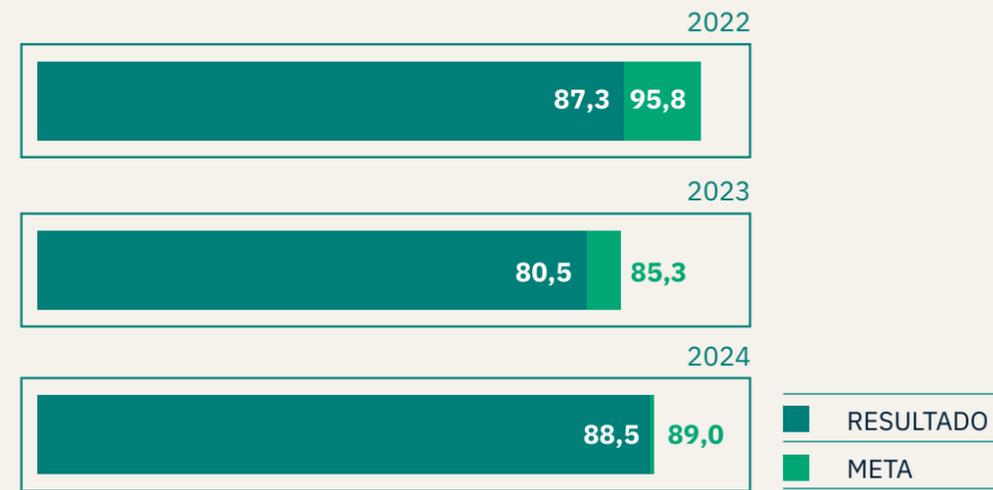
Entre 2020 y 2023, el riesgo del cambio climático se clasificó como moderado para el Grupo Boticário. En 2024, esta clasificación se elevó a significativa, lo que refleja la mayor relevancia y la complejidad de los riesgos climáticos. Esta nueva clasificación exigió planes de acción más detallados y un seguimiento más específico por parte de los ejecutivos y miembros del Consejo.

En 2024, el Grupo Boticário recibió nota A- en la temática de Cambios Climáticos, en el Carbon Disclosure Project (CDP)¹, consolidando su consistencia y postura como referente en el mercado.

1. La puntuación relativa al cuestionario de cambio climático se ajustó después de la publicación inicial del presente informe, debido a un proceso de revisión del CDP.

El Informe ESG 2024 del Grupo Boticário incluye un capítulo dedicado a las divulgaciones alineadas a las recomendaciones de la Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD), donde se detalla la gobernanza, la estrategia, la gestión de riesgos y las métricas relacionadas con los cambios climáticos.

Intensidad energética^{1, 2, 3} GRI 302-3



Notas:

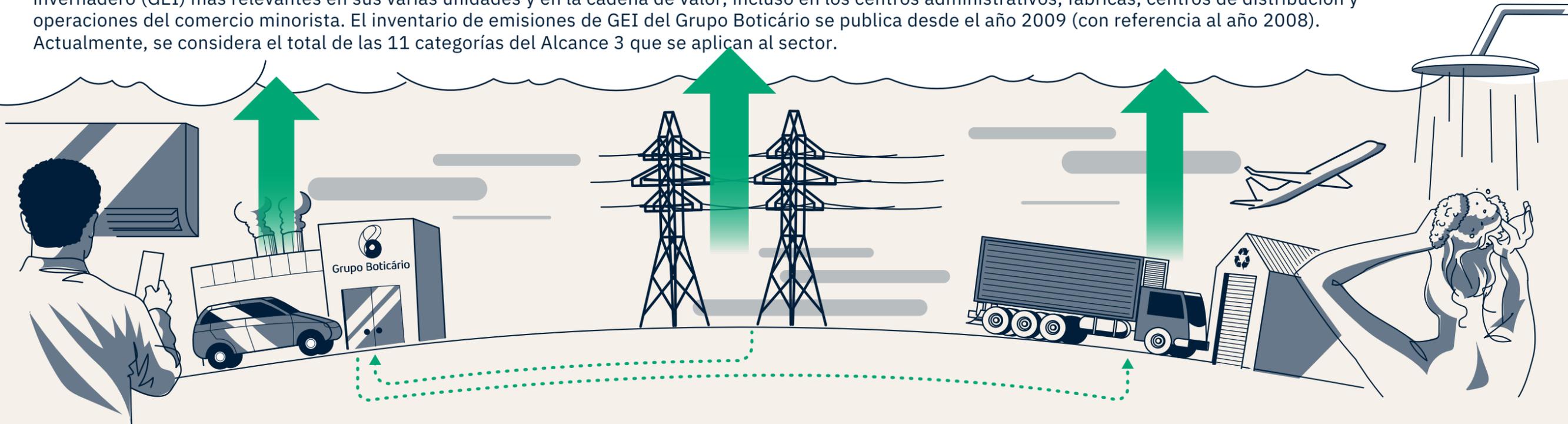
1. El cálculo de la intensidad energética se establece por la relación entre el consumo de energía total (MWh) por la cantidad de unidades producidas (millones).
2. La tabla considera el consumo de electricidad en las fábricas. Considerando el consumo total de energía de las fábricas (electricidad y vapor), el indicador es de 114,02 MWh/millón de unidades producidas.
3. Metas operativas.

Fundação Grupo Boticário

En 2024, la *Fundação Grupo Boticário* hizo evolucionar su estrategia con el lanzamiento del mapa estratégico para 2030, donde priorizó la adaptación a los cambios climáticos y estructuró su actuación en dos pilares: seguridad hídrica, con foco en los manantiales de abastecimiento público, y la resiliencia costero-marina. Entre los avances, se destaca la llamada pública de la *Teia de Soluções na Grande Reserva Mata Atlântica* [Tela de Soluciones en la Gran Reserva Mata Atlántica], en asociación con instituciones como el BRDE y la Fundação Araucária, enfocada en el turismo de naturaleza, la adaptación climática y el fortalecimiento de las comunidades tradicionales. Otro hito fue la conclusión del Acelerador de Soluciones Basadas en la Naturaleza (SbN) en las Ciudades, junto con WRI Brasil. La iniciativa capacitó, orientó y aceleró diez proyectos sostenibles de desarrollo urbano, conectándolos con importantes financiadores. Toda esta actuación se conecta con la estrategia ESG del Grupo por medio de los Compromisos para el Futuro, lo que amplifica los impactos positivos en biodiversidad, agua y clima.

Inventario de emisiones de gases de efecto invernadero 2024 GRI 3-3

Las fuentes de emisión del Grupo Boticário se definen mediante el análisis de los límites operativos, que identifican y clasifican las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) más relevantes en sus varias unidades y en la cadena de valor, incluso en los centros administrativos, fábricas, centros de distribución y operaciones del comercio minorista. El inventario de emisiones de GEI del Grupo Boticário se publica desde el año 2009 (con referencia al año 2008). Actualmente, se considera el total de las 11 categorías del Alcance 3 que se aplican al sector.



Metas del Grupo Boticário para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero hasta 2030, con respecto a 2022:



Alcance 1 **EMISIONES DIRECTAS**

- / **Combustión estacionaria:** emisiones de calderas y generadores a diésel.
- / **Combustión móvil:** emisiones de combustibles de vehículos propios y arrendados.
- / **Emisiones fugitivas:** emisiones de gases refrigerantes de los sistemas de climatización y CO₂ de extintores.

Alcance 2 **EMISIONES INDIRECTAS**

- / **Compra de electricidad (base en la localización):** enfoque que considera el factor de emisión nacional informado por el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación.
- / **Compra de electricidad (base en el mercado):** enfoque que considera los factores de emisión de fuentes de energía certificadas, como las adquiridas en el mercado libre de energía.

Alcance 3 **UPSTREAM: EMISIONES INDIRECTAS**

- / **Compras de bienes y servicios:** materiales para envasado, materias primas y servicios diversos.
- / **Bienes de capital:** todos los activos fijos.
- / **Actividades relacionadas con la energía:** emisiones indirectas no incluidas en el Alcance 2.
- / **Transporte y distribución upstream:** flete pagado por la organización.
- / **Residuos generados en las operaciones:** proceso de tratamientos de residuos (reciclaje, incineración, relleno sanitario, etc.).
- / **Viajes por negocios:** transporte aéreo y carretero de colaboradores en viajes corporativos.
- / **Desplazamiento casa-trabajo:** vehículo contratado, vale transporte y vehículos propios.

DOWNSTREAM: EMISIONES INDIRECTAS

- / **Uso de productos:** emisiones relacionadas con el consumo de electricidad en el uso de productos para el baño.
- / **Tratamiento de los productos al final de su vida útil:** proceso final de productos posconsumo (reciclaje, relleno sanitario, etc.).
- / **Franquicias:** consumo de electricidad en los puntos de venta.
- / **Transporte y distribución downstream:** flete no pagado por la organización para la distribución de productos.



El inventario de emisiones de GEI del Grupo Boticário sigue la metodología del Programa Brasileño GHG Protocol y, para ampliar la transparencia, también se publica anualmente en el Registro Público de Emisiones. Miembro fundador del programa creado en 2008, el Grupo calcula y publica sus emisiones, que son verificadas por tercera parte acreditada desde hace más de 15 años. En 2023, el Grupo fue reconocido por el GHG Protocol por su espíritu pionero y su aporte a la consolidación de la cultura de elaboración de inventarios corporativos de GEI en Brasil.

Residuos

El Grupo Boticário no mide esfuerzos para minimizar el impacto ambiental generado por los residuos sólidos de su actuación directa, con estrategias centradas en la reducción del volumen de residuos por unidad vendida, la promoción del reciclaje y el estímulo a la circularidad de los envases. La gestión de residuos combina metas claras, una comunicación accesible y el compromiso colectivo.

En 2024, el tema avanzó con la integración a la estrategia comercial y a la economía circular, ya que se incorporó al Programa de Participación en los Resultados (PPR), se extendió a todos los colaboradores y amplió la responsabilidad compartida. Además de las iniciativas internas, el Grupo se propone influir en su cadena de valor por medio de acciones con proveedores, como entrenamientos y el Programa de Evaluación y Desarrollo de Socios (PADP), incentivando prácticas más sostenibles en todo el ecosistema.

Residuos en las operaciones

El Grupo Boticário implementa proyectos en sus unidades de manera de evitar la generación de residuos, con lo cual optimiza el uso de insumos industriales y logísticos y adopta alternativas de reutilización, siempre que es posible. Cuando la generación es inevitable, la eliminación prioriza el reciclaje y la recuperación energética, recurriendo al relleno sanitario o a la destrucción térmica solo cuando no existe viabilidad técnica de recuperación. En 2024, se recicló el 96 % de los residuos de las fábricas y los centros de distribución. Empresas tercerizadas realizan la recolección, con manejo eficiente, control por pesaje y cumplimiento de exigencias legales.



Economía circular en el Grupo Boticário

BOTI RECICLA

Lanzado en 2006, Boti Recicla se consolidó como el principal programa de logística inversa del sector de los cosméticos en Brasil en cantidad de puntos de recolección, con más de 4500 unidades activas en 2024. Este año, el volumen de envases recolectados aumentó un 85 % con respecto a 2023, lo que contribuyó directamente a la generación de ingresos de más de 500 recolectores de todo el país. El programa se apoya en un enfoque de responsabilidad compartida entre los consumidores, el comercio minorista, las transportadoras y las cooperativas, y se fortalece mediante iniciativas de compromiso y capacitación, implementadas a lo largo de 2024.



ECONOMÍA CIRCULAR EN LAS TIENDAS

Ejemplos del aprovechamiento de los materiales recolectados en los programas de logística inversa son el perfil y la lámina, ambos sostenibles, desarrollados para paredes y muebles de las tiendas del Grupo Boticário, elaborados con plástico reciclado y residuos de baja reciclabilidad, como tela y poliestireno.

Actualmente, 128 tiendas O Boticário cuentan con muebles o paredes producidas con estos materiales reciclables.

Desde el año 2020, el Grupo también construye tiendas sostenibles en contenedores, para lo cual incorpora aproximadamente una tonelada de residuos plásticos posconsumo por unidad, en parte proveniente de sus propios programas. Desde el año 2021, los envases para regalos de las marcas del Grupo Boticário, como cajas y bolsas, incorporan residuos posconsumo (PCR), en asociación con Antilhas Embalagens. En 2024, este trabajo resultó en la incorporación del 30 % de PCR en el papel utilizado, un aumento de 10 puntos porcentuales con respecto al año anterior.

En forma paralela, el Grupo estimula la digitalización de sus revendedores, aspecto en el que se destaca el aumento del uso del catálogo digital, ya adoptado por el 67 % de la base, con lo cual se promueve la reducción de los catálogos impresos y se refuerza el compromiso con la sostenibilidad y la innovación.



Estación Preço de Fábrica

Para ampliar el atractivo del vidrio en el reciclaje, el Grupo Boticário, en asociación con la *startup* GreenMining, promueve la circularidad, al conectar los materiales recogidos en seis estaciones de recolección con socios productores de envases de vidrio, con lo cual cierra el ciclo de producción. Además de impulsar la circularidad de residuos como el vidrio, el plástico y el papel, la iniciativa genera un impacto social positivo, ya que compra los materiales, fomenta la generación de ingresos y fortalece toda la cadena de reciclaje en Brasil.

Circularidad de nuestros residuos GRI 3-3

El Grupo Boticário fomenta prácticas de economía circular por toda la cadena, lo que estimula la reducción de la generación de residuos sólidos y promueve el reciclaje y la circularidad de los envases.

Suministros, Desarrollo de productos (I+D) y Marketing de categorías

/ Inversión en I+D y tecnologías para garantizar atributos de la sostenibilidad a los productos, con gobernanza por medio de herramientas que apoyan la toma de decisiones (Score ESG) y metodologías de análisis (Evaluación de Ciclo de Vida [ACV] e índice de sostenibilidad).

/ Reducción de la generación de residuos e inserción de material posconsumo (PCR):

- Línea Bob Esponja, con utilización de frascos con polietileno reciclado (PE PCR), con un alto índice de biodegradabilidad.
- Línea Arbo, con tapas fabricadas con aceite de cocina reciclado.
- Repuestos de perfumería, con un 89 % de reducción del uso de envases con respecto al envase original, lo que evita la generación anual de 90 toneladas de residuos.

/ Creación del grupo de trabajo Elo ESG, con el objetivo de facultar y capacitar negociadores para el fomento de prácticas sostenibles con nuestros socios.

/ Expansión del proyecto Estación Precio de Fábrica, cuya ambición es incentivar la cadena del reciclaje. El volumen de materiales reciclables recolectados aumentó un 74 % con respecto a 2023.

Cooperativas y recicladoras

/ El Grupo Boticário, en asociación con Yattó, colabora con 14 cooperativas y realiza un seguimiento por medio de visitas anuales y estrictos criterios de evaluación, lo que asegura asociaciones sostenibles y adaptadas a sus objetivos.

/ En 2024, se implementó una mejora en la gestión de los datos y las cooperativas, lo que amplió la integración entre las mismas y el Grupo y optimizó el soporte operativo.

Programa de logística inversa

/ Programas propios de logística inversa en las marcas de consumo y en el canal de ventas directas, con recolección, reciclaje y eliminación adecuada de envases posconsumo.

/ + de 4500 puntos de recolección Boti Recicla.

/ Se aceptan envases de todas las marcas de perfumería, cosmética e higiene personal del mercado.



Operaciones - fábricas y centros de distribución

/ Operaciones ecoeficientes, con prácticas que se adecuan a las 3 R: reducción, reutilización y reciclaje de residuos.

/ En 2024, el reciclaje de los residuos llegó al 96 % del total generado en las fábricas y centros de distribución.

/ El centro de distribución de Registro es "Relleno Sanitario Cero" desde 2022.

Logística, transporte y distribución

/ En 2024, el proyecto de reutilización de cajas y tapas en el transporte de productos entre las fábricas, centros de distribución y puntos de venta del Grupo Boticário evitó la generación de 2450 toneladas de residuos.

/ Expansión del proyecto de reutilización con socios comerciales (simbiosis industrial): el Proyecto Wheaton posibilita la devolución de las cajas de cartón de los envases de vidrio entregados al Grupo Boticário para la reutilización del socio comercial en su flujo de distribución.

Comercio minorista y consumo

/ Apertura de aproximadamente 40 tiendas sostenibles en formato de contenedor, confeccionadas con material reciclado. En 2024, se inauguró la centésima unidad.

/ 128 tiendas del Grupo Boticário ya utilizan muebles o paredes fabricadas a partir de plástico reciclado y residuos difíciles de reciclar, como telas y poliestireno.

/ + de 72 000 toneladas de plástico fueron evitadas gracias a la utilización de bolsas de papel.

/ Más de 1300 toneladas de residuos de papel se evitaron en 2024 gracias al estímulo a la digitalización en la base de revendedores.

Agua

En el Grupo Boticário, la gestión del agua comienza con la concepción de productos más sostenibles, cuyas fórmulas son biodegradables y tienen menos impacto para el agua, y se extiende hasta la operación en las plantas. La extracción de agua en el Grupo Boticário varía de unidad a unidad, ya que se realiza a partir de la red pública o de pozos, y se utiliza en los procesos de producción, mantenimiento predial y actividades operativas. La empresa también invierte en el tratamiento y la reutilización del agua y, en 2024, amplió sus procesos, entre ellos, el funcionamiento de las calderas. Esta ampliación contribuye a la meta vinculada al SLB (*Sustainability-Linked Bond*) emitido en 2023 y es resultado de las mejoras implantadas en la Estación de Tratamiento de Agua de Reutilización (ETAR) de la fábrica de São José dos Pinhais (Paraná), durante ese mismo año.

Los impactos hídricos se consideran desde la formulación de los productos, por medio de la herramienta I.A.R.A.® (Índice de Evaluación de Riesgo Ambiental), que permite realizar el cálculo del impacto ambiental acuático y de biodegradabilidad de todas las fórmulas, hasta el monitoreo de los efluentes, que sigue estrictas normas ambientales, con estándares de calidad y medidas correctivas en caso de desvíos. También se realiza un análisis de disponibilidad hídrica frente a los cambios climáticos y, para prever los riesgos de escasez, el Grupo cuenta con una empresa de consultoría especializada.

Fundação
GrupoBoticário



viva água

El movimiento Viva Agua, idealizado por la Fundação Grupo Boticário, actúa como una plataforma multisectorial que promueve la seguridad hídrica y la adaptación a los cambios climáticos en manantiales estratégicos, con acciones de conservación y fomento a los emprendimientos sostenibles en las regiones de la Cuenca del Río Miringuava (Paraná) y en la Bahía de Guanabara (Rio de Janeiro). En 2024, los equipos de ambos territorios se integraron, lo que fortaleció el intercambio de experiencias y preparó la expansión nacional del movimiento, que, a partir de 2025, incluirá a la región de la Grande São Paulo (São Paulo) y Salvador (Bahia). La meta es alcanzar seis movimientos locales hasta 2030. Desde 2019 hasta el momento, Viva Agua hizo participar a más de 50 organizaciones, benefició a aproximadamente 15 millones de personas y puso en marcha BRL 27 millones, destinados a acciones sociales y fondos filantrópicos.

Obtenga más información sobre el movimiento Viva Agua [aquí](#).



MAYO/2025

Biodiversidad

El Grupo Boticário reconoce la creciente pérdida de biodiversidad en Brasil y la urgencia de acciones para reducir impactos negativos, adoptar prácticas de economía regenerativa y promover la sostenibilidad a largo plazo. Se incluye aquí la creación de áreas protegidas, la restauración de hábitats, las prácticas agrícolas sostenibles y las estrategias de compensación, como la restauración ecológica y el pago por servicios ambientales.



TUCÁN TOCO (RAMPHASTOS TOCO)
Crédito foto: Haroldo Palo Jr.

Para medir sus impactos, el Grupo utiliza la Matriz Life BSE y el Natural Capital Protocol, que suministran datos cualitativos y cuantitativos sobre el área, el agua, la energía, las emisiones y los residuos en cada unidad. Con base en estos datos, identifica oportunidades de conservación, evalúa impactos en la cadena de valor e involucra a los proveedores.

En 2024, la empresa avanzó un 25 % en la meta de impacto neto positivo, mantuvo la Certificación Life de la planta de São José dos Pinhais y conquistó la de la unidad de Camaçari. También presentó, por primera vez, en el Informe ESG 2024, su publicación de la Taskforce on Nature-related Financial Disclosures (TNFD), con planes de expandir ese proceso hacia otras plantas de acuerdo con los proyectos de la Fundação Grupo Boticário y del Grupo en cada localidad.

El Grupo Boticário no practica la introducción de especies invasoras, plagas o agentes patógenos y no hay indicios de reducción de especies debido a sus actividades, tanto en forma directa como indirecta. Los procesos para la obtención de materias primas siguen estrictos criterios, en línea con las listas internacionales y las fuentes de monitoreo de la toxicidad humana, de especies amenazadas y de materias primas controvertidas, que son discontinuadas de los procesos de producción, cuando es necesario.



COP16

Durante la COP16, celebrada en octubre de 2024 en Cali, Colombia, se puso de manifiesto que la biodiversidad será un tema cada vez más central para los negocios, lo que ratifica la necesidad de estrategias empresariales claras en ese campo. El Grupo Boticário formó parte de la comitiva del CEBDS y de la delegación del Instituto Life, participando en una de las mayores representaciones empresariales en el evento. Su actuación en el CEBDS fue fundamental para hacer que la biodiversidad ocupara un lugar destacado en los debates corporativos. Desde la COP15, en 2022, que definió las metas del Marco Global de Biodiversidad pos-2020, el Grupo colaboró con acciones alineadas con esas metas, en particular la meta 14, por medio de coaliciones, como *Coalizão Life*, CEBDS y Pacto Global, y con la meta 15, con el informe a la TNFD como prueba de compromiso.



MAYO/2025

Productos veganos y métodos alternativos

El Grupo Boticário fue pionero en Brasil en el desarrollo de métodos alternativos para pruebas con la creación de la piel 3D, modelo *in vitro* que simula la piel humana. Desde el año 2000, no realiza pruebas en animales e invierte en tecnologías sostenibles, que reducen el uso de recursos naturales.

Uno de los aspectos destacados en materia de innovación del Grupo Boticário fue el uso de la bioinformática en el desarrollo de productos, en particular en la prospección de atributos de materias primas exclusivas. Esta tecnología permite realizar el mapeo previo del potencial de acción de las moléculas, lo que genera un importante ahorro de tiempo y recursos, al tiempo que otorga más precisión a las validaciones experimentales.

El Grupo Boticário también avanzó en el uso de métodos *in vitro*, como Sens-Ocular, que evalúa la incomodidad ocular, y BotiBabySkin, que simula la piel infantil para pruebas más precisas. La bioimpresión 3D, aplicada a la creación de esos modelos, permite incluir detalles como folículos capilares, lo que los hace más completos y funcionales.



MAYO/2025

PIEL 3D BIOIMPRESA
Crédito de fotografía: Rodolfo Bühner

Innovación y tecnología orientadas a la **sostenibilidad**

El Grupo Boticário invierte en investigación para desarrollar sus productos y envases, siempre centrándose en la sostenibilidad y la innovación. El área de Innovación Abierta desempeña un papel central en ese proceso, pues capta recursos y establece asociaciones con universidades, institutos de ciencia y tecnología, proveedores, *startups* y otros *stakeholders*. También se invierte en becas para investigadores, lo que posibilita el acceso a un conocimiento de vanguardia.

Para demostrar los resultados de esas iniciativas internas y colaborativas, en particular con respecto a los impactos ambientales y sociales, el

Grupo desarrolla y utiliza herramientas conscientes, con métricas claras y cuantitativas, como se detalla en la página 92 del Informe ESG. Algunos ejemplos de herramientas utilizadas son:

- **Score ESG:** herramienta utilizada para analizar y evaluar atributos ambientales, sociales, económicos y de la diversidad y la inclusión. Se convirtió en una etapa obligatoria del proceso de desarrollo de productos en 2024.
- **ESG Analytics:** herramienta interna de monitoreo de atributos ESG de los productos de la cartera, que cruza datos de fórmulas, envases, ventas y metas estratégicas.

- **Evaluación de Ciclo de Vida (ACV):** metodología que evalúa los impactos ambientales de los productos en todas las etapas, desde la producción hasta la eliminación. En 2024, comenzó a aplicarse en el 100 % del portafolio del Grupo Boticário.
- **I.A.R.A.® Tech:** herramienta que permite calcular el impacto ambiental acuático y la biodegradabilidad de todas las fórmulas del Grupo, de forma automatizada.
- **Índice de Sostenibilidad de Productos:** se está creando, en colaboración con el Instituto Senai de Inovação, para medir la reciclabilidad y la sostenibilidad en el portafolio.



Aspectos más destacados de 2024

Movimiento Extinto

Fragancias no comercializables, creadas como alerta ambiental, inspiradas en el aroma de algunos lugares antes de su contaminación, como la Bahía de Guanabara. Para generar conciencia acerca de la necesidad de preservación de los ecosistemas ambientales, el Museu do Amanhã, de Rio de Janeiro capital, expuso un frasco gigante de Extinto Brasil.



Accesorios inclusivos

Concebidos con Mercur, los accesorios facilitan el uso de productos por parte de personas con discapacidad física o motriz, lo que promueve más autonomía e inclusión.

Pinceles accesibles articulados de Make B.

Línea inédita en Brasil, con pinceles articulados, marcas táctiles y mango anatómico, pensada para facilitar el uso por parte de personas con discapacidad y movilidad reducida.



Lápiz labial inteligente

Cocreado con personas con discapacidad, el proyecto promueve la autonomía en el uso de maquillaje y fue premiado en el SXSW 2025.



Floratta Blue a granel

Proyecto piloto, permitió la permuta de frascos usados por nuevos frascos llenos, lo que fomentó la economía circular y contribuyó a la reducción de residuos.



Envases sostenibles

La línea Bob Esponja utilizó plástico reciclado y Arbo Puro presentó una tapa hecha con aceite de cocina reaprovechado, lo que redujo las emisiones y el uso de materia prima virgen.

Lily Gardenia

Perfume creado con biotecnología que extrae aceites esenciales de flores sin perjudicarlas, reduce el impacto ambiental en la producción de fragancias.



Calidad y seguridad de los productos

El Grupo Boticário, comprometido con la calidad, la seguridad y la sostenibilidad de sus productos, adopta estrictas prácticas para reducir riesgos e impactos, tanto para los consumidores como para el medio ambiente. Realiza análisis continuos de la composición de los productos, asegurando el conocimiento detallado de todos los componentes utilizados. Desde hace más de diez años, realiza un proceso minucioso para evaluar los materiales controvertidos, lo que ya resultó en la sustitución de más de 40 sustancias, como parabenos, triclosán y PVC, así como en la reformulación de más de 2000 artículos, tanto de envases como de productos.

Además, el Grupo monitorea constantemente los movimientos regulatorios y las tendencias del mercado, tanto nacionales como internacionales, con lo cual promueve el uso seguro y responsable de sus materias primas. La seguridad de los productos se apoya en estudios clínicos, basados en protocolos internacionales. En la fase preclínica, se analizan datos toxicológicos con herramientas *in silico* y, cuando es necesario, se realizan pruebas *in vitro*,

alternativas al uso de animales, para confirmar la seguridad y adecuar las concentraciones de ingredientes, según el tipo de producto y el público objetivo.

Los envases de los productos del Grupo Boticário son analizados por la matriz GB Maps (*Green Beauty Maps*), que clasifica ingredientes y materiales según criterios tales como la sostenibilidad, el impacto ambiental, el origen y la seguridad, de manera de identificar oportunidades de sustitución y priorizar soluciones más alineadas con los compromisos del Grupo.

En la fase de posventa, el sistema de cosmetovigilancia monitorea reclamos relativos a la seguridad, la eficacia y los envases, determinando un perfil aceptable de desempeño. Estas informaciones alimentan el proceso de desarrollo, lo que permite realizar ajustes en los productos ya existentes e implementar mejoras en los próximos lanzamientos. No hubo necesidad de retirar activos de productos del mercado, ni registros de *recall* en 2024.



MAYO/2025



MAYO/2025

de fotografía: Rodolfo Bühner



En 2024, Grupo Boticário mejoró sus procesos de investigación y desarrollo con avances en la aplicación de la bioimpresión 3D para pruebas de productos.

Esta tecnología permite no solo la creación de tejidos tridimensionales que replican la estructura y complejidad de la piel humana, sino también la inclusión de características extra, como los folículos pilosos, lo que ofrece un modelado aún más completo y funcional.

De esta manera, se realizan las investigaciones necesarias para asegurar la calidad de los productos, sin realizar experimentaciones en animales, práctica discontinuada en el Grupo Boticário desde el año 2000.



Sello Fórmula Amiga das Águas

Se lanzaron los primeros productos con el sello Fórmula Amiga das Águas, en colaboración con Bob Esponja®, en la línea Cuide-se Bem. Este sello certifica el impacto reducido en los ecosistemas acuáticos de los productos con enjuague, como champús, acondicionadores, jabones y pantallas solares, en comparación con otros productos de la misma categoría. Desarrollado por las áreas de Seguridad de Productos e Investigación y Desarrollo, el sello refleja el compromiso del Grupo Boticário con la innovación enfocada en la sostenibilidad, entregando soluciones que benefician al medio ambiente y a la sociedad.



MAYO/2025

Sello Reef Safe

Los protectores solares corporales de la línea Boti Sun se desarrollaron para minimizar el impacto ambiental en el ecosistema acuático. Utilizando una metodología pionera, estos productos fueron experimentados y aprobados para garantizar la seguridad de los corales, lo que permite la utilización del sello "reef safe". El Grupo Boticário fue pionero en Brasil en esta iniciativa, lanzada en 2020.

Social



Vea, en la página 97 del [Informe ESG](#) completo, el video sobre este capítulo.

Desarrollo social

Las iniciativas de desarrollo social del Grupo Boticário generan valor compartido, pues fomentan relaciones de beneficio mutuo con las comunidades, con lo cual también impulsan avances para el negocio. Con acciones estructurales y monitoreo de resultados, el Grupo, por medio del área de Impacto Social y del Instituto Grupo Boticário, actúa de forma integrada para reducir las desigualdades y mejorar la calidad de vida, centrándose en la capacitación profesional y en el incentivo a los emprendimientos.

En 2024, el programa de voluntariado Gente que Hace el Bien movilizó casi 2000 colaboradores en acciones solidarias, en línea con su estrategia social. Se dedicaron más de 15 000 horas a proyectos que beneficiaron directamente a 2934

niños de ocho municipios, con una inversión que superó el millón de reales brasileños. Por otra parte, la empresa destinó BRL 5 millones a proyectos incentivados a través de leyes federales, como Rouanet, Esporte y Pronon, con lo cual fortaleció iniciativas que fomentan la transformación social.

Otros programas relevantes que generan impacto social, desarrollados por el Grupo Boticário, son Belleza de Donar, que fomenta la distribución responsable de productos para fortalecer la autoestima y el bienestar de miles de personas, Belleza de Vivir, que ofrece cursos de automaquillaje dedicados a pacientes, acompañantes y profesionales de la Salud, y Belleza de Educar, que invierte en la capacitación técnica de comunidades cercanas a las operaciones del Grupo.

Crecimiento del programa Gente que Hace el Bien

	2022	2023	2024
Voluntarios	1500	1678	1890
Horas donadas	11 000	13 424	15 120
Niños atendidos	2500	2143	2934
Localidades atendidas	3	5	8

Crecimiento de los proyectos incentivados

	2021	2022	2023	2024
Personas apoyadas	2719	5871	4635	3615
Personas capacitadas	1314	2496	1717	2565
Localidades atendidas	16	10	8	13
Inversiones (en BRL)	5 millones	3,5 millones	3,5 millones	5,3 millones

Aumento de las donaciones de Belleza de Donar

	2021	2022	2023	2024
Productos	+ de 46 000	+ de 75 000	+ de 260 000	+ de 600 000
personas beneficiadas	+ de 23 000	+ de 37 000	+ de 65 000	+ de 300 000

Instituto Grupo Boticário GRI 203-1

El Instituto Grupo Boticário trabaja para transformar la belleza en una herramienta de empoderamiento, desarrollo y sostenibilidad, impulsando los emprendimientos en el sector por medio de programas estratégicos, como Emprendedoras de la Belleza (ver recuadro al lado), Desarrolla, Capacita & Acelera GB, así como el *hub* de Aceleración de Negocios y el Fondo de Fomento a los Emprendimientos, lanzados en 2024.

Desarrolla: se propone reducir las desigualdades de género y raza en el sector de la tecnología, ofreciendo cursos digitales gratuitos a personas en situación de vulnerabilidad en todo el país. El programa se amplió desde su creación, en el año 2021, y alcanzó en 2024 su mejor desempeño: 39 065 inscritos, 1064 matrículas y 527 personas graduadas.

Capacita & Acelera GB: negocio social que ofrece capacitación gratuita en educación financiera, dedicado a impulsar los negocios y promover la independencia financiera, de manera práctica y accesible. Con itinerarios educativos y mentorías, incentiva los emprendimientos y el desarrollo personal.

Hub de Aceleración de Negocios: dedicado a las mujeres de las comunidades periféricas de estados estratégicos, se propone apoyar a las emprendedoras con experiencia y resiliencia, promoviendo el liderazgo en los negocios creativos y de impacto.

Fondo de Fomento a los Emprendimientos: iniciativa que pone en marcha recursos financieros para apoyar los pequeños negocios y promover la inclusión social por medio de programas estratégicos.

EMPRENDEDORAS DE LA BELLEZA

Emprendedoras de la Belleza es un programa gratuito de capacitación, creado en 2021 por el Instituto Grupo Boticário, dedicado a ofrecer a las mujeres capacitación profesional en el sector de la belleza. Ofrecido en los formatos en línea y presencial, el programa pone a disposición itinerarios y contenidos sobre automaquillaje, emprendimientos y desarrollo personal, buscando incentivar la autoestima y el protagonismo femenino en el mercado.

En 2024, con una inversión superior al millón de reales brasileños, se realizaron 81 acciones presenciales en 39 municipios, en los cuales se abrieron 2062 cupos y se impartió capacitación a 1775 mujeres. También se promovieron cursos intensivos para madres en eventos sociales, lo que amplió el impacto del proyecto. Entre 2021 y 2024, más de 400 000 mujeres se inscribieron en el curso Emprendedoras de la Belleza en línea y más de 80 000 ya se graduaron. Considerando solo el año 2024, hubo 225 787 nuevas inscripciones y se capacitó a 37 057 mujeres.

Emprendedoras de la Belleza se vincula con la *debenture* sostenible del Grupo Boticário, que se propone alcanzar un millón de matrículas hasta el año 2030 (ver página 21).

Instituto
GrupoBoticário



MAYO/2025

Diversidad e inclusión

La estrategia de diversidad e inclusión del Grupo Boticário contempla a sus áreas comerciales y abarca cinco pilares: personas, cadena de valor, comunicación, productos e impacto social, así como cinco dimensiones de diversidad: mujeres, personas negras, personas con discapacidad, generaciones (personas 45+) y comunidad LGBTQIA+. Este enfoque permite asumir compromisos específicos para cada pilar de diversidad y promover una actuación conectada y estratégica.

En sus iniciativas en cada uno de los cinco pilares, el Grupo Boticário desarrolla e implementa acciones que promueven la inclusión social, considerando y reconociendo las necesidades específicas de las personas diversas. En 2024, distribuyó en forma gratuita más de 8000 accesorios inclusivos en todas las regiones del país, como resultado de una alianza con Mercur y de

la colaboración de personas con discapacidad de las Comunidad Belleza Libre. Estos accesorios se concibieron para facilitar la rutina de autocuidado de personas con limitaciones motrices en los miembros superiores, lo que fomenta una mayor autonomía.

Asimismo, el Grupo lanzó, en colaboración con Productora y el Instituto KondZilla, CRÍA GB, un itinerario de capacitación, integrado al programa Emprendedoras de la Belleza. Dedicado al público femenino, el proyecto ofreció contenidos sobre emprendimientos digitales, creación de marca y salud mental, con el objetivo de preparar a las participantes para actuar en el universo de las redes sociales. La iniciativa reconoció la fuerza de la cultura producida en la periferia y apuesta en las soluciones digitales como camino hacia el empoderamiento y el fortalecimiento de la identidad de diversas comunidades de Brasil.



Personas

La jornada del colaborador ocupa un lugar central en las acciones de diversidad e inclusión en el Grupo Boticário, con iniciativas que van desde vacantes con acciones afirmativas y *onboarding* adaptado hasta programas continuos de mentoría y desempeño. En 2024, el Grupo consolidó estrategias enfocadas en la retención y en el desarrollo de carrera, como el **Programa de Empleo Apoyado para personas con discapacidad**, con seguimiento multidisciplinario; el **Programa de Mentoría para personas diversas**, centrado en competencias técnicas y conductuales; y los **Agentes de Diversidad**, que actúan directamente en las áreas para adaptar las acciones a las realidades de cada vicepresidencia. El Grupo mantiene su compromiso con la inclusión y la representatividad, buscando ampliar la presencia de personas diversas en todos los segmentos.

Año antiedadismo

Desde 2020, la estrategia del Grupo Boticário incluye años temáticos dedicados a promover la diversidad y la inclusión, con campañas integrales dirigidas a todos los *stakeholders*, para fortalecer el respeto, la valorización y la naturalización de la diversidad. Así, 2020 fue el año del antimachismo, seguido del año del antirracismo (2021), el año de la anti-LGBTfobia (2022) y el año del anticapacitismo (2023).

En 2024, el Grupo Boticário puso la diversidad de edad en foco y el año temático implementó iniciativas internas y externas para promover una sociedad antiedadista e incentivar a las personas 45+ a seguir viviendo su vida al máximo. Entre las acciones que generaron mayor impacto, se destaca el Itinerario Antiedadista, que forma parte del Programa de Formación en Diversidad, mediante el cual se promueve la concientización y capacitación sobre el tema. Este itinerario es obligatorio para los colaboradores del área corporativa y del equipo de ventas, tanto de unidades propias como de franquicias, y se puso a disposición del público consumidor.

El itinerario antiedadismo tiene como objetivo promover la concientización sobre los impactos del edadismo, explicar sus formas de perpetuación y de qué manera el edadismo interactúa con otras formas de prejuicio. Además, presenta herramientas y estrategias de enfrentamiento para combatir su reproducción en la vida cotidiana.

Lanzamiento del Itinerario Antiedadista
para **+ de 50 000** personas

1700 personas 45+ capacitadas
en eventos como Maturi Day y Maturi Fest

1600 colaboradores impactados
en la *Live Papo Reto* sobre diversidad etaria

El Grupo Boticário reconoce que el envejecimiento es una experiencia singular y diversa, influenciada por diferentes vivencias e intersecciones. Por ello, como uno de los mayores grupos de belleza del mundo, lanzó, a fines del año, el Pacto Plateado, mediante el cual reafirma su compromiso de continuar contribuyendo a una sociedad antiedadista.

Como trabajó las cinco dimensiones de la diversidad —mujeres, personas negras, personas con discapacidad, generaciones (personas 45+) y comunidad LGBTQIA+— de su estrategia en años temáticos desde 2020, el Grupo Boticário definió que 2025 será el año de la inclusión, considerando todas estas dimensiones.



Diversidad e inclusión en el ecosistema GRI 3-3

La estrategia de diversidad e inclusión del Grupo Boticário contempla cinco dimensiones de la diversidad: mujeres, personas de raza negra (autodeclaradas afrodescendientes), personas con discapacidad, generaciones 45+ y la comunidad LGBTQIA+, en cinco pilares:

1 Personas 5 años de los Grupos de Afinidad en 2024.

/ Entrenamientos asíncronos, como el Itinerario Antiedadismo, con un 83 % de adhesión en los primeros 100 días, y síncronos, con más del 25 % de los colaboradores en 2024.

/ + de 1800 inscripciones entre mentores y mentorados en la primera edición del Programa de Tutoría.

/ 2,14 % de aumento en las contrataciones de personas diversas en todas las dimensiones en 2024



2 Productos

/ + de 55 proyectos desarrollados en forma conjunta en la Comunidad Belleza Libre, de la cual forman parte más de 2000 personas diversas.

/ Amplia repercusión de productos inclusivos: pinceles accesibles de QDB, línea Match Ciencia de las Curvas.

/ También merecen mención especial los pinceles accesibles articulados de Make B. en O Boticário, que cuentan con un mecanismo articulado para ajustar en diversos ángulos, así como cables ergonómicos que ofrecen precisión, firmeza y marcación táctil.

3 Impacto social + de 8000

accesorios inclusivos, distribuidos en diversas ciudades, lo que repercute positivamente en la vida de más de 4000 personas.

/ CREA GB, en Emprendedoras de la Belleza: más de 19 000 inscripciones en 2024 y aproximadamente un 37 % de personas ya formadas en este itinerario educativo. Las participantes recibieron conocimiento para fomentar la economía creativa, a partir de la creación de contenido para las redes sociales.



4 Cadena de valor

25 %

de aumento en la inversión (spend), con proveedores diversos en 2024.

/ + de 1380 empresas de propiedad de personas diversas puestas a disposición de los compradores del Grupo a través del portal de compras afirmativas.

/ 34 % de aumento en los registros en la base del Portal de Compras Afirmativas.

/ + de 2800 personas capacitadas, con una satisfacción del 98 %, en los entrenamientos de D+I.

/ Proveedores y franquiciados con seguimiento del desempeño en materia de diversidad e inclusión.

5 Comunicación

Campañas 360 grados dirigidas a los stakeholders incentivan el respeto, la valorización y la naturalización de la diversidad. En 2024, centramos nuestra atención en el Antiedadismo.

/ Lanzamiento del Itinerario Antiedadismo para + de 50 000 personas, con lo cual se alcanzó más del 90 % de adhesión del equipo de ventas.

/ Lanzamiento del Pacto Plateado: iniciativas antiedadismo para valorar trayectorias, luchar contra los estereotipos y promover la inclusión de personas 45+.

/ Conquista del sello Age-Friendly Employer, que premia la diversidad de edades, entre otros reconocimientos, por iniciativas de D+I: Leones en Cannes, III Foro Brasil-Alemania de Diversidad, Estudio Ethos/Época de Inclusión 2024, Premio Diversidad en Práctica y Ranking Étnico-Racial GPTW.



Desarrollo del **capital humano**

Captación y retención de **colaboradores**

El Grupo Boticário integra sus estrategias de captación y retención de talentos con los valores que definen su cultura organizacional, promoviendo la alineación desde el ingreso hasta el desarrollo continuo de los empleados. El modelo de captación considera tanto a los postulantes internos como a los externos y se propone identificar las competencias y necesidades específicas de cada área, incentivando la movilidad interna, el aprendizaje y la diversidad mediante la oferta de puestos de trabajo con acciones afirmativas.

Para la retención, adopta un enfoque estructurado, que combina reconocimiento financiero con estrategias no monetarias, como mentorías, entrenamientos y participación en eventos, de manera de equilibrar la valorización individual con las oportunidades de crecimiento. Al cierre del ejercicio de 2024, el Grupo contaba con 20 187 colaboradores permanentes y 688 temporarios, lo que significa aumentos del 12,4 % y del 37,9 %, respectivamente, con respecto al ejercicio de 2023.

BENEFICIOS

El Grupo Boticário se propone fortalecer la cultura de captación y retención de talentos y demuestra su compromiso con el cuidado y el bienestar de los colaboradores por medio de un amplio paquete de beneficios, entre ellos, cobertura médica y odontológica, ayuda con medicamentos, *check-up* ejecutivo, jubilación privada, seguro de vida, modelo de trabajo flexible y ayuda *home office*, licencia parental universal, ayuda para pagar niñera y material escolar, así como descuentos en productos de las marcas del Grupo Boticário y en *e-commerces* del Grupo.

Salud, bienestar y seguridad

SALUD Y BIENESTAR

El Grupo Boticário mantiene una estructura dedicada al cuidado de sus colaboradores, promoviendo la salud física y mental por medio de iniciativas como los Centros de Promoción de la Salud (CPS), localizados en fábricas y centros de distribución, la Central de Salud 24x7 para soporte continuo y el Gsite de Salud, página

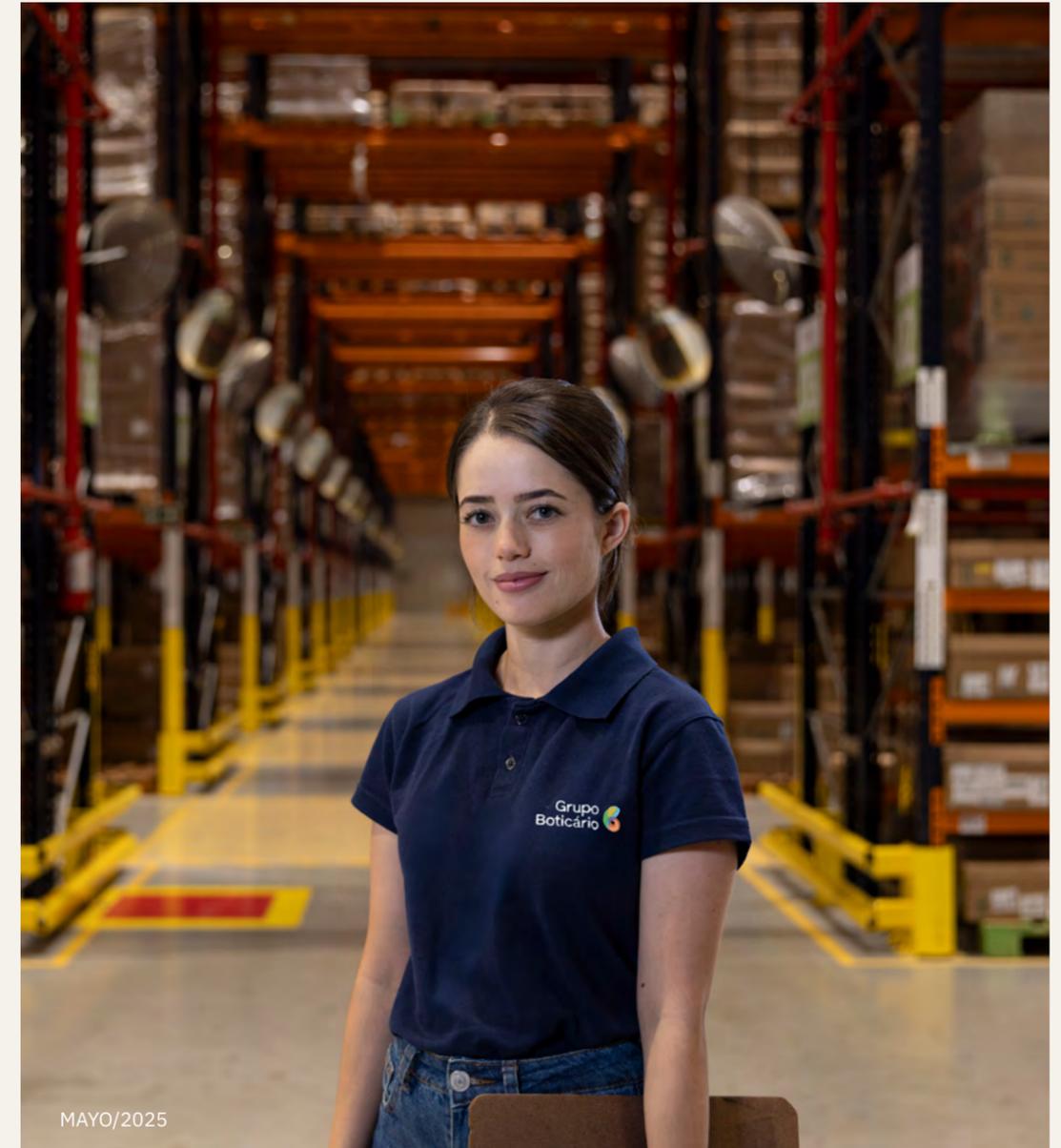
reformulada en 2024 para resultar más intuitiva y accesible, con contenido en video, subtítulos y Libras. También se ofrecen programas específicos, como *Família Cresceu* [La familia aumentó], dedicado a gestantes, y *Pais Atípicos* [Padres atípicos], destinado a colaboradores cuyos hijos necesitan terapias especiales.



SEGURIDAD LABORAL

La cultura de Seguridad Laboral y Medio Ambiente (STMA) del Grupo Boticário es un compromiso innegociable, apoyada en una sólida estrategia, que contempla la gobernanza, la gestión de riesgos, con foco en indicadores preventivos y decisiones basadas en datos. Con metas específicas para líderes operativos y comités que actúan a todos los niveles, el Grupo asegura alineamiento y comunicación eficaz a lo largo y a lo ancho de la organización.

Para complementar este esfuerzo, el Sistema de Gestión Integrada (SGI) del Grupo, aplicado a todas las unidades, ayuda a identificar los peligros, a evaluar los riesgos en los lugares de trabajo y a definir y gestionar los planes de acción y las metas enfocadas en la eliminación o mitigación de esos riesgos.



Suministro sostenible



Vea, en la página 135 del [Informe ESG](#) completo, el video sobre este capítulo.

Gestión de la cadena de **proveedores**

El Grupo Boticário trabaja para construir y mantener una cadena de suministros sostenible y ética, por medio de la cuidadosa selección de proveedores y del vínculo transparente y colaborativo con esos socios, incorporando aspectos ESG desde el comienzo de la relación comercial. Para recibir homologación, los proveedores deben cumplir las exigencias relativas a la salud, la seguridad, la responsabilidad social, la sostenibilidad ambiental, la diversidad y la conformidad legal. Pueden pasar por auditorías presenciales o remotas.

Una vez contratados, los socios suscriben el Código de Conducta y los principios de gestión sostenible, disponibles en el Portal del Proveedor, actualizado en 2024. Se realizan auditorías continuas, según una matriz de riesgo multidisciplinario, al tiempo que los proveedores

estratégicos se evalúan anualmente, con base en criterios tales como cambios climáticos, trazabilidad, residuos, diversidad, ética y gobernanza y pueden pasar también por análisis de criticidad, según el tipo de suministro.

En 2024, el Grupo Boticário tenía 4453 proveedores activos, de los cuales 116 se consideran estratégicos. Ciento quince de estos implementaron iniciativas de diversidad y el 11,3 % pertenecen a grupos de personas diversas. En el total de proveedores directos (*tier 1*), el 99,14 % se analizaron en cuanto a prácticas sostenibles. Como resultado, el 59 % de las compras durante el año se realizaron de proveedores considerados sostenibles, es decir, con una puntuación igual o superior al 60 % en esa evaluación. Entre los proveedores estratégicos, el 61,2 % alcanzaron una puntuación superior al 60 % en la evaluación de sostenibilidad de la empresa.



MAYO/2025

Desempeño ESG entre los **proveedores**

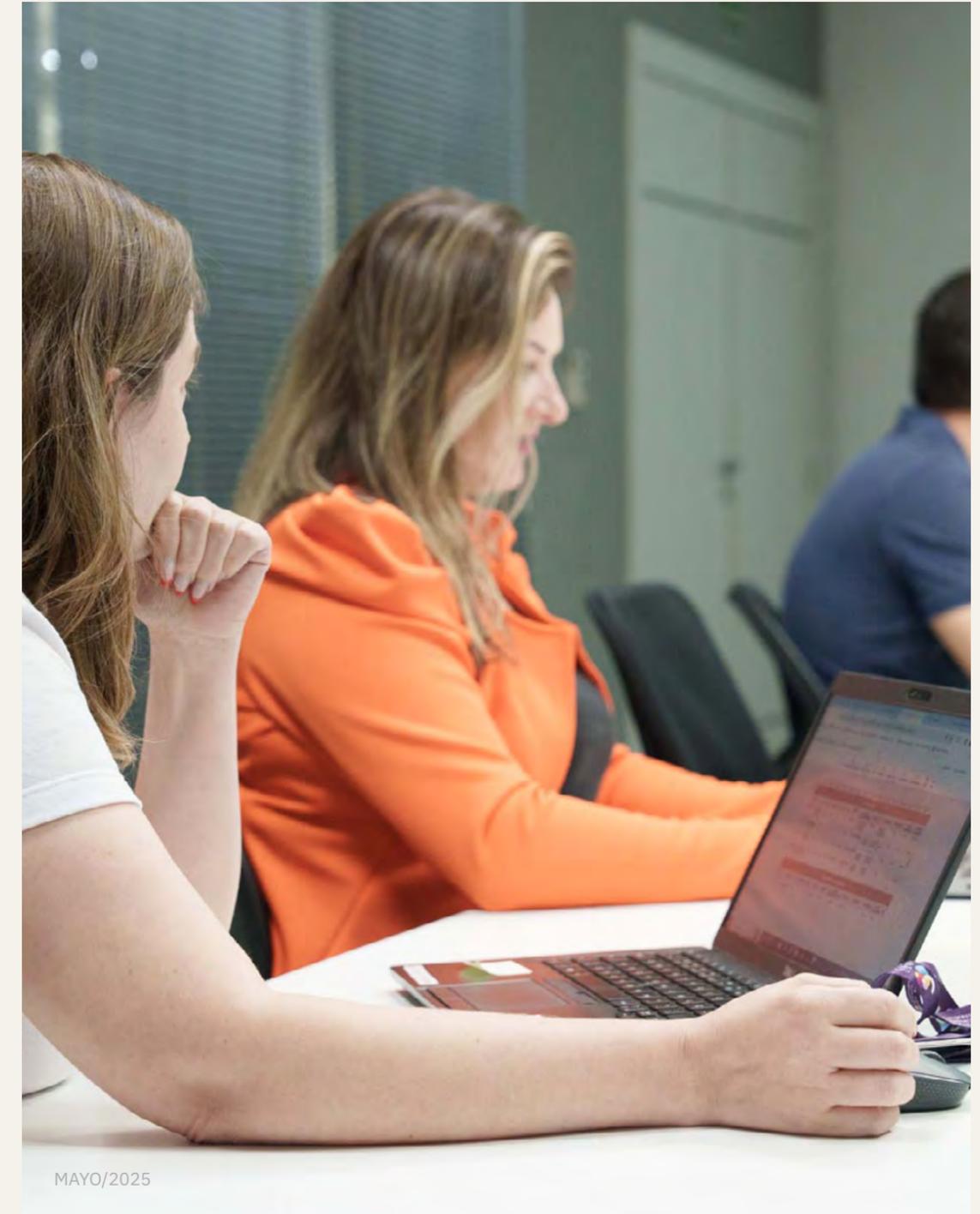
Además de las auditorías, llevadas a cabo por el área de Desarrollo de Proveedores en el Directorio de Suministros del Grupo Boticário, otras tres herramientas contribuyen a la evaluación constante de los proveedores, según aspectos ESG:

- **Programa de Evaluación y Desarrollo de Socios (PADP):** con más de 27 años de actuación, el PADP es uno de los pilares de la gestión de proveedores. Evalúa, clasifica y premia anualmente a los proveedores con base en criterios como la calidad, el desempeño comercial, la atención, la evaluación técnica, servicios y ESG (este último representa el 10 % de la nota final). Los proveedores con oportunidades de mejora reciben apoyo técnico y planes de acción específicos para su desarrollo.
- **Beauty Chain:** plataforma digital en la cual los proveedores responden una autoevaluación sobre prácticas ESG. La herramienta ofrece *benchmarking* sectorial, detalles sobre el desempeño individual y recomendaciones personalizadas para el perfeccionamiento continuo en los frentes ambiental, social y de gobernanza.

- **CDP Supply Chain:** iniciativa internacional que permite medir el desempeño ambiental de la cadena de suministro. Se invita a los proveedores con mayor potencial de impacto a completar el cuestionario, lo que promueve prácticas más responsables y alineadas con las metas climáticas globales.

El Grupo Boticário cuenta, también, con iniciativas complementarias que fortalecen la gestión ESG en la cadena de suministro.

- **Anticipación de pagos ESG:** en asociación con Itaú BBA, ofrece una línea de crédito con condiciones más atractivas para los proveedores de la empresa con buenas prácticas ESG.
- **Proyecto Pandora:** iniciativa enfocada en la trazabilidad y en la sostenibilidad de las materias primas, con foco en los derechos humanos, el combate a la deforestación y la protección de las especies. Uno de los aspectos más destacados de 2024 fue la conclusión de la trazabilidad y la certificación del 100 % de la cadena de suministro de alcohol derivado de la caña de azúcar.



MAYO/2025

Créditos

Grupo Boticário

DIRECTORIO DE ESG

Luis Augusto Meyer
Thais Pires Lopes
Judith Von Paumgartten Klautau

Agradecemos a todos los colaboradores que participaron en la elaboración del presente informe.

GRUPO REPORT – gruporeport.com.br

CONTENIDO

Letícia Miraglia
Naná Prado

GESTIÓN DEL PROYECTO

Beatriz Miranda
Lígia Feliciano

INDICADORES

Marília Campos

PROYECTO GRÁFICO

Diego Ribeiro

DIAGRAMACIÓN

Bruna Finkennauer
Taiana Granja
Rubem Hojo
Vanessa Plassas

INFOGRAFÍAS

Henrique Assale
Fábio Nienow

MATERIALIDAD

Daniele Malpelli
Priscila Garrido

TRADUCCIÓN

XXXXXXXXXX

FOTOGRAFÍA

Banco de imágenes del Grupo Boticário, cuando no se especifica.