

GrupoBoticário 

RELATO INTEGRADO

VERSÃO EXECUTIVA

2025





Mensagens das lideranças

Crescer alinhados a nossa essência

Em 2025, o Grupo Boticário foi convidado a evoluir como organização e como um ecossistema de pessoas, marcas, parceiros e territórios conectados por um mesmo propósito, ajustando rotas para manter a coerência entre o que acredita, diz e faz. Ao longo do ano, reforçamos nosso papel como agente de transformação socioambiental, mantendo o compromisso com a agenda climática, a biodiversidade e o desenvolvimento das comunidades. Diante de tensões reais e de um contexto desafiador, avançamos com pragmatismo, guiados por uma atitude curiosa e inquieta, que impulsiona o aprendizado contínuo e a construção de novas respostas. O Relato Integrado reflete essa trajetória e a convicção de que o crescimento sustentável é possível. Seguimos confiantes em nossa capacidade de aprender, ajustar e evoluir sempre, integrando geração de valor para o negócio e para a sociedade.



FERNANDO MODÉ
CEO DO GRUPO BOTICÁRIO

Aprender para evoluir

O Grupo Boticário é uma empresa que aprende com o mercado, com as pessoas, com os territórios onde atua e com os desafios que se apresentam, orientando suas decisões pela escuta, reflexão e evolução contínua. Em 2025, revisamos planos, ajustamos percursos e mobilizamos a organização para operar com consistência em nossos valores e maior eficiência, tendo a governança como alicerce, com disciplina, transparência e método. Avançamos na mensuração do retorno de investimentos socioambientais e, no campo social e ambiental, ampliamos a inclusão, lançamos nosso Plano de Transição e Adaptação Climática e assumimos metas de descarbonização baseadas na ciência, reconhecendo os desafios da cadeia. Este primeiro Relato Integrado reflete nossa trajetória e a visão de um negócio conduzido de forma sistêmica, conectando estratégia, desempenho financeiro e impacto socioambiental.



FABIANA DE FREITAS
VICE-PRESIDENTE DE
ASSUNTOS CORPORATIVOS
DO GRUPO BOTICÁRIO

A beleza de prosperar juntos

Ao longo de 2025, em meio a intensos debates sobre a agenda ESG, o Grupo Boticário reforçou a coerência com sua essência, tratando ESG como uma forma de organizar e mensurar um compromisso histórico de fazer as coisas do jeito certo. Guiado pela visão de gerar crescimento com impacto positivo, o Grupo seguiu promovendo prosperidade nos territórios onde atua, fortalecendo relações com franqueados e ampliando iniciativas como o Empreendedoras da Beleza. O cuidado ganhou ainda mais centralidade, traduzido em ações que combinam ciência, inclusão e responsabilidade. Esse conjunto de práticas sustenta o desempenho e a longevidade do negócio, refletindo a busca por ser um “bom negócio que é bom”. O Relato Integrado convida a enxergar além das métricas, destacando a importância de evoluir de forma consistente, responsável e coletiva.



CAROLINA DA COSTA
LÍDER DO COMITÊ ESG
DO GRUPO BOTICÁRIO



O Grupo Boticário

Perfil

Com quase cinco décadas de trajetória, o Grupo Boticário é líder de beleza no Brasil, uma conquista que reforça seu propósito de ser a marca preferida e de transformar vidas por meio da criação de oportunidades em beleza. Consolidado como um dos maiores ecossistemas do setor no mundo, combina inovação, atuação multimarcas e multicanal e proximidade com seus consumidores. Sustentado por uma governança ética e orientado por compromissos de longo prazo, integra ao negócio iniciativas de impacto socioambiental, promovendo conservação da natureza, empreendedorismo e inclusão, e gerando valor compartilhado para todo o seu ecossistema.

Nossas essências

1. Fazemos os olhos dos nossos clientes **brilharem**
2. Somos **inquietos**
3. Nutrimos nossas **relações**
4. Somos apaixonados pela **execução**
5. Buscamos sucesso **responsável**



Saiba mais sobre nosso propósito e nossas essências [aqui](#).



3 fábricas próprias:

São José dos Pinhais (PR), São José do Rio Preto (SP) e Camaçari (BA).



9 centros de distribuição,

em 5 estados brasileiros, além de Portugal, Colômbia e EUA.



3 unidades administrativas,

uma em Curitiba (PR), onde fica a sede, e duas em São Paulo (SP), além de escritórios na Colômbia e em Portugal.



Mais de **4 mil** lojas e

130 mil pontos de venda.¹



Presença em **+ de 5 mil** municípios em todos os estados brasileiros

e em **+ de 40** países.²

¹ Considerando pontos de venda proprietários e não proprietários.

² Saiba mais em [Do Brasil para o Mundo](#)

Ecossistema da beleza GRI 3-3 e GRI 2-6

O Grupo Boticário atua em um ecossistema integrado de ponta a ponta, gerando valor para o negócio e para a sociedade.

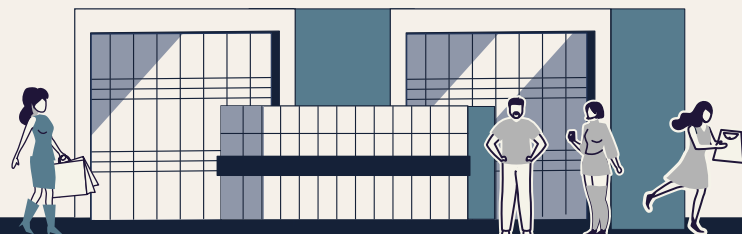
1 FORNECIMENTO SUSTENTÁVEL

- + de 5,6 mil fornecedores ativos.
- O Projeto Pandora manteve rastreabilidade nas cadeias críticas e avançou com a primeira auditoria socioambiental na cadeia do café.
- 45% dos fornecedores convidados a responder o CDP Supply Chain em 2025 já possuem metas de redução de emissões de GEE¹.



2 COLABORADORES

- + de 20 mil colaboradores diretos.
- + de 200 mil horas de capacitação.
- Implementação de ações para fortalecer o acompanhamento de doenças crônicas e internações.
- + de 950 pessoas diversas desenvolvidas no Programa de Mentoria.



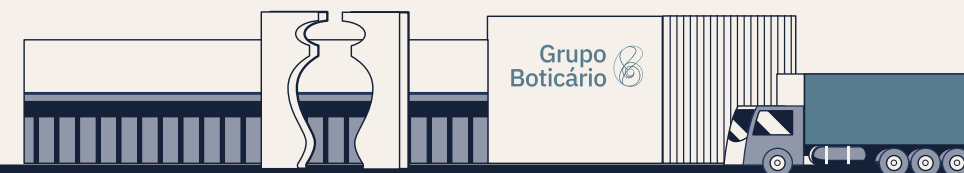
3 PESQUISA E DESENVOLVIMENTO

- Primeira empresa brasileira do setor e a 6ª indústria no país a receber a certificação ISO 56001 (Gestão de Inovação).
- Lançamento do Centro de Pesquisa da Mulher em 2025.
- 25 Anos sem testes em animais: + de R\$ 40 milhões investidos em métodos alternativos nos últimos cinco anos.
- Acreditação externa da ferramenta própria I.A.R.A.



4 FABRICAÇÃO

- Evolução do sistema de excelência operacional (WCM²), com o programa GO Super.
- 96% de resíduos reciclados nos sites operacionais e utilização de 36% de água de reúso nas fábricas.



5 DISTRIBUIÇÃO

- Projetos pilotos de baixo carbono com caminhões elétricos e a gás, além da redução de viagens por meio de caminhões double deck e otimização de cargas.



6 LOJAS PRÓPRIAS E FRANQUIAS

- + de 4 mil lojas físicas, em todos os estados brasileiros e + de 40 países.
- + de 750 lojas, entre próprias e franquias, com contratos assinados para utilização de energia renovável, no Programa Energia do Amanhã.
- 147 t de material reciclado utilizadas em mobiliário e estrutura das lojas.



11 FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO

- 35 anos em 2025.
- 11 mil hectares de conservação em duas reservas próprias.
- Expansão do Movimento Viva Água para mais dois territórios: o Sistema da Cantareira (SP) e os mananciais de Joanes/Jacuípe (BA).
- Lançamentos como o hub Natureza On e a Coalizão Corais do Brasil, na COP30.



10 COMUNIDADES E INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

- 15 empresas de mulheres apoiadas pelo Hub de Aceleração de Negócios.
- Conexão de programas sociais do IGB com oportunidades no Grupo Boticário.



9 CONSUMIDORES

- Centralidade no consumidor e na inovação para atender a todos.
- Boti Recicla Store: a loja-conceito aceitou embalagens vazias como pagamento e coletou + de 1 t de resíduos.



8 E-COMMERCE E CANAIS NÃO PROPRIETÁRIOS

- Presença em
- + de 130 mil pontos de venda³.



7 VENDA DIRETA

- + de 360 mil revendedores participando do programa de capacitação profissional Empreendedoras da Beleza.

¹ Reportam ter uma meta ativa cobrindo, ao menos, um dos escopos 1, 2 ou 3; especificam ano-base e ano-alvo; reportam as emissões de CO₂e do ano-base.

² World Class Manufacturer

³ Proprietários e não proprietários

As marcas do Grupo Boticário

MARCAS DE CONSUMO

OBOTICÁRIO

Dr. JONES 

EUDORA

TRUSS
PROFESSIONAL

Quem Disse,
Berenice?

beleza
NA WEB

vult 

AV.migos
pets

O.U.i
ORIGINAL UNIQUE INDIVIDUEL

MARCAS DE NEGÓCIO

MOOZ

MARCAS DE CONSUMO LICENCIADAS


Bio-Oil®


Australian
Gold.

Linha de
cuidados  Pampers

MARCAS INSTITUCIONAIS

Fundação
GrupoBoticário 

Instituto
GrupoBoticário 

Prêmios e reconhecimentos



MELHORES DO ESG 2025, REVISTA EXAME

1º lugar na categoria **Farmacêutico e Beleza** pelo segundo ano consecutivo.



S&P GLOBAL'S SUSTAINABILITY YEARBOOK

Permanência, pelo quinto ano consecutivo, entre as **10 empresas de beleza mais sustentáveis do mundo***.

* Segundo resultado divulgado em dezembro/2025.



ANUÁRIO INTEGRIDADE ESG/FGV E INSIGHT

Selecionado entre as **100 empresas com práticas ambientais, sociais e de governança mais eficazes do país.**



SXSW INNOVATION AWARDS 2025

Vencedor na categoria **Júri Popular** (People's Choice) com o projeto do **Batom Inteligente**. Única empresa premiada da América Latina entre 54 concorrentes globais.

Outros reconhecimentos

PRÊMIO VALOR INOVAÇÃO BRASIL

7ª empresa mais inovadora do Brasil (entre as 150 maiores).

RANKING BR MERCADO RESPONSABILIDADE ESG E REPUTAÇÃO CORPORATIVA

2ª empresa mais responsável em ESG no Brasil e 4ª com reputação mais sólida do país.

CDP

Nota A- em segurança hídrica e em mudanças climáticas, pelo quarto e terceiro anos consecutivos, respectivamente, e nota B em florestas.

ISO 56001

primeira indústria da América Latina e a primeira empresa de cosméticos do país a obter a certificação ISO 56001.

AGE FRIENDLY

Certificação como empresa inclusiva para todas as idades.

SCIENCE BASED TARGETS INITIATIVE (SBTi)

Primeira empresa brasileira do setor* na América Latina e Caribe com metas net-zero baseadas na ciência validadas pela SBTi.



Veja outros reconhecimentos na página 34 do [Relato Integrado 2025](#)

* Setor de Bens de Consumo Duráveis, Produtos Domésticos e Pessoais.

Estratégia e compromissos

O planejamento estratégico do Grupo Boticário é estruturado em horizontes de curto, médio e longo prazos, com foco no consumidor e baseado em análises macroeconômicas e inteligência competitiva, sendo revisado anualmente para definição de metas, indicadores, riscos e oportunidades. A estratégia ESG está integrada às prioridades do negócio e orienta decisões em diversas frentes, apoiada por uma governança corporativa que assegura transparência e alinhamento aos objetivos de longo prazo. A área de ESG atua na gestão de impactos, riscos e oportunidades, além do acompanhamento de iniciativas e indicadores, fortalecendo a conexão com as diferentes verticais do negócio.

COMPROMISSOS PARA O FUTURO

Os Compromissos para o Futuro são o principal instrumento de alinhamento da estratégia ESG do Grupo Boticário com a Agenda 2030 da ONU e os ODS, com governança estruturada e atualizações a cada três anos. As metas são desdobradas em direcionais objetivos, integradas ao planejamento corporativo e traduzidas em indicadores para diferentes áreas, ampliando o engajamento e a qualidade do acompanhamento da *performance* ESG. Os detalhes das metas e dos avanços alcançados em 2024 estão apresentados nas páginas a seguir.



*Foco no
consumidor,
com visão de
longo prazo e
compromisso
com o futuro*

COMPROMISSO	METAS ESPECÍFICAS	RESULTADO 2025 ¹	EVOLUÇÃO DO COMPROMISSO
<h3>Mudanças climáticas</h3> <p>Contribuir para limitar o aumento da temperatura média do planeta, em linha com o Acordo de Paris.</p>	<p>Escopos 1 e 2² Redução de 42% das emissões de gases de efeito estufa, em relação a 2022, por meio de atuação nas operações diretas e do uso de energia renovável nas fábricas, centros de distribuição e varejo próprio até 2030.</p>	<p>-0,2% 42%</p>	<p>Emissões seguem um patamar estabilizado, embora levemente superiores ao <i>baseline</i>. Houve uma melhora da eficiência no consumo de gás natural na fábrica de São José dos Pinhais, em contraponto a um aumento de emissões associado ao consumo de gases refrigerantes na fábrica de Camaçari em 2025. São estudados investimentos em CAPEX para avanços substanciais na <i>performance</i> de Escopo 1 para os próximos anos. Para o Escopo 2, o Grupo segue com 100% de emissões relacionadas à compra de energia nas operações mitigadas por meio de contratos de energia renovável com os devidos certificados de rastreabilidade (I-REC).</p>
	<p>Escopo 3 Redução de 17% das emissões de gases de efeito estufa, em relação a 2022, por meio de ações coordenadas com os nossos parceiros, até 2030.</p>	<p>2% 17%</p>	<p>Ocorreu ajuste técnico nos fatores de emissão das categorias de serviços, alinhando o inventário às melhores práticas internacionais. Esse processo exigiu o recálculo do <i>baseline</i> para assegurar a comparabilidade dos dados. Em 2025 houve redução no volume de matérias-primas e materiais de embalagens adquiridos e bens imobilizados, contribuindo para o desempenho da meta. Por ser uma métrica que depende da cadeia de valor, o Grupo segue atento ao comportamento desse indicador nos próximos anos, para sustentar o resultado da meta para 2030.</p>
<h3>Resíduos</h3> <p>Minimizar o impacto ambiental causado pelo resíduo sólido da nossa operação direta por meio da redução do volume de resíduos, de programas de incentivo à reciclagem e com a prática de circularidade de embalagens.</p>	<p>Redução da intensidade de resíduos Diminuição de 15% do volume de resíduo gerado por unidade vendida (<i>sell-in</i>) em relação a 2022 até 2030³.</p>	<p>-1% 15%</p>	<p>Parte da variação do resultado se deve à composição do <i>mix</i> de produtos vendidos, enquanto outra parte está associada ao aprimoramento na metodologia de medição, com maior qualificação das informações de resíduos gerados por embalagens. Seguimos monitorando a <i>performance</i> deste indicador em busca de uma efetiva redução na intensidade até 2030.</p>
	<p>Reciclagem Recolhimento e destinação para reciclagem de, pelo menos, o equivalente a 45% dos resíduos de embalagens gerados no ano até 2030.</p>	<p>39% 45%</p>	<p>Resultado alcançado com iniciativas de reciclagem como programas próprios de logística reversa (Boti Recicla), projeto Estação Preço de Fábrica, participação no acordo setorial Mãos pro Futuro e reciclagem de resíduos de pontos de vendas desmobilizados. Houve aumento na quantidade de resíduos reciclados em todas as iniciativas em 2025 comparado ao ano anterior, contudo, houve acréscimo expressivo no volume de embalagens geradas devido ao aumento de produtos vendidos.</p>
	<p>Reciclagem Reciclagem de, pelo menos, 95% dos resíduos logísticos e industriais até 2030.</p>	<p>96% 95%</p>	<p>O resultado acima da meta corrobora as ações contínuas de gestão de resíduos do Grupo Boticário, ao promover a reciclagem em suas operações industriais e centros de distribuição.</p>
	<p>Circularidade de embalagens Utilização de 30% de material reciclado nas nossas embalagens até 2030.</p>	<p>6% 30%</p>	<p>O resultado de 2025 reflete desafios relacionados ao crescimento do Grupo, amadurecimento de processos para aumentar a incorporação de PCR nas embalagens e desafios relacionados a essa cadeia de fornecimento de vidro, plástico e demais materiais. O Grupo segue evoluindo no desenvolvimento de embalagens mais sustentáveis e em parcerias com fornecedores, acompanhando tendências globais e regulatórias.</p>
<p>Circularidade de embalagens 90% dos novos produtos desenvolvidos com embalagens reutilizáveis, recicláveis ou biodegradáveis até 2030.</p>	<p>7% 90%</p>	<p>Atualmente, a medição contempla apenas os refis. Dentro do escopo proposto, há dimensões ainda não mensuradas e, em 2026, a metodologia será revista em conjunto com um instituto de pesquisa para possibilitar acompanhamento do escopo completo da meta no próximo triênio de revisão.</p>	

¹ Os resultados 2025 dos Compromissos 2030 foram verificados externamente pela PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes Ltda.

² Para Escopo 2, são consideradas somente as emissões por abordagem de mercado.

³ Somatório do volume total de resíduos gerados pelo Grupo Boticário dividido pelas unidades *sell-in*.

COMPROMISSO	METAS ESPECÍFICAS	RESULTADO 2025 ¹	EVOLUÇÃO DO COMPROMISSO	
<p>Água Aumentar a eficiência hídrica do negócio e impactar positivamente bacias hidrográficas estratégicas para nós e para a sociedade.</p>				
		Atingimento de pelo menos 90% de biodegradáveis.	69% 90%	Os resultados 2025 foram impulsionados pela reclassificação de biodegradabilidade de matérias-primas relevantes na composição de sabonetes e óleos.
	Produto (dentre os produtos enxaguáveis)	Atingimento de 100% com menor impacto em água (vs. 2020) medido pela metodologia I.A.R.A [®] .	91% 100%	Os resultados decorreram da substituição de matérias-primas de alto impacto e do desenvolvimento de novas plataformas de fórmulas para a categoria de cabelos.
		Criação de tecnologias que permitam a redução de água pelo consumidor durante o enxágue.	Tecnologias aplicadas: 20%	O Grupo Boticário possui 25 tecnologias e soluções que reduzem o uso de água pelo consumidor no uso dos produtos; cinco já estão aplicadas, representando 20%. A ambição é ampliar essas aplicações nos próximos anos.
		Redução de, pelo menos, 25% do volume (m ³) de água consumido por tonelada de produto final em relação a 2022 (intensidade hídrica).	9% 25%	Em 2025, houve pela primeira vez uma redução no consumo relativo de água em relação a 2022 ² . Essa redução foi impulsionada por iniciativas de ecoeficiência hídrica nas plantas fabris e pela expansão de aplicações de água de reúso. Houve também um ajuste no cálculo com a exclusão do consumo de áreas administrativas das fábricas. Esse ajuste visa ao maior alinhamento às práticas de mercado.
	Eficiência	Utilização de, pelo menos, 90% da água de reúso gerada em nossas operações fabris até 2030.	36% 90%	Em 2025, o aumento do reúso de água foi impulsionado por um <i>upgrade</i> na planta de São José dos Pinhais (PR), que ampliou o uso para torres e caldeiras. O Grupo segue expandindo as possibilidades de reutilização de água nos processos produtivos, em conformidade com normas técnicas e legislações, para alcançar a meta até 2030.
		Em seis mananciais críticos para o Brasil ou onde estão localizadas nossas operações.	67% 6	Foi estabelecida governança local para iniciativas de conservação em quatro mananciais críticos — com meta de chegar a seis até 2030: Bacia do Rio Miringuava (PR), Região Hidrográfica da Baía de Guanabara (RJ), Bacia de Joanes/Jacuípe (BA) e Sistema Cantareira (SP), sendo os dois últimos incluídos em 2025.
Conservação (promoção de iniciativas de conservação da natureza que reduzam o risco hídrico)	Beneficiando aproximadamente 25 milhões de pessoas.	64% 25MM	O movimento Viva Água promove ações de conservação e empreendedorismo sustentável, beneficiando cerca de 15,9 milhões de pessoas. Em 2025, houve um ajuste de escopo na contabilização para refletir um maior rigor na consideração de pessoas beneficiadas: deixou-se de considerar a população total das bacias, passando a considerar apenas o total de pessoas diretamente abastecidas pelos mananciais com ações de conservação.	

¹ Os resultados 2025 dos Compromissos 2030 foram verificados externamente pela PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes Ltda.

² O volume relativo de água em 2022 foi 5,02 m³/t. Em 2025, FY foi 4,59 m³/t, o que representa uma redução de 9% no volume relativo de água.

COMPROMISSO	METAS ESPECÍFICAS	RESULTADO 2025 ¹	EVOLUÇÃO DO COMPROMISSO
<p>Biodiversidade Potencializar a conservação da biodiversidade e respeito aos animais.</p> <p>14 VIDA NA ÁGUA 15 VIDA TERRESTRE</p>	<p>Conservação Apoiar a conservação da biodiversidade em 2 milhões de hectares de áreas protegidas terrestres e marinhas até 2030.</p>	<p>29% 2MM</p>	<p>A partir de 2024, a Companhia passou a priorizar a conservação de hectares em Unidades de Conservação apoiadas por recursos de compensação ambiental e outras iniciativas influenciadas pela Fundação Grupo Boticário, considerando mecanismos mais perenes de proteção. Desde a atualização da meta, em 2024, até o fim de 2025, foram contabilizados 578.628 hectares com ações de conservação.</p>
	<p>Respeito aos animais</p> <p>Garantir que 100% dos nossos produtos sejam veganos em 2026.</p> <p>Aumentar em 40% o portfólio de métodos alternativos disponível para avaliação de segurança de matérias-primas e produtos.</p>	<p>98% 100%</p> <p>18% 40%</p>	<p>Os resultados de 2025 foram impulsionados por iniciativas de substituição de matérias-primas não veganas. Ainda há desafios na transição gradual das fórmulas atuais para versões 100% veganas, com previsão de conclusão em 2026.</p> <p>O Grupo Boticário não realiza testes em animais desde 2000, adotando rigorosas práticas de avaliação de segurança e ampliando continuamente o uso de métodos alternativos. Em 2025, alcançou 59 métodos disponíveis, um aumento de 18% em relação ao <i>baseline</i> de 50 métodos em 2023. A meta é atingir 70 métodos até 2030.</p>
	<p>Impacto positivo Busca pelo impacto positivo líquido em biodiversidade.</p>	<p>25% 8</p>	<p>Para contribuir com a conservação da biodiversidade, uma das iniciativas é a certificação Life, concedida a negócios comprometidos com o tema. O Grupo trabalha para a expansão da certificação para seis <i>sites</i> adicionais até 2030, totalizando oito certificações.</p>
<p>Diversidade e inclusão Promover a representatividade e inclusão de pessoas diversas no quadro geral e na liderança do GB, refletindo a população brasileira.</p> <p>5 IGUALDADE DE GÊNERO 10 REDUÇÃO DAS DESIGUALDADES</p>	<p>Quadro geral Promover a representatividade de pessoas diversas no quadro geral.</p>	<p>83%</p>	<p>Com a implementação do novo modelo de metas, o lançamento de programas de D&I e a consolidação da governança, o Grupo Boticário avança na representatividade de diferentes públicos — mulheres, pessoas negras (pretas e pardas), pessoas com deficiência e pessoas 45+ —, reforçando o compromisso de tratar todos os públicos como igualmente relevantes dentro de sua estratégia de dimensões priorizadas, tanto no quadro geral quanto na liderança.</p>
	<p>Liderança Promover a representatividade de pessoas diversas em posição de liderança.</p>	<p>74%</p>	

¹ Os resultados 2025 dos Compromissos 2030 foram verificados externamente pela PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes Ltda.

COMPROMISSO	METAS ESPECÍFICAS	RESULTADO 2025 ¹	EVOLUÇÃO DO COMPROMISSO
-------------	-------------------	-----------------------------	-------------------------



Diversidade e inclusão

Promover a diversidade e inclusão no ecossistema do nosso negócio, por meio do que compramos, comercializamos e comunicamos com a sociedade.



Comunicação

Realizar comunicação acessível, representativa da população brasileira e ausente de estereótipos, naturalizando a diversidade.

Cadeia de valor

Promover a estratégia de diversidade e inclusão entre os *stakeholders*, assim como estimular o empreendedorismo de pessoas diversas pela inclusão na nossa cadeia de valor.

Produto

Ofertar portfólio de produtos, novos e existentes, inclusivos e diversos, considerando as necessidades da população brasileira.

Pessoas negras: 39%
LGBTQIA+: 23%
45+: 8%
Corpos diversos: 23%
Pessoas com deficiência: 3%
Acessibilidade: 78%

Spend total com empresas de propriedade de pessoas diversas, dentre o pool de fornecedores estratégicos²: 12%

46%

A meta considera a representatividade de públicos diversos nas campanhas e comunicações externas do Grupo Boticário e de suas marcas. Em 2025, os percentuais estabelecidos para cada público foram alcançados por meio da definição do *casting* das campanhas. Como padrão mínimo de acessibilidade, adotam-se descrição de imagem em mídias estáticas com a #PraGeralVer, legendas em vídeos, intérpretes de Libras e audiodescrição. O avanço em 2025 reflete o alinhamento com as marcas e as recomendações decorrentes de treinamentos, consultorias estratégicas e análises técnicas em Diversidade e Inclusão.

Esse resultado é reflexo do pilar de Compras Afirmativas, parte do Programa de Compras Responsáveis, que incentiva a realização de negócios com empresas de propriedade de pessoas diversas. Além disso, são oferecidas capacitações sobre temáticas de Diversidade e Inclusão para os fornecedores e feito o acompanhamento da atuação deles no tema dentro do programa de avaliação e *performance* de fornecedores.

O Grupo Boticário segue comprometido com a evolução da temática de diversidade e inclusão, por meio de iniciativas como a Comunidade Beleza Livre, conectando pessoas diversas no codesenvolvimento de produtos das marcas de consumo do Grupo. Além disso, há foco em ampliar a comunicação de atributos relevantes para públicos diversos.



Desenvolvimento social

Contribuir ativamente para a redução da desigualdade social da população em geral e impactar positivamente a qualidade de vida dos parceiros de negócio pertencentes ao ecossistema da beleza.



População em geral

Até 2030, criação de 1 milhão de oportunidades para transformar a vida das pessoas, promovendo a participação em programas de desenvolvimento social focados em empreendedorismo e/ou capacitação profissional.

79%  1MM

Parceiros(as) de negócios







Proporcionar aumento de qualidade de vida de parceiros do negócio, de modo que isso reflita em aumento de sua renda.

Somente em 2025, foram criadas mais de 360 mil oportunidades por meio de programas de capacitação voltados a pessoas em situação de vulnerabilidade social. O resultado foi impulsionado principalmente pelo programa Empreendedoras da Beleza, que capacita mulheres para atuação no setor. No acumulado desde 2022, já são 789.064 oportunidades criadas pelos programas de capacitação.

O Grupo Boticário mantém o compromisso com a melhoria da qualidade de vida de seus parceiros de negócio, e está refinando o melhor indicador que tenha uma relação direta com a qualidade de vida das revendedoras. Como destaques na temática, a empresa mantém um programa de fidelidade com suas revendedoras, ofertando benefícios e lucratividade adicional para elas. Além disso, o modelo de negócio da revenda oferece várias facilidades para melhorar a qualidade do trabalho, englobando diversos formatos de atendimento e compra de produtos em diferentes canais, como presencial no Espaço da Revendedora ou via *delivery*.

¹ Os resultados 2025 dos Compromissos 2030 foram verificados externamente pela PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes Ltda.

² Spend com fornecedores de propriedade de pessoas diversas dividido pelo spend total com os fornecedores estratégicos do Grupo.

COMPROMISSO	METAS ESPECÍFICAS	RESULTADO 2025 ¹	EVOLUÇÃO DO COMPROMISSO	
 Fornecimento sustentável Promover o fornecimento responsável em nossas cadeias de suprimentos, como forma de combater o desmatamento ilegal, a perda da biodiversidade e de promover condições adequadas de trabalho.	Origem de matérias-primas Utilização de pelo menos 95% de matérias-primas de fontes renováveis ou de origem sustentável, até 2030.	89%  95%	Em 2025, o conceito de matéria-prima renovável foi aprimorado, em linha com as práticas de mercado, o que explica o aumento nos resultados apurados. Para essa classificação, são consideradas matérias-primas de origem 100% vegetal, biotecnológica, mineral e suas combinações.	
	Procedência responsável Garantia de certificação de matérias-primas de maior risco:	100% da palma comprada até 2030.	97%  100%	Desafio de postergação dos lançamentos de <i>repacking</i> de produtos com essa matéria-prima, que impôs restrições a um avanço do resultado.
	90% da madeira e derivados comprados até 2030.	99%  90%	Em 2025, o resultado superou o compromisso, com resultado de 99% em função da priorização da aquisição de madeiras e derivados com certificações.	
	100% do álcool da cana-de-açúcar comprado até 2030.	100%  100%	Para o álcool de cana-de-açúcar, o processo de certificação e migração das matérias-primas foi concluído em 2024, garantindo 100% desse insumo certificado.	
	Avaliação de fornecedores Avaliação de <i>performance</i> de sustentabilidade dos fornecedores <i>tier 1</i> ² responsáveis por, pelo menos, 75% do <i>spend</i> , até 2030 ³ .	63%  75%	O indicador considera o <i>spend</i> com fornecedores <i>tier 1</i> avaliados anualmente quanto à sua <i>performance</i> em sustentabilidade. Em 2025, o resultado melhorou em função dos esforços para fortalecer o Beauty Chain, ampliando o número de fornecedores avaliados em ESG e seu engajamento.	



¹ Os resultados 2025 dos Compromissos 2030 foram verificados externamente pela PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes Ltda.

² Primeiro elo da cadeia de fornecimento.

³ É o resultado da divisão do *spend* com fornecedores estratégicos avaliados pelo *spend* total do Grupo.

Como geramos valor

Governança



Clique no *play* para conferir a versão em vídeo dos principais destaques do capítulo em Libras, legendas, narração e audiodescrição.

Governança corporativa

Em 2025, o Grupo Boticário seguiu aprimorando sua governança, alinhando estrutura e processos aos seus objetivos estratégicos. O Conselho Consultivo, principal órgão de governança, passou a contar com nove membros — três mulheres e seis conselheiros independentes — indicados pelos sócios e sem atuação executiva. A diversidade de trajetórias e perspectivas permanece como critério central nas nomeações, contribuindo para decisões mais amplas e estratégicas, enquanto a Presidência e a Vice-Presidência seguem sob responsabilidade dos sócios, afastados da gestão executiva desde 2021.

Para apoiar a orientação estratégica e a supervisão dos negócios, o Conselho conta com os seguintes comitês de assessoramento:

- **Comitê de Pessoas:** define diretrizes de gestão, cultura e remuneração;
- **Comitê de Estratégia:** antecipa tendências e oportunidades do setor;
- **Comitê de Riscos e Auditoria:** supervisiona a integridade financeira, os controles internos e a exposição a riscos; e
- **Comitê ESG:** atua de forma estratégica na integração das dimensões ambiental, social e de governança à estratégia corporativa, deliberando sobre prioridades, acompanhando indicadores e assegurando alinhamento ao longo prazo, com reuniões regulares e conexão direta com a gestão para desdobramento de planos e metas em toda a organização.



Ética, integridade e *compliance*

O Grupo Boticário promove, por meio de seus mecanismos de governança, princípios de ética, transparência e responsabilidade, orientando decisões íntegras e relações de confiança com todos os públicos. O Código de Conduta estabelece diretrizes sobre comportamentos, conflitos de interesse e uso de informações, aplicáveis a toda a organização. O Grupo conta ainda com um Canal de Conduta, gerido por consultoria externa, que assegura imparcialidade, sigilo e não retaliação ao denunciante. De forma complementar, mantém canais de ouvidoria, treinamentos contínuos e iniciativas como a Semana de Compliance, fortalecendo a cultura de integridade. No relacionamento com terceiros, promove parcerias com base em critérios éticos e realiza avaliações de conformidade e *due diligence* de fornecedores, com monitoramento contínuo e possibilidade de interrupção de relações diante de riscos.

Cibersegurança, privacidade e segurança de dados

O Grupo Boticário organiza sua gestão de privacidade, cibersegurança e proteção de dados de forma integrada, ética e alinhada à Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), garantindo segurança das operações e confiança dos públicos. A estratégia envolve toda a liderança, inclui prevenção de riscos com ferramentas e práticas internas e valoriza o fator humano, com treinamentos e iniciativas como a Semana da Privacidade. Em 2025, houve avanços como melhorias organizacionais, testes de segurança, planos de resposta a incidentes, auditorias e certificações, além do fortalecimento da gestão de terceiros, incluindo fornecedores e franqueados, consolidando uma atuação preventiva e alinhada às melhores práticas.

Finanças sustentáveis

A estratégia de finanças sustentáveis do Grupo Boticário conecta a agenda ESG às decisões de capital, tendo os Sustainability-Linked Bonds (SLBs) como principal instrumento. Nessas operações, as condições financeiras estão atreladas ao cumprimento de metas ESG previamente definidas, com ajustes no custo em caso de não atingimento, reforçando a disciplina e o alinhamento entre desempenho socioambiental e resultados financeiros.



Finanças sustentáveis: conectando propósito e capital GRI 3-3

Ao emitir títulos de dívida atrelados a metas ESG (Sustainability-Linked Bonds), o Grupo Boticário transforma seus compromissos socioambientais em obrigações financeiras.

65% da dívida bruta

Financiamento do Grupo Boticário está diretamente vinculado a metas ESG.

Sustainability-Linked Bonds (SLBs)¹

Status de cada meta em 2025

O PIONEIRISMO

(Captação: R\$ 1 bilhão)
Primeira empresa a emitir SLBs no mercado brasileiro de dívida

Meta Energia:

100% de energia renovável em fábricas e CDs até 2022¹.

100% ✓

Linha de base: 2017 (87%)

Meta Resíduos:

100% de reciclagem de resíduos sólidos em fábricas e CDs até 2025¹.

100% ✓

Linha de base: 2019 (94,5%)

MARCO AMBIENTAL

(Captação: R\$ 2 bilhões)

Meta Hídrica:

80% de água de reúso na fábrica de São José dos Pinhais (PR) até 2030.

34,2%

Linha de base: 2022 (0%)

Meta Portfólio:

100% de produtos veganos até 2026.

98,4%

Linha de base: 2022 (93,6%)

MARCO SOCIAL

(Captação: R\$ 1,15 bilhão)
Primeira meta social do setor atrelada a um título de dívida

Meta Varejo

75% dos pontos de venda próprios com energia renovável até 2030.

56,7%

Linha de base: 2023 (0%)

Meta Social:

Criar 1 milhão e oportunidades por meio do Programa Empreendedoras da Beleza até 2030.

63%

625.713 oportunidades criadas

Linha de base: 2023 (158.579 oportunidades criadas)

SEGURANÇA DE PRODUTOS E EMISSÕES

(Captação: R\$ 1,625 bilhão)

Meta segurança de produtos:

aumentar de 55 para 70 métodos alternativos de testes até 2030.

59 métodos

Linha de base: 2024 (55 métodos)

Meta divulgação científica:

12 novos métodos publicados até 2030

Linha de base: 2024

Meta emissões:
reduzir 62% das emissões de Escopo 1 e 2³ até 2034.

-0,2%

Linha de base: 2022 (4.514,9 tCO₂e)

2020

2023

2024

2025

¹ Os resultados 2025 dos SLBs foram verificados externamente pela PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes Ltda.

² Fábricas de São José dos Pinhais (PR) e Camaçari (BA) e centros de distribuição de Registro (SP) e São Gonçalo dos Campos (BA).

³ Para Escopo 2, são consideradas somente as emissões por abordagem de mercado.

Como geramos valor Ambiental



Clique no *play* para conferir a versão em vídeo dos principais destaques do capítulo em Libras, legendas, narração e audiodescrição.

Mudanças climáticas

As mudanças climáticas representam um pilar central da estratégia de longo prazo do Grupo Boticário, sendo um tema essencial para a perenidade e resiliência do negócio. A atuação integra mitigação e adaptação à conservação da natureza, em sinergia com a Fundação Grupo Boticário, sustentada por uma governança transversal que envolve os mais altos níveis decisórios. Em 2025, o Grupo consolidou sua agenda climática e fortaleceu seu posicionamento no setor, com marcos como o lançamento do Plano de Transição e Adaptação Climática (PTAC), que orienta decisões ao integrar variáveis ambientais e financeiras, e a validação de metas de descarbonização de curto prazo e net-zero pela Science Based Targets initiative (SBTi), alinhadas ao Acordo de Paris e ao crescimento do negócio.

O [Relato Integrado 2025](#) do Grupo Boticário inclui um capítulo dedicado às divulgações alinhadas às recomendações da Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD), detalhando a governança, estratégia, gestão de riscos e métricas relacionadas às mudanças climáticas.

Grupo Boticário na COP30

A participação do Grupo Boticário e da Fundação Grupo Boticário na COP30, em Belém (PA), reforçou a conexão entre estratégia de negócio, adaptação climática e Soluções Baseadas na Natureza (SbN) como alavancas para a resiliência de cidades, comunidades e cadeias de valor. Orientado por uma estratégia desenvolvida em parceria com a World Climate Foundation, o Grupo ocupou espaços relevantes de influência, promovendo e participando de debates sobre investimento social privado, segurança hídrica, economia circular e a integração entre clima e biodiversidade, com atuação destacada no World Climate Summit, na Blue Zone e na Green Zone.

Metas climáticas validadas pela SBTi



As metas estabelecidas pelo Grupo Boticário em seu Plano de Transição e Adaptação Climática para reduzir as emissões no curto prazo e alcançar o net-zero em 2050 foram validadas pela Science Based Targets initiative (SBTi), iniciativa internacional que avalia esforços e metas corporativas para limitar o aquecimento global em 1,5 °C até 2050, conforme o Acordo de Paris. O Grupo foi a primeira empresa brasileira do setor de Bens de Consumo Duráveis, Produtos Domésticos e Pessoais na América Latina e Caribe a obter essa aprovação.

ESCOPOS 1 E 2

Redução absoluta de **67% das emissões até 2035** (ano-base de 2022).

ESCOPO 3

Redução absoluta de **37,5% das emissões até 2035** (ano-base de 2022).

NET-ZERO

Redução de **90% das emissões absolutas em todos os escopos**, com neutralização das emissões residuais por meio de remoção de carbono, até 2050 (ano-base de 2022).

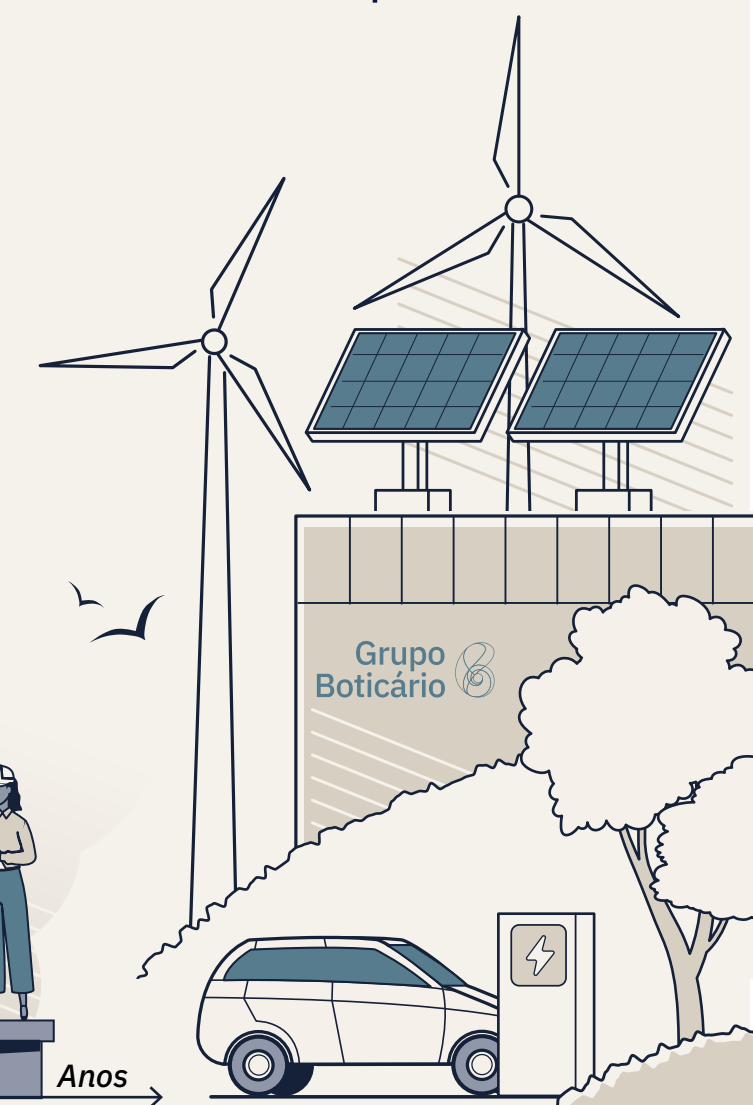
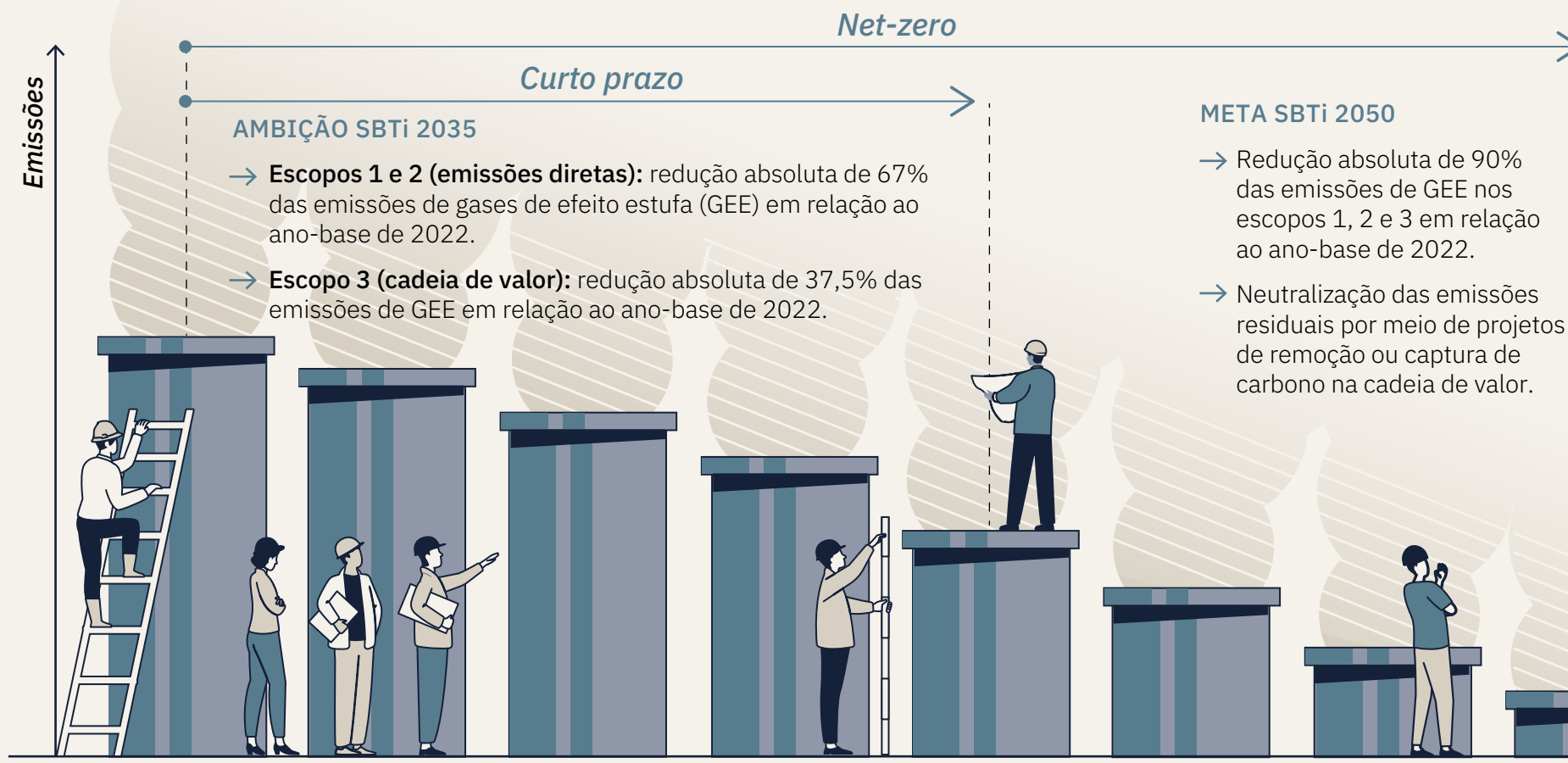
Plano de Transição e Adaptação Climática (PTAC) GRI 3-3

[Saiba mais](#)

O PTAC é o roteiro de ação climática de longo prazo do Grupo Boticário, um plano estratégico para reduzir 90% das emissões até 2050, fortalecer a adaptação aos riscos climáticos e integrar toda a cadeia de valor em uma transição sustentável, usando energia renovável, inovação, governança climática sólida e Soluções Baseadas na Natureza (SbN).

METAS DE DESCARBONIZAÇÃO

→ O Grupo Boticário é a primeira empresa da América Latina do setor de Bens de Consumo Duráveis, Produtos Domésticos e Pessoais a ter metas net-zero baseadas na ciência validadas pela Science Based Targets initiative (SBTi), que reconhece que elas são mensuráveis, consistentes e alinhadas às melhores práticas internacionais e ao Acordo de Paris.



DESTAQUES DA JORNADA CLIMÁTICA

→ **Soluções Baseadas na Natureza (SbN):** medidas de adaptação climática em parceria com a Fundação Grupo Boticário.

→ **Varejo:** meta de garantir que 75% dos pontos de venda próprios utilizem energia renovável até 2030.

→ **Logística:** realização de projetos de substituição de combustíveis fósseis por alternativas renováveis.

→ **Finanças sustentáveis:** metas de emissões e energia renovável atreladas a Sustainability-Linked Bonds (SLB).

ENGAJAMENTO DA CADEIA DE VALOR E TRANSPARÊNCIA

→ **Engajamento da cadeia:** monitoramento e desenvolvimento de fornecedores estratégicos por meio do PADP e do CDP Supply Chain.

→ **Métricas de transição:** 45% dos fornecedores que respondem o CDP Supply Chain têm metas próprias de redução de emissões de GEE.

→ **Inovação:** desenvolvimento de produtos, orientado pela metodologia de Avaliação do Ciclo de Vida (ACV).

→ **Transparência:** avanço do Projeto Pandora para procedência de matérias-primas críticas.

→ **Cultura interna:** + de 3 mil colaboradores capacitados em mudanças climáticas nos últimos três anos.

→ **Governança:** acompanhamento de indicadores climáticos e gerenciamento de riscos e oportunidades pelo Conselho Consultivo e pelos Comitês Executivos.

Resíduos

O Grupo Boticário integra a gestão de resíduos ao ciclo de vida de seus produtos, da escolha das matérias-primas ao pós-consumo, envolvendo todo o ecossistema. Alinhada aos Compromissos para o Futuro, a estratégia busca reduzir a geração de resíduos, ampliar a circularidade e impulsionar a reciclagem, associando responsabilidade socioambiental ao crescimento do negócio.



Inovação e circularidade na origem dos materiais (*upstream*)

O Grupo utiliza a Avaliação de Ciclo de Vida (ACV) em todo o portfólio para orientar a escolha de insumos de menor impacto ambiental, priorizando embalagens com menor emissão, maior reciclabilidade e uso de conteúdo reciclado. A inovação em embalagens é um vetor central dessa estratégia, com soluções de ecodesign que combinam materiais alternativos e eficiência logística, impulsionando a evolução contínua para modelos mais sustentáveis e circulares.

Fábricas e centros de distribuição

O Grupo Boticário trabalha para tornar seus ciclos industriais e logísticos cada vez mais eficientes, priorizando a não geração e a redução de resíduos e, quando inevitável, sua destinação seguindo a lógica de valorização: reutilizar, reciclar e reaproveitar, com envio para aterro apenas em último caso. A gestão é realizada em parceria com empresas especializadas, garantindo conformidade legal, rastreabilidade e melhoria contínua. Nas operações diretas, o foco está na redução de perdas e no reaproveitamento de materiais, apoiado por iniciativas como o programa Go.Super e o Projeto Boomerang, que engajam fornecedores e fortalecem a circularidade ao longo de toda a cadeia.

Pós-consumo e logística reversa (*downstream*)

A geração de resíduos pós-consumo concentra grande parte dos impactos ambientais das embalagens do Grupo Boticário, que, para enfrentar esse desafio, estruturou um processo de logística reversa baseado em programas próprios, parcerias estratégicas e iniciativas setoriais. Em 2025, o Grupo recolheu e destinou para reciclagem o equivalente a 39% das embalagens geradas, ampliando a recuperação de materiais e fortalecendo cadeias locais de reciclagem.

BOTI RECICLA

Criado em 2006, o Boti Recicla é o principal programa de logística reversa do Grupo e se consolidou como o maior do varejo de beleza no Brasil em número de pontos de coleta, presente em mais de 4 mil pontos e aberto a embalagens de qualquer marca. Em 2025, mais de 2,8 milhões de consumidores participaram da iniciativa, com resíduos destinados a cooperativas homologadas, fortalecendo a cadeia de reciclagem e a rastreabilidade. O programa avançou com expansão internacional, novos canais como salões parceiros e ações de engajamento, ampliando o alcance, a conscientização e a circularidade.

48%
de aumento no
recolhimento em
2025 vs. 2024



ESTAÇÃO PREÇO DE FÁBRICA

A Estação Preço de Fábrica é um projeto do Grupo Boticário em parceria com a Green Mining para fortalecer a reciclagem e a economia circular, usando tecnologia de rastreamento para aumentar o valor pago pelos materiais recicláveis. Com isso, gera mais renda para os catadores e ajuda a estruturar cadeias mais eficientes. Em 2025, o projeto avançou com a inauguração de uma estação em Belém durante a COP30. Desde sua criação, já contribuiu para a coleta de milhares de toneladas de resíduos e para a geração de renda de milhares de pessoas, consolidando-se como instrumento relevante de inclusão social e economia circular.

Circularidade dos nossos resíduos GRI 3-3

O Grupo Boticário fortalece a economia circular por toda a cadeia, reduz a geração de resíduos, amplia a reciclabilidade das embalagens e investe em inovação para novos materiais.

DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS, CADEIA E PARCEIROS

- Em 2025, o projeto **Do Lixo ao Luxo** trocou a embalagem do batom **Make B.** por resina com 50% de material pós-consumo reciclado, reduzindo de 10% a 12% das emissões de CO₂e.
- Fortalecimento da circularidade com iniciativas como o **Elo ESG**, que capacita compradores em práticas sustentáveis, e ferramentas como a Avaliação de Ciclo de Vida, aplicadas a todo o portfólio.
- Evolução em pesquisa para inovação sustentável em embalagens com busca por métodos de reciclabilidade mais sustentáveis, evoluindo da reciclagem mecânica e química para a enzimática e a biotecnologia.

RECICLAGEM

- As **17 cooperativas parceiras** são homologadas e monitoradas pela **Yattó** com rigor técnico, legal e de *compliance*.
- + de **700 profissionais de reciclagem** envolvidos nos programas próprios de logística reversa do Grupo.

PROGRAMAS DE LOGÍSTICA REVERSA

- + de **4,5 mil pontos de coleta** dos programas de logística reversa do Grupo Boticário em todos os estados do Brasil, que aceitam embalagens de qualquer marca de higiene pessoal, cosméticos e perfumaria.
 - Expansão do **Boti Recicla** para Portugal, com 10 pontos de coleta de embalagens inaugurados em 2025.
- Em 2025, o projeto **Estação Preço de Fábrica** superou **2 mil toneladas recicladas** e chegou a Belém (PA), durante a COP30.



OPERAÇÕES - FÁBRICAS E CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO

- **96% dos resíduos logísticos e industriais** das fábricas e centros de distribuição foram reciclados em 2025.
- Expansão do projeto de **aterro zero** para a **Fábrica de Camaçari (BA)** e o **CD de São Gonçalo dos Campos (BA)**. O CD de Registro é **aterro zero** desde 2022.
- Ampliação da metodologia **WCM** (World Class Manufacturing) pelo programa **Go.Super**, focando a redução de perdas e a melhoria da precisão dos dados de gestão de resíduos.

LOGÍSTICA, TRANSPORTE E DISTRIBUIÇÃO

- Programas como o de **reutilização** de caixas e tampas para o transporte de produtos evitaram **2.750 t** em resíduos em 2025.

VAREJO E CONSUMO

- Em maio de 2025, a iniciativa **Boti Recicla Store** aceitou, em uma das diversas lojas participantes do programa de logística reversa, embalagens vazias como forma de pagamento, coletando mais de **1 t** de resíduos nos três dias da ação.
- O material recolhido nessa iniciativa foi triado por cooperativa homologada e transformado em ecochapas pelo parceiro **Mão Colorida**.
- Atualmente, **142 lojas do Grupo** já utilizam mobiliário e/ou paredes e forro fabricados a partir de plástico reciclado e resíduos de difícil reciclagem, como tecido e isopor.

Gestão de água e efluentes

A gestão de água e efluentes no Grupo Boticário é conduzida como uma agenda estruturante para a sustentabilidade do negócio e a resiliência dos territórios, reconhecendo a água como recurso essencial à produção, à qualidade dos produtos e ao equilíbrio dos ecossistemas. Essa atuação está organizada em três frentes complementares: eficiência industrial, impacto em produto e conservação e segurança hídrica.

Tema transversal e estratégico, a gestão da água busca **resiliência** e **impacto positivo**

Eficiência industrial

No âmbito operacional, a gestão busca reduzir a demanda por água potável e ampliar o reúso, tornando os processos mais circulares e resilientes. A água captada é utilizada nas operações e, após tratamento, retorna para usos não potáveis e industriais, reforçando a eficiência dos processos e a gestão sustentável dos recursos hídricos.

Impacto em produto

A gestão de água e efluentes no Grupo Boticário também orienta o desenvolvimento de produtos, priorizando formulações com menor impacto aos ecossistemas aquáticos, com critérios como biodegradabilidade, baixa toxicidade e menor potencial de bioacumulação. Iniciativas como os selos *reef safe* e “fórmula amiga das águas” reforçam esse compromisso, integrando a estratégia de inovação sustentável ao longo de todo o ciclo de vida dos produtos.

Conservação e segurança hídrica

O Grupo Boticário reconhece que a resiliência das operações depende da saúde dos ecossistemas nos territórios onde atua e, por isso, amplia sua atuação em conservação e segurança hídrica além das fábricas, em parceria com a Fundação Grupo Boticário, especialmente por meio do Movimento Viva Água. Presente em territórios estratégicos, o movimento promove segurança hídrica e adaptação às mudanças climáticas com Soluções Baseadas na Natureza e incentivo ao empreendedorismo sustentável.

Biodiversidade

A biodiversidade ocupa um lugar central na estratégia do Grupo Boticário, sendo tratada como parte indissociável do negócio e essencial para a continuidade das operações, a disponibilidade de matérias-primas, a resiliência climática e a inovação. Essa atuação está alinhada a compromissos globais e estruturada em frentes como impacto líquido positivo, proteção de áreas naturais e fortalecimento de cadeias

sustentáveis, com uso de ferramentas e metodologias que conectam desempenho ambiental, riscos e tomada de decisão.

A gestão segue a hierarquia de mitigação, priorizando a prevenção de impactos, a redução de efeitos inevitáveis e, quando necessário, ações de recuperação e compensação. Os impactos são monitorados tanto nas operações quanto na cadeia de valor, com destaque para o uso da Metodologia Life¹ e para o avanço na certificação de matérias-primas críticas, como álcool, madeira e palma, com base em padrões reconhecidos internacionalmente.

No Relato Integrado 2025, o Grupo Boticário apresenta sua publicação da Taskforce on Nature-related Financial Disclosure (TNFD).

¹ Metodologia que orienta a integração da biodiversidade à estratégia das empresas, considerando seus impactos e dependência dos serviços ecossistêmicos.

Em 2025, os **índices de certificação** alcançaram 100% para álcool, 99% para madeira e 97% para palma

PAEPALANTHUS
Crédito: Haroldo Palo Jr.



Fundação Grupo Boticário 35 anos GRI 3-3

De pioneiros na conservação a líderes em resiliência climática.

1990-1999

Pioneira entre as fundações empresariais brasileiras, foi criada em 1990. Quatro anos depois, em 1994, estabeleceu sua primeira Reserva Natural com o objetivo de proteger a Mata Atlântica.

2000-2009

Consolidação institucional, com atuação em agendas climáticas nacionais e internacionais.

2010-2019

Integração estratégica ao Grupo, com foco em segurança hídrica e desenvolvimento de métricas de impacto.

2020-2025

Reposicionamento centrado na adaptação climática e em Soluções Baseadas na Natureza (SbN) como eixo do plano de transição climática do Grupo Boticário. Participação na COP30, liderando debates sobre água, biodiversidade e adaptação climática.

Mantém duas reservas naturais, laboratórios práticos de Soluções Baseadas na Natureza que protegem:

692
espécies de plantas

531
espécies de fauna



11 mil

hectares de proteção direta em Reservas Particulares do Patrimônio Natural (RPPNs).

Mata Atlântica

Cerrado

472
espécies de plantas

553
espécies de fauna



+ de 1,8 mil

soluções e iniciativas de conservação apoiadas em todo o Brasil.



180

espécies descobertas a partir da produção de conhecimento científico.



+ de 580

Unidades de Conservação beneficiadas.

- **Movimento Viva Água:** segurança hídrica para mais de 15 milhões de pessoas, com ampliação para 6 regiões estratégicas até 2030.
- **Resiliência Costeira:** 14,5 milhões de pessoas beneficiadas com iniciativas (leis e ferramentas) de cultura oceânica em "Cidades Azuis".
- **Natureza ON:** plataforma inovadora, resultado da parceria com Google Cloud e MapBiomas. Mapeia áreas de vulnerabilidade climática e oferece um diferencial ao recomendar Soluções Baseadas na Natureza (SbN).
- **Incubadora de Projetos Solução Natureza:** apoio a 30 municípios com projetos de SbN qualificados e financeiramente viáveis, com potencial para beneficiar 30 milhões de pessoas.
- **Oceano:** apoio à criação e ampliação de áreas marinhas que, juntas, equivalem a 75 cidades de São Paulo.

Inovação em produtos seguros e sustentáveis

A inovação no Grupo Boticário é orientada pela união de ciência, responsabilidade ética e impacto positivo, tratando segurança dos produtos, sustentabilidade e respeito à vida animal como dimensões essenciais do negócio. Com estrutura dedicada de pesquisa e desenvolvimento, incluindo laboratórios próprios e parcerias com universidades e *startups*, o Grupo antecipa tendências e desenvolve soluções alinhadas às demandas de bem-estar e sustentabilidade. Em 2025, reforçou sua governança ao conquistar a certificação ISO 56001, consolidando a inovação como pilar estratégico e conectando-a aos compromissos ESG e à geração de valor de longo prazo.

25 anos sem testes em animais

Em 2025, o Grupo Boticário celebrou 25 anos de desenvolvimento de produtos livres de testes em animais, compromisso adotado desde 2000 e estendido a toda a cadeia produtiva, com reconhecimento internacional por certificações como Peta e Leaping Bunny. Essa trajetória é sustentada por investimentos contínuos em pesquisa e métodos alternativos, com um portfólio crescente de tecnologias que simulam o comportamento de tecidos humanos e aumentam a confiabilidade dos testes.

10 anos da I.A.R.A.®



A ferramenta Índice de Avaliação de Risco Ambiental (I.A.R.A.®), criada em 2015, classifica matérias-primas e fórmulas conforme seu risco ambiental, considerando critérios como biodegradabilidade, bioacumulação e toxicidade. Em 2025, ao completar 10 anos, a metodologia e seus selos associados passaram por verificação independente, que atestou sua base científica e alinhamento às melhores práticas e normas internacionais.

Segurança de produtos

O Grupo Boticário conta com uma estrutura dedicada à segurança de produtos, garantindo que todos os itens passem por avaliação técnica, com verificação de ingredientes, estudos clínicos e conformidade regulatória para proteção do consumidor. Em 2025, não foram registrados casos significativos de não conformidade, reforçando a robustez desse processo. A Companhia também preza pela transparência, com iniciativas como o site Beleza Transparente e comunicação técnica acessível ao público.



Ciência, diversidade e impacto social

A inovação no Grupo Boticário também é orientada pela integração entre ciência, diversidade e impacto social, ampliando o olhar sobre as pessoas e seus contextos. Essa abordagem se traduz em iniciativas como o codesenvolvimento de produtos com consumidores diversos, o foco em acessibilidade e representatividade e a criação de estruturas científicas dedicadas a temas historicamente pouco explorados, como o Centro de Pesquisa da Mulher.

Criado em 2025, o Centro aprofunda o conhecimento sobre os corpos, ciclos e necessidades femininas ao longo da vida, gerando dados para soluções mais seguras e baseadas em evidências, além de ampliar a presença feminina na produção científica. Nesse contexto, o Grupo também lançou o Pacto Skincare Responsável, promovendo o uso consciente de produtos entre jovens, e iniciativas como o Prêmio Vozes da Ciência, que fomentam a diversidade e a formação de novos talentos na pesquisa.





Como geramos valor Social



Clique no *play* para conferir a versão em vídeo dos principais destaques do capítulo em Libras, legendas, narração e audiodescrição.

Desenvolvimento social

A atuação social do Grupo Boticário busca promover a geração de valor compartilhado, integrando desenvolvimento social, fortalecimento do negócio e impacto positivo. A estratégia foca na ampliação de oportunidades de inclusão produtiva, estímulo ao empreendedorismo e desenvolvimento local, fortalecendo o ecossistema da beleza e sustentando um crescimento duradouro. O Instituto Grupo Boticário e a área de Impacto Social articulam iniciativas de capacitação, aceleração de negócios, desenvolvimento local e voluntariado.

O Gente que Faz o Bem, programa de voluntariado corporativo do Grupo Boticário, mobiliza colaboradores em iniciativas que geram impacto positivo nas comunidades, fortalecendo o engajamento e a conexão com os territórios. Essa atuação é complementada por programas que apoiam o desenvolvimento local, a inclusão e o bem-estar de forma articulada e em escala, como investimentos em projetos incentivados, doação de produtos por meio do Beleza de Doar e iniciativas de capacitação e autocuidado, como Beleza de Viver e Beleza de Educar.

Instituto Grupo Boticário

O Instituto Grupo Boticário fomenta o empreendedorismo no ecossistema da beleza por meio da capacitação de pessoas e aceleração de negócios, com foco na geração de prosperidade econômica em contextos de maior vulnerabilidade. Entre os programas do Instituto Grupo Boticário estão:

Empreendedoras da Beleza

Plataforma gratuita de capacitação e desenvolvimento de mulheres no setor. Voltado prioritariamente àquelas em situação de vulnerabilidade social, o programa integra qualificação profissional, fortalecimento de competências empreendedoras e conexão com oportunidades reais de trabalho e renda, articuladas ao ecossistema do Grupo Boticário.

Desenvolve

Oferece formação para o mercado de tecnologia a pessoas em situação de vulnerabilidade, com foco na redução de desigualdades de gênero e raça.

Fundo de Fomento ao Empreendedorismo

Mobiliza recursos para apoiar programas do Instituto e de parceiros no ecossistema da beleza.

Capacita & Acelera

Promove educação financeira para revendedores, ampliando gestão e geração de renda.



Clique aqui para saber mais sobre os [programas de Impacto Social](#) do Grupo Boticário e sobre as iniciativas do [Instituto Grupo Boticário](#).

Diversidade e inclusão

A diversidade e inclusão são tratadas pelo Grupo Boticário como parte integrante da estratégia de negócio e vetor de inovação, alinhadas aos Compromissos para o Futuro e às expectativas de consumidores cada vez mais atentos à pluralidade. A atuação é transversal e estruturada em cinco pilares — pessoas, produtos, comunicação, cadeia de valor e território de marca — com foco em públicos prioritários, buscando reduzir lacunas históricas e fortalecer a conexão com o ecossistema. Em 2025, o “Ano pela Inclusão” trouxe a interseccionalidade como eixo central, ampliando uma abordagem integrada ao longo de toda a jornada do consumidor e das práticas internas.

PESSOAS

No pilar de Pessoas, o Grupo Boticário fortalece a diversidade e inclusão com foco na redução de assimetrias no desenvolvimento e desempenho entre colaboradores, ampliando oportunidades de crescimento e retenção.

PRODUTOS

No pilar de Produtos, a área de D&I atua integrada ao desenvolvimento, contribuindo com conhecimento e conexão com consumidores diversos para ampliar o portfólio inclusivo. A partir da escuta da Comunidade Beleza Livre, já foram realizados dezenas de projetos de codesenvolvimento, que resultam em soluções mais acessíveis e representativas.

COMUNICAÇÃO

Na perspectiva da comunicação, o Grupo Boticário orienta sua atuação em diversidade e inclusão com foco no consumidor, promovendo uma comunicação acessível, representativa e livre de estereótipos, entendida como espaço estratégico para reduzir barreiras e fortalecer a confiança.

TERRITÓRIO DE MARCA

O pilar de território de marca amplia a estratégia de D&I para além do ambiente corporativo, conectando diversidade à elaboração de iniciativas codesenvolvidas com as marcas de consumo e voltadas a gerar impacto positivo na sociedade.

CADEIA DE VALOR

Na relação com fornecedores e parceiros, o Grupo Boticário estende sua estratégia de D&I à promoção do empreendedorismo diverso, fortalecendo a competitividade e a cadeia de valor. No varejo, investe na qualificação da força de vendas por meio da Consumidores Diversos Academy, com trilhas práticas voltadas às demandas do consumidor brasileiro, como a capacitação de mais de 12 mil pessoas em maquiagem para pele negra em 2025.



Diversidade e inclusão no ecossistema GRI 3-3

No Grupo Boticário, diversidade e inclusão não são agendas paralelas, mas motor de inovação e conexão com o público consumidor. Por isso, o tema está presente em toda a jornada de consumo – desde o desenvolvimento de produtos até a experiência com as marcas. Esse trabalho ganha forma nos cinco pilares a seguir.

1 PRODUTOS

- **Crescimento de 92%** do indicador de produtos inclusivos no portfólio vs. 2024.
- **+ de 80 projetos codesenvolvidos na Comunidade Beleza Livre**, envolvendo mais de 2 mil consumidores diversos.
- **Inovações como a Siáge Pro Cronology Curvas de Eudora** mostram o compromisso em oferecer produtos que atendem à diversidade capilar brasileira.
- **Criação do Centro de Pesquisa da Mulher**, para ampliar o conhecimento científico sobre os corpos e ciclos femininos.
- **Prêmio Vozes da Ciência e o DeepUP**, impulsionando a participação de mulheres diversas na ciência.



2 COMUNICAÇÃO

- **Anos temáticos:** campanhas incentivam o respeito, a valorização e a naturalização da diversidade. Em 2025, o foco foi "Ano Pela Inclusão" e, em 2026, será Diversidade Etária.
- **Crescimento de 30%** no indicador de acessibilidade vs. 2024, fortalecendo os recursos como #PraGeraVer, legendas, libras e audiodescrição.
- **Lançamento do Beleza Negra Lab**, que formou 30 mulheres em maquiagem para pele negra para atuar como fornecedoras do Grupo.

3 CADEIA DE VALOR

- **Programa de Aceleração de Negócios Diversos** lançado em parceria com o Sebrae, para acelerar 23 negócios de propriedade de pessoas diversas.
- **Lançamento pela Consumidores Diversos Academy GB** da trilha de maquiagem para pele negra, fortalecendo atendimento inclusivo.
- **Fornecedores e franqueados** com monitoramento do desempenho em diversidade e inclusão.



4 PESSOAS

- **1ª empresa de beleza do Brasil** a conquistar a Certificação Age-Friendly Employer.
- **Estratégia data-driven:** maior Censo da história do Grupo Boticário com 12.454 respostas únicas.
- **Programa Protagonize** oferece suporte individualizado e contínuo a colaboradores PcD, promovendo autonomia, protagonismo e desempenho, com foco na retenção de talentos.
- **Lançamento do Identidades**, desenvolvimento das principais competências universais demandadas pelo Grupo, para empoderar os talentos negros.
- **O Programa de Mentoria para Pessoas Diversas** acelera carreiras em áreas estratégicas e fortalece a representatividade interna.

5 TERRITÓRIO DE MARCA

- **+ de 2 mil crianças impactadas** nas ativações de lançamento do livro infantil em D&I: *Dr. Botica em Dançando na Floresta Encantada*.
- **+ de 6 mil oportunidades criadas** com a 2ª edição do Novos Começos, programa gratuito de capacitação para mulheres 45+ com foco em empregabilidade e empreendedorismo.



Desenvolvimento de **capital humano**

Gestão **de pessoas**

A gestão de pessoas do Grupo Boticário avançou, em 2025, para uma agenda mais estratégica, voltada à sucessão, à prontidão de lideranças e à alocação

das competências certas nas posições críticas para o futuro da Companhia. Nesse contexto, a mobilidade interna se consolida como uma das principais alavancas de retenção, apoiada por programas de desenvolvimento como mentoria e formação de lideranças.

O Grupo mantém o compromisso com relações baseadas em confiança, respeito e conformidade trabalhista, asseguradas por sua Política Trabalhista, enquanto benefícios e iniciativas de bem-estar seguem como pilares da proposta de valor, reforçando a retenção de talentos diversos.

36%

das vagas abertas em 2025 foram preenchidas com recrutamento interno

AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO

O processo de avaliação de desempenho do Grupo Boticário reflete seu compromisso com o desenvolvimento contínuo e inclusivo, com critérios objetivos alinhados às competências e valores organizacionais, como respeito, diversidade e sustentabilidade, além de garantir acessibilidade com recursos como Libras, legendas e traduções. Desde 2021, o Grupo adota o modelo 360 graus, incentivando *feedbacks* contínuos ao longo do ano e consolidando a avaliação como instrumento estratégico de gestão de talentos e fortalecimento de uma cultura colaborativa, transparente e inclusiva.





BENEFÍCIOS

O Grupo Boticário materializa seu compromisso com o cuidado e bem-estar dos colaboradores com um portfólio amplo de benefícios, oferecidos conforme elegibilidade, que também apoia a atração e a retenção de talentos. Entre eles estão planos de saúde e odontológico, previdência privada, seguro de vida, modelo de trabalho flexível e licença parental universal.

TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO

Em 2025, o Grupo Boticário estruturou sua agenda de treinamento e desenvolvimento com base nas competências necessárias para sustentar sua estratégia, combinando conteúdos tradicionais e microaprendizados integrados à rotina, impactando mais de 19 mil pessoas. A plataforma Educa On permaneceu como principal ambiente de aprendizagem, enquanto a Academia de Liderança e academias funcionais fortaleceram o desenvolvimento técnico e comportamental. O período também marcou o avanço de iniciativas estruturantes, como o Programa de Mentoria Interna e a Academia Pré-Pipe, voltados à sucessão, aceleração de carreira e preparação de novas lideranças.

Licença parental universal:

180 dias para mães e pessoas que gestam e 120 dias obrigatórios para pais e não gestantes

Saúde, segurança e bem-estar

Gestão de saúde e bem-estar

A gestão de saúde do Grupo Boticário é estruturada como um sistema integrado de cuidado, orientado à prevenção, promoção e resposta, com foco no bem-estar físico, mental e social dos colaboradores. O acesso ocorre por meio de uma rede que inclui Centros de Promoção à Saúde, Central 24h e plataformas digitais, além de campanhas e programas preventivos, garantindo atendimento contínuo e próximo. A atuação em saúde mental é referência no Brasil, com uma abordagem já alinhada às exigências da nova NR-1, reforçando uma transição para um cuidado longitudinal, mais preventivo e estratégico. Em 2025, o Grupo fortaleceu o acompanhamento de doenças crônicas e casos de internação, com atuação mais proativa, ampliando o cuidado integral e inclusivo.

Saúde ocupacional e Segurança do trabalho

A gestão de Saúde Ocupacional e Segurança do Trabalho do Grupo Boticário é baseada em um modelo preventivo, orientado por dados e voltado à evolução contínua da cultura organizacional. Essa abordagem integrada abrange todas as operações, com políticas padronizadas e uso de indicadores para analisar riscos de forma sistêmica e orientar decisões, garantindo a integridade dos colaboradores e a conformidade legal.

No pilar de segurança, o Grupo atua na mitigação de riscos e promoção da segurança como valor inegociável, utilizando ferramentas como inspeções, auditorias e aprendizado com incidentes, além do forte engajamento da liderança e dos colaboradores em práticas de prevenção. Iniciativas como o Go.Super, baseado em

metodologias de excelência operacional, reforçam a redução de perdas e a melhoria contínua, contribuindo para avanços consistentes na segurança e na eficiência das operações.

A segurança se constrói **na prática**, com observação, diálogo e prevenção



Fornecimento sustentável



Clique no *play* para conferir a versão em vídeo dos principais destaques do capítulo em Libras, legendas, narração e audiodescrição.

Gestão da cadeia de fornecedores

A gestão da cadeia de fornecedores do Grupo Boticário prioriza relações de longo prazo baseadas em transparência, ética e corresponsabilidade, incorporando critérios ESG à seleção, avaliação e desenvolvimento de parceiros. Em 2025, o Grupo avançou para uma integração estratégica da cadeia, com maior governança e rastreabilidade, especialmente diante da relevância do Escopo 3, promovendo colaboração ativa, capacitação e geração de valor compartilhado.

O modelo de governança inclui avaliação socioambiental desde a homologação, uso de matrizes de risco para classificação de fornecedores e monitoramento contínuo, com auditorias mais aprofundadas para parceiros estratégicos. A abordagem vai além da conformidade, buscando impulsionar a evolução das práticas ESG por meio de instrumentos complementares, como o ESG Beauty Chain, plataforma própria de autoavaliação, e a Linkana, que apoia a análise de riscos com base em dados públicos. O modelo é reforçado pela participação no

CDP Supply Chain e por programas internos de avaliação e rastreabilidade, consolidando uma gestão integrada e orientada à melhoria contínua da cadeia.



Em 2025, o Grupo Boticário contou com:

5.635
fornecedores ativos

Desse total,
119
são classificados
como estratégicos¹

Dentre eles,
61,2%
(71 fornecedores) alcançaram
uma pontuação superior a
60%
na avaliação de sustentabilidade²,
o que representa baixo risco de
impactos socioambientais

¹ Os fornecedores estratégicos representam cerca de 63,3% do *spend*.

² 98% dos fornecedores estratégicos participaram da avaliação socioambiental. Destes, os parceiros que não atingem o patamar mínimo de 60% de pontuação na avaliação são automaticamente incluídos em planos de melhorias, com o suporte e monitoramento do time GB.



PROGRAMA DE AVALIAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE PARCEIROS (PADP)

Com 28 anos, o PADP segue como pilar central na gestão da cadeia de suprimentos do Grupo Boticário, avaliando fornecedores com base em critérios técnicos e socioambientais — sendo os aspectos ESG cerca de 10% da nota — e orientando planos de melhoria e decisões de desenvolvimento. Em 2025, o programa evoluiu para uma abordagem mais ativa, com suporte direto aos parceiros por meio de “consultoria ativa” e do Elo ESG, que capacita compradores como multiplicadores. Todos os fornecedores recebem *feedback* e são direcionados a planos de evolução contínua.

A avaliação da cadeia é conduzida como **processo formativo**, com foco em **melhoria contínua**

PROGRAMA PANDORA

O Programa Pandora é o principal instrumento do Grupo Boticário para assegurar a procedência sustentável e a rastreabilidade de matérias-primas, mapeando cadeias produtivas além do *tier 1* para mitigar riscos socioambientais, como violações de direitos humanos e desmatamento. Em 2025, o programa ampliou seu escopo para novas cadeias, como café, e estruturou frentes específicas como Pandora PCR, voltado a materiais reciclados, e Pandora Fragrâncias. Como resultado, o Grupo alcançou altos níveis de certificação e rastreabilidade, incluindo 100% para álcool de cana, 99% para madeira e papel e 97% para óleo de palma, consolidando avanços relevantes na gestão sustentável da cadeia.

Créditos

GRUPO BOTICÁRIO

DIRETORIA DE ESG

Luis Augusto Meyer

Thais Pires Lopes

Judith Von Paumgartten Klautau

Agradecemos a todos os colaboradores que participaram da construção deste Relato Integrado.

GRUPO REPORT

gruporeport.com.br

CONTEÚDO

Letícia Miraglia

Naná Prado

GESTÃO DO PROJETO

Beatriz Miranda

Lígia Feliciano

INDICADORES

Thays Garcia

PROJETO GRÁFICO

Ully Cabral

DIAGRAMAÇÃO

Ully Cabral

Rubem Hojo

INFOGRÁFICOS

Henrique Assale

Fábio Nienow

MATERIALIDADE

Grupo Report

REVISÃO ORTOGRÁFICA

Ana Cardoso

FOTOGRAFIA

Banco de imagens

do Grupo Boticário