

GrupoBoticário 

INFORME INTEGRADO

VERSIÓN EJECUTIVA

2025





Mensajes de los líderes

Crecer en línea con nuestra esencia

En 2025, el Grupo Boticário recibió la invitación de evolucionar como organización y como un ecosistema de personas, marcas, socios y territorios en torno de un mismo propósito, ajustando rutas para mantener la coherencia entre lo que cree, dice y hace. A lo largo del año, fortalecimos nuestro papel como agente de transformación socioambiental, al tiempo que mantuvimos el compromiso con la agenda climática, la biodiversidad y el desarrollo de las comunidades. Frente a las tensiones reales y a un contexto desafiante, avanzamos con pragmatismo, motivados por nuestra actitud curiosa e inquieta, que impulsa el aprendizaje continuo y la elaboración de nuevas respuestas. El Informe Integrado refleja esta trayectoria y la convicción de que siempre se puede lograr un crecimiento sostenible. Confiamos plenamente en nuestra capacidad de aprender, adaptarnos y evolucionar siempre, de manera de integrar la generación de valor al negocio y a la sociedad.



FERNANDO MODÉ
CEO DEL GRUPO BOTICÁRIO

Aprender para evolucionar

El Grupo Boticário es una empresa que aprende con el mercado, con las personas, con los territorios en los que actúa y con los desafíos que se le plantean. Sus decisiones se basan en la escucha, la reflexión y la evolución continua. En 2025, revisamos nuestros planes, adaptamos nuestros procesos y pusimos a la organización en marcha para operar acorde con nuestros valores y con una mayor eficiencia, siempre cimentados en la gobernanza, con disciplina, transparencia y método. Avanzamos en la medición del rendimiento de las inversiones socioambientales y, en el campo social y ambiental, ampliamos la inclusión, lanzamos nuestro Plan de Transición y Adaptación Climática y asumimos metas de descarbonización basadas en la ciencia, pues reconocemos los desafíos de la cadena. Este primer Informe Integrado refleja nuestra trayectoria y la visión de un negocio conducido de forma sistémica, conectando estrategia, desempeño financiero e impacto socioambiental.



FABIANA DE FREITAS
VICEPRESIDENTA DE
ASUNTOS CORPORATIVOS
DEL GRUPO BOTICÁRIO

La belleza de prosperar juntos

A lo largo de 2025, en medio de intensos debates sobre la agenda ESG, el Grupo Boticário reforzó la solidez de su esencia, tratando este tema como una forma de organizar y medir un compromiso histórico de actuar de manera correcta. Guiado por la visión de generar crecimiento con impacto positivo, el Grupo continuó fomentando la prosperidad en los territorios en los que actúa, fortaleciendo sus vínculos con los franquiciados y ampliando iniciativas como Emprendedoras de la Belleza. El cuidado adquirió aún más centralidad, que se tradujo en acciones que combinan ciencia, inclusión y responsabilidad. Este conjunto de prácticas contribuye al desempeño y a la longevidad del negocio, pues refleja nuestro sincero intento por ser un “buen negocio que es bueno”. El Informe Integrado nos invita a ver más allá de las métricas, ya que destaca la importancia de evolucionar con solidez, responsabilidad y de forma colectiva.



CAROLINA DA COSTA
LÍDER DEL COMITÉ ESG
DEL GRUPO BOTICÁRIO



El Grupo Boticário

Perfil

Con casi cinco décadas de trayectoria, el Grupo Boticário es líder de belleza en Brasil, una conquista que refuerza su propósito de ser la marca preferida y de transformar vidas por medio de la creación de oportunidades relacionadas con la belleza. Consolidado como uno de los principales ecosistemas del sector en el mundo, combina innovación, actuación multimarcas y multicanal y proximidad con sus consumidores. Apoyado en una gobernanza ética y guiado por compromisos a largo plazo, integra al negocio iniciativas de impacto socioambiental, promoviendo la conservación de la naturaleza, los emprendimientos y la inclusión, de manera de generar valor compartido para todo su ecosistema.

Nuestras esencias

1. Hacemos que los ojos de nuestros clientes **brillen**.
2. Somos **inquietos**.
3. Nutrimos nuestros **vínculos**.
4. Nos apasiona la **ejecución**.
5. Buscamos el éxito **responsable**.



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



3 fábricas propias:

São José dos Pinhais (Paraná), São José do Rio Preto (São Paulo) y Camaçari (Bahia).



9 centros de distribución,

en 5 estados de Brasil, además de Portugal, Colombia y EE.UU.



3 unidades administrativas,

una en Curitiba (Paraná), donde está la sede, y dos en São Paulo capital, además de oficinas en Colombia y en Portugal.



Más de **4000** tiendas y

130 000 puntos de venta.¹



Presencia en **+ de 5000**

municipios en todos los estados de Brasil

y en **+ de 40** países.²

¹ Considerando puntos de venta propios y no propios.

² Obtenga más información en [De Brasil para el Mundo](#)

Ecosistema de la belleza GRI 3-3 y GRI 2-6

El Grupo Boticário actúa en un ecosistema integrado de extremo a extremo, de manera de generar valor para el negocio y para la sociedad.

1 SUMINISTRO SOSTENIBLE

- **Más de 5600** proveedores activos.
- **El Proyecto Pandora** mantuvo la trazabilidad en las cadenas críticas y realizó la primera auditoría socioambiental en la cadena del café.
- **El 45 % de los proveedores** invitados a responder el CDP Supply Chain en 2025 ya tienen metas de reducción de emisiones de GEI¹.

2 COLABORADORES

- **+ de 20 000** colaboradores directos.
- **+ de 200 000** horas de capacitación.
- **Implementación de medidas** para fortalecer el seguimiento de enfermedades crónicas e internaciones.
- **+ de 950 personas** diversas desarrolladas por medio del Programa de Mentoría.

3 INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

- **Primera empresa brasileña del sector** y sexta industria del país que recibe la certificación ISO 56001 (Gestión de Innovación).
- **Lanzamiento del Centro de Investigación de la Mujer** en 2025.
- **25 años sin pruebas en animales:** + de BRL 40 millones invertidos en métodos alternativos durante los últimos cinco años.
- **Acreditación externa** de la herramienta propia I.A.R.A.

4 FABRICACIÓN

- **Evolución del sistema de excelencia operativa** (WCM²), con el programa GO Super.
- **96 %** de residuos reciclados en las plantas operativas y uso del 36 % del agua de reutilización en las fábricas.

5 DISTRIBUCIÓN

- **Proyectos piloto de bajo carbono** con camiones eléctricos y a gas, así como reducción de viajes, por medio de camiones *double deck* y optimización de cargas.

6 TIENDAS PROPIAS Y FRANQUICIAS

- **+ de 4000 tiendas físicas**, en todos los estados de Brasil y en + de 40 países.
- **+ de 750 tiendas**, entre propias y franquicias, con contratos firmados para la utilización de energía renovable, a través del Programa *Energia do Amanhã* [Energía del Mañana].
- **147 toneladas** de material reciclado utilizadas en muebles y estructura de las tiendas.

11 FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO

- **35 años en 2025.**
- **11 000 hectáreas** de conservación en dos reservas propias.
- **Expansión del Movimiento Viva Água** a dos nuevos territorios: el Sistema de Cantareira (São Paulo) y los manantiales de Joanes/Jacupe (Bahia).
- **Lanzamientos tales como el hub Natureza On [Naturaleza On] y la Coalizão Corais do Brasil [Coalición Corales de Brasil] en la COP30.**

10 COMUNIDADES E INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

- **15 empresas de mujeres** recibieron apoyo por parte del Hub de Aceleración de Negocios.
- **Conexión de programas sociales del IGB** con oportunidades en el Grupo Boticário.

9 CONSUMIDORES

- **Centralidad en el consumidor** y en la innovación para atender a todos.
- **Boti Recicla Store:** la tienda concepto aceptó envases vacíos como pago y recolectó + de 1 tonelada de residuos.

8 E-COMMERCE Y CANALES NO PROPIOS

- **Presencia en + de 130 000** puntos de venta³.

7 VENTA DIRECTA

- **+ de 360 000** revendedores participan en el programa de capacitación profesional *Emprendedoras de la Belleza*.

¹ Informan una meta activa que cubre, por lo menos, uno de los alcances 1, 2 o 3; especifican año base y año objetivo; informan las emisiones de CO₂ y del año base.

² World Class Manufacturer

³ Propietarios y no propietarios

Las marcas del Grupo Boticário

MARCAS DE CONSUMO

OBOTICÁRIO

Dr. JONES

EUDORA

TRUSS
PROFESSIONAL

Quem Disse,
Berenice?

beleza
NA WEB

vult

au.migos
pets

O.U.i

ORIGINAL UNIQUE INDIVIDUEL

MARCAS DE NEGOCIO

MOOZ

MARCAS DE CONSUMO LICENCIADAS



Linha de
cuidados Pampers

MARCAS INSTITUCIONALES

Fundação
GrupoBoticário



Instituto
GrupoBoticário



Premios y reconocimientos



MEJORES DEL ESG 2025, REVISTA EXAME

Primer lugar en la categoría **Farmacéutico y Belleza** por segundo año consecutivo.



S&P GLOBAL SUSTAINABILITY YEARBOOK

Permanencia, por quinto año consecutivo, entre las **10 empresas de belleza más sostenibles del mundo***.

* Según resultado divulgado en diciembre de 2025.



ANUARIO INTEGRIDAD ESG/FGV E INSIGHT

Seleccionado entre las **100 empresas con prácticas ambientales, sociales y de gobernanza más eficaces del país.**



SXSW INNOVATION AWARDS 2025

Ganador en la categoría **Jurado Popular** (*People's Choice*) con el proyecto de **Lápiz labial inteligente**. Única empresa premiada de América Latina, entre 54 competidoras de todo el mundo.

Otros reconocimientos

PREMIO VALOR INNOVACIÓN BRASIL

Séptima empresa más innovadora de Brasil (entre las 150 mayores).

RANKING BR MERCO RESPONSABILIDAD ESG Y REPUTACIÓN CORPORATIVA

Segunda empresa más responsable en ESG en Brasil y cuarta con reputación más sólida del país.

CDP

Nota A- en seguridad hídrica y en cambios climáticos por cuarto y tercer año consecutivos, respectivamente, y nota B en bosques.

ISO 56001

Primera industria de América Latina y primera empresa de cosméticos del país que obtuvo la certificación ISO 56001.

AGE FRIENDLY

Certificación como empresa inclusiva para todas las edades.

SCIENCE BASED TARGETS INITIATIVE (SBTi)

Primera empresa brasileña del sector* en América Latina y el Caribe con metas *net-zero* basadas en la ciencia validadas por la SBTi.



Vea otros reconocimientos en la página 34 del [Informe Integrado 2025](#)

* Sector de Bienes de Consumo Duraderos, Productos Domésticos y Personales.

Estrategia y compromisos

La planificación estratégica del Grupo Boticário se estructura en horizontes a corto, mediano y largo plazo, siempre con foco en el consumidor y basada en análisis macroeconómicos e inteligencia competitiva. Se revisa anualmente para definir metas, indicadores, riesgos y oportunidades. La estrategia ESG se integra con las prioridades del negocio y guía las decisiones en diversos frentes, apoyada por una gobernanza corporativa que asegura transparencia y alineamiento con los objetivos a largo plazo. El área de ESG actúa en la gestión de impactos, riesgos y oportunidades, al tiempo que realiza un seguimiento de iniciativas e indicadores, fortaleciendo la conexión con las diferentes verticales del negocio.

COMPROMISOS PARA EL FUTURO

Los Compromisos para el Futuro son el principal instrumento de alineamiento de la estrategia ESG del Grupo Boticário con la Agenda 2030 de la ONU y los ODS, con gobernanza estructurada y actualizaciones cada tres años. Las metas se despliegan en directrices objetivas, que se integran a la planificación corporativa y se traducen en indicadores para diferentes áreas, lo que amplía el compromiso y la calidad del seguimiento del desempeño ESG. En las siguientes páginas, presentamos en forma detallada las metas y los avances que realizamos en 2024.

*Foco en el
consumidor,
con visión a
largo plazo y
compromiso
con el futuro*



COMPROMISO	METAS ESPECÍFICAS	RESULTADO 2025 ¹	EVOLUCIÓN DEL COMPROMISO
 Cambios climáticos Contribuir a limitar el aumento de la temperatura promedio del planeta, en línea con el Acuerdo de París. 	Alcances 1 y 2² 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.	-0,2 %  42 %	Las emisiones siguen un nivel estabilizado, aunque ligeramente superior al <i>baseline</i> . En 2025, hubo una mejora de la eficiencia en el consumo de gas natural en la fábrica de São José dos Pinhais, en contraste a un aumento de las emisiones relacionado con el consumo de gases refrigerantes en la fábrica de Camaçari. Se estudian inversiones en CAPEX para realizar avances sustanciales en el desempeño del Alcance 1 en los próximos años. En cuanto al Alcance 2, el Grupo sigue con la mitigación del 100 % de las emisiones relacionadas con la compra de energía en las operaciones por medio de contratos de energía renovable con los debidos certificados de trazabilidad.
	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.	2 %  17 %	Se produjo un ajuste técnico en los factores de emisión de las categorías de servicios, de manera de alinear el inventario con las mejores prácticas internacionales. Este proceso exigió un recálculo del <i>baseline</i> para asegurar la comparabilidad de los datos. En 2025, se produjo la reducción del volumen de materias primas y materiales de envases adquiridos y activos fijos, lo que contribuyó al desempeño de la meta. Como se trata de una métrica que depende de la cadena de valor, nos mantendremos atentos al comportamiento de ese indicador en los próximos años, de manera de apoyar el resultado de la meta hasta 2030.
	Reducción de la intensidad de los residuos Disminución, hasta 2030, del 15 % del volumen de residuos generados por unidad vendida (<i>sell-in</i>), con respecto a 2022 ³ .	-1 %  15 %	Parte de la variación del resultado se debe a la composición del <i>mix</i> de productos vendidos, mientras que la otra parte está asociada al perfeccionamiento en la metodología de medición, con mayor cualificación de las informaciones de residuos generados por envases. Continuamos monitoreando el desempeño de este indicador en busca de una efectiva reducción en la intensidad 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.	39 %  45 %	Resultado alcanzado con iniciativas de reciclaje, como programas propios de logística inversa (Boti Recicla), el proyecto <i>Estação Preço de Fábrica</i> [Estación Precio de Fábrica], la participación en el acuerdo sectorial <i>Mãos pro Futuro</i> [Manos para el Futuro] y el reciclaje de residuos de puntos de venta desmovilizados. Se produjo un aumento en la cantidad de residuos reciclados en todas las iniciativas en 2025, en comparación con el año anterior. Sin embargo, hubo un incremento expresivo en el volumen de envases generados, debido al aumento de los productos vendidos.
	Reciclaje de, por lo menos, el 95 % de los residuos logísticos e industriales hasta 2030.	96 %  95 %	El resultado superior a la meta corrobora las acciones continuas de gestión de residuos del Grupo Boticário, al promover el reciclaje en sus operaciones industriales y centros de distribución.
	Circularidad de los envases Utilización de 30 % de material reciclado en nuestros envases hasta 2030.	6 %  30 %	El resultado de 2025 refleja los desafíos relacionados con el crecimiento del Grupo, la maduración de los procesos para aumentar la incorporación de PCR en los envases y los desafíos relacionados con esta cadena de suministro de vidrio, plástico y demás materiales. El Grupo continúa evolucionando en el desarrollo de envases más sostenibles y en asociaciones con proveedores, siguiendo de cerca las tendencias globales y normativas.
	El 90 % de los nuevos productos se presentan en envases reutilizables, reciclables o biodegradables hasta 2030.	7 %  90 %	Actualmente, la medición contempla solo los repuestos. Dentro del alcance propuesto, hay dimensiones que aún no fueron medidas y, en 2026, la metodología se revisará en conjunto con un instituto de investigación, para permitir el seguimiento del alcance completo de la meta en el próximo trienio de revisión.

1 Los resultados de 2025 de los Compromisos 2030 pasaron por una verificación externa, realizada por PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes Ltda.

2 Para el Alcance 2, solo se consideraron las emisiones por enfoque de mercado.

3 Sumatoria del volumen total de residuos generados por el Grupo Boticário dividido por las unidades *sell-in*.

COMPROMISO	METAS ESPECÍFICAS	RESULTADO 2025 ¹	EVOLUCIÓN DEL COMPROMISO
Agua Aumentar la eficiencia hídrica del negocio y ejercer impacto positivo cuencas hidrográficas estratégicas para nosotros y para la sociedad. 		Cumplimiento de por lo menos el 90 % de biodegradables.	69 %  90 % Los resultados de 2025 se vieron impulsados por la reclasificación de biodegradabilidad de materias primas relevantes en la composición de jabones y aceites.
	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®.	91 %  100 % Los resultados se derivan de la sustitución de materias primas de alto impacto y del desarrollo de nuevas plataformas de fórmulas para la categoría de cabello.
		Creación de tecnologías que permitan al consumidor reducir el consumo de agua durante el enjuague.	Tecnologías aplicadas: 20 % El Grupo Boticário cuenta con 25 tecnologías y soluciones que reducen el consumo de agua durante la utilización de productos, 5 de las cuales (20 %) ya se están aplicando. Tenemos la ambición de aumentar las aplicaciones en los próximos años.
	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).	9 %  25 % En 2025, por primera vez se produjo una reducción en el consumo relativo de agua, con respecto a 2022 ² . Esta reducción se vio impulsada por iniciativas de ecoeficiencia hídrica en las plantas de fabricación y por la expansión de aplicaciones de agua de reutilización. También se realizó un ajuste en el cálculo que derivó en la exclusión del consumo de las áreas administrativas de las fábricas. Ese ajuste tiene el objetivo de lograr un mayor alineamiento con las prácticas del mercado.
		Uso de, por lo menos, un 90 % de agua de reutilización, generada en las operaciones de nuestras fábricas, hasta 2030.	36 %  90 % En 2025, el aumento de la reutilización de agua estuvo impulsada por un <i>upgrade</i> en la planta de São José dos Pinhais (Paraná), que amplió el uso a las torres y calderas. El Grupo continúa expandiendo sus posibilidades de reutilización de agua en los procesos de producción, de conformidad con las normas técnicas y las legislaciones, para alcanzar la meta hasta 2030.
	Conservación (promoción de iniciativas de conservación de la naturaleza que reduzcan el riesgo hídrico)	En seis manantiales críticos para Brasil o donde se localizan nuestras operaciones.	67 %  6 Se estableció una gobernanza local para las iniciativas de conservación en cuatro manantiales críticos y tenemos la meta de llegar a seis hasta 2030: Cuenca del Río Miringuava (Paraná), Región Hidrográfica de la Bahía de Guanabara (Rio de Janeiro), Cuenca de Joanes/Jacuípe (Bahia) y Sistema Cantareira (São Paulo), de los cuales estos dos últimos se incluyeron en 2025.
		Benefician a aproximadamente 25 millones de personas.	64 %  25 MM El movimiento Viva Agua lleva a cabo acciones de conservación y emprendimientos sostenibles, con lo cual beneficia a aproximadamente 15,9 millones de personas. En 2025, se produjo un ajuste de alcance en la contabilización, de manera de reflejar un mayor rigor en cuanto a quiénes se consideran personas beneficiadas: se dejó de considerar a la población total de las cuencas y se pasó a considerar solo al total de personas directamente abastecidas por los manantiales, con acciones de conservación.

1 Los resultados de 2025 de los Compromisos 2030 pasaron por una verificación externa, realizada por PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes Ltda.

2 El volumen relativo al agua en 2022 fue de 5,02 m³/t. En 2025, FY fue de 4,59 m³/t, lo que representa una reducción del 9 % en el volumen relativo de agua.

COMPROMISO	METAS ESPECÍFICAS	RESULTADO 2025 ¹	EVOLUCIÓN DEL COMPROMISO
 Biodiversidad Potenciar la conservación de la biodiversidad y el respeto a los animales. 	Conservación Apoyar la conservación de la biodiversidad en 2 millones de hectáreas de áreas protegidas terrestres y marinas hasta 2030.	29 %  2 MM	A partir de 2024, la empresa comenzó a priorizar la conservación de hectáreas en Unidades de Conservación apoyadas por recursos de compensación ambiental y otras iniciativas influenciadas por la Fundação Grupo Boticário, considerando mecanismos más duraderos de protección. Desde la actualización de la meta, en 2024, hasta el final de 2025, se contabilizaron 578 628 hectáreas con acciones de conservación.
	Respeto a los animales		
	Asegurar que el 100 % de nuestros productos sean veganos en 2026.	98 %  100 %	Los resultados de 2025 estuvieron impulsados por iniciativas de sustitución de materias primas no veganas. Aún se plantean desafíos en cuanto a la transición gradual de las fórmulas actuales a versiones 100 % veganas. La conclusión se prevé para 2026.
	Aumentar en un 40 % la cartera de métodos alternativos disponibles para evaluar la seguridad de las materias primas y de los productos.	18 %  40 %	El Grupo Boticário no realiza pruebas en animales desde el año 2000 y adopta estrictas prácticas de evaluación de la seguridad, al tiempo que amplía continuamente el uso de métodos alternativos. En 2025, alcanzó 59 métodos disponibles, lo que significa un aumento del 18 % con respecto a la <i>baseline</i> de 50 métodos en 2023. El objetivo es llegar a 70 métodos hasta 2030.
	Impacto positivo Búsqueda del impacto positivo neto sobre la biodiversidad.	25 %  8	Para contribuir a la conservación de la biodiversidad, una de las iniciativas es la certificación Life, otorgada a las empresas comprometidas con el tema. El Grupo trabaja para expandir la certificación a otras seis instalaciones hasta 2030, lo que significará un total de ocho certificaciones.
 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.	83 %	Con la implementación del nuevo modelo de metas, el lanzamiento de programas de D&I y la consolidación de la gobernanza, el Grupo Boticário avanza en cuanto a la representación de diferentes públicos: mujeres, personas de raza negra (autodeclaradas afrodescendientes), personas con discapacidad y personas 45+, lo que refuerza el compromiso de tratar a todos los públicos como igualmente relevantes dentro de su estrategia de dimensiones priorizadas, tanto en la plantilla general como en el liderazgo.
	Liderazgo Promover la representatividad de personas diversas en cargos de liderazgo.	74 %	

¹ Los resultados de 2025 de los Compromisos 2030 pasaron por una verificación externa, realizada por PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes Ltda.

COMPROMISO	METAS ESPECÍFICAS	RESULTADO 2025 ¹	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.	Personas negras: 39 % LGBTQIA+: 23 % 45+: 8 % Cuerpos diversos: 23 % Personas con discapacidad: 3 % Accesibilidad: 78 %	La meta considera la representatividad de públicos diversos que estuvieron presentes en campañas y comunicaciones externas del Grupo Boticário y de sus marcas de consumo. En 2025, los porcentajes establecidos para cada público se alcanzaron por medio de la definición del <i>casting</i> de campañas. Como estándar mínimo de accesibilidad, adoptamos la descripción de imagen en los medios estáticos con #PraGeraVer, subtítulos en videos, intérpretes de lengua de señas y audiodescripción. El avance en 2025 refleja el alineamiento con las marcas y las recomendaciones resultantes de entrenamientos, consultorías estratégicas y análisis técnicos en Diversidad e Inclusión.
	Cadena de valor Promover la estrategia de diversidad e inclusión con los <i>stakeholders</i>, así como fomentar los emprendimientos de personas diversas mediante la inclusión en nuestra cadena de valor	Spend total con empresas de propiedad de personas diversas, entre el pool de proveedores estratégicos²: 12 %	Este resultado es un reflejo del pilar de Compras Afirmativas, parte del Programa de Compras Responsables, que incentiva la realización de negocios con empresas propiedad de personas diversas. Además, se ofrecen capacitaciones en las temáticas de Diversidad e Inclusión a los proveedores y se realiza el seguimiento de su actuación en el tema, en el marco del programa de evaluación y desempeño de proveedores.
	Producto Ofrecer una cartera de productos, tanto nuevos como ya existentes, que sea inclusiva y diversa, considerando las necesidades de la población brasileña.	46 %	El Grupo Boticário continúa comprometido con la evolución de la temática de diversidad e inclusión, por medio de iniciativas como la Comunidad Belleza Libre, que conecta personas diversas en el codesarrollo de productos de las marcas de consumo del Grupo. Además, presta atención para ampliar la comunicación de atributos relevantes a los públicos diversos.
 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.	79 %  1 MM	Tan solo en 2025, se crearon más de 360 000 oportunidades, por medio de programas de capacitación enfocados en personas en situación de vulnerabilidad social. El resultado se vio impulsado principalmente por el programa <i>Empreendedoras da Beleza</i>, que capacita mujeres para actuar en el sector. Considerando las cifras a partir de 2022, ya se crearon 789 064 oportunidades a través de los programas de capacitación.
	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 Grupo Boticário ratifica su compromiso con la mejora de la calidad de vida de sus socios de negocios y está refinando el mejor indicador que tenga una relación directa con la calidad de vida de las revendedoras. Como aspectos destacados en la temática, la empresa cuenta con un programa de fidelidad con sus revendedoras, que les ofrece beneficios y ganancias adicionales. Además, el modelo de negocio de la reventa permite varias facilidades para mejorar la calidad del trabajo, que engloba diversos formatos de atención y compra de productos en diferentes canales, como presencial en el Espacio de la Revendedora o través de <i>delivery</i>.

¹ Los resultados de 2025 de los SLB pasaron por una verificación externa, realizada por PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes Ltda.

² Spend con proveedores de propiedad de personas diversas, dividido por el spend total con los proveedores estratégicos del Grupo.

COMPROMISO	METAS ESPECÍFICAS	RESULTADO 2025 ¹	EVOLUCIÓN DEL COMPROMISO
Suministro sostenible Promover el abastecimiento responsable en nuestras cadenas de suministro, como forma de combatir la deforestación ilegal, la pérdida de la biodiversidad y de promover condiciones laborales adecuadas. 	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.	89 %  95 %	En 2025, el concepto de materia prima renovable se optimizó, con arreglo a las prácticas de mercado, lo que explica el aumento en los resultados obtenidos. Para esta clasificación, se consideran las materia primas de origen 100 % vegetal, la biotecnología, el mineral y sus combinaciones.
	Procedencia responsable Garantía de certificación de materias primas de mayor riesgo:		
	El 100 % de la palma comprada hasta 2030.	97 %  100 %	Desafío de postergación de los lanzamientos de <i>repacking</i> de productos con esa materia prima, que impuso restricciones a un avance del resultado.
	El 90 % de madera y sus derivados comprados hasta 2030.	99 %  90 %	En 2025, el resultado superó el compromiso, ya que alcanzó el 99 %, 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.	100 %  100 %	En cuanto al alcohol de la caña de azúcar, el proceso de certificación y migración de las materias primas concluyó en 2024, lo que garantizó un 100 % de ese insumo certificado.
	Evaluación de proveedores Evaluación del desempeño en materia de sostenibilidad <i>tier 1</i> ² responsables por, por lo menos, el 75 % del <i>spend</i> , hasta 2030 ³ .	63 %  75 %	El indicador considera el <i>spend</i> con proveedores del nivel 1 evaluados anualmente en cuanto a su desempeño en materia de sostenibilidad. En 2025, el resultado mejoró en función de los esfuerzos para fortalecer la Beauty Chain, lo que amplió la cantidad de proveedores evaluados en ESG y su compromiso.

1 Los resultados 2025 de los Compromisos 2030 pasaron por una verificación externa, realizada por PricewaterhouseCoopers Auditores Independientes Ltda.

2 Primer eslabón de la cadena de suministro.

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

Cómo generamos valor

Gobernanza



Gobernanza corporativa

En 2025, el Grupo Boticário continuó perfeccionando su gobernanza, alineando estructura y procesos con sus objetivos estratégicos. El Consejo Consultivo, principal órgano de gobernanza, pasó a contar con nueve miembros —tres mujeres y seis consejeros independientes— nombrados por los socios y sin actuación ejecutiva. La diversidad de trayectorias y perspectivas sigue constituyendo el criterio central para los nombramientos, lo que contribuye a tomar decisiones más amplias y estratégicas, al tiempo que la presidencia y la vicepresidencia continúan a cargo de los socios, que desde 2021 ya no ejercen la gestión ejecutiva.

De manera tal de apoyar la orientación estratégica y la supervisión de los negocios, el Consejo cuenta con los siguientes comités de asesoramiento:

- **Comité de Personas:** define las directrices de gestión, cultura y remuneración;
- **Comité de Estrategia:** anticipa tendencias y oportunidades del sector;
- **Comité de Riesgos y Auditoría:** supervisa la integridad financiera, los controles internos y la exposición a riesgos; y
- **Comité ESG:** actúa de forma estratégica para integrar las dimensiones ambiental, social y de gobernanza con la estrategia corporativa, deliberando sobre las prioridades, siguiendo indicadores y asegurando el alineamiento a largo plazo, mediante reuniones regulares y conexión directa con la gestión para el despliegue de planes y metas en toda la organización.



Ética, integridad **y compliance**

El Grupo Boticário promueve, por medio de sus mecanismos de gobernanza, los principios de ética, transparencia y responsabilidad, con lo cual orienta decisiones íntegras y relaciones de confianza con todos los públicos. El Código de Conducta establece directrices sobre comportamientos, conflictos de interés y uso de informaciones, que se aplican a toda la organización. El Grupo también cuenta con un Canal de Conducta, gestionado por una empresa de consultoría externa, que asegura imparcialidad, confidencialidad y no represalia al denunciante. De modo complementario, cuenta con canales de escucha, entrenamientos continuos e iniciativas como la Semana de *Compliance*, que fortalece la cultura de integridad. En su vínculo con terceros, fomenta asociaciones basadas en criterios éticos y realiza evaluaciones de conformidad y *due diligence* de proveedores, con monitoreo continuo y posibilidad de interrupción de relaciones en caso de riesgos.

Seguridad cibernética, privacidad **y seguridad de datos**

El Grupo Boticário organiza su gestión de privacidad, seguridad cibernética y protección de datos de manera integrada, ética y con arreglo a la Ley General de Protección de Datos Personales (LGPD), lo que garantiza la seguridad de las operaciones y la confianza de los públicos. La estrategia involucra a todo el liderazgo, incluye la prevención de riesgos con herramientas y prácticas internas y valora el factor humano, con entrenamientos e iniciativas como la Semana de la Privacidad. En 2025, se produjeron avances tales como mejoras organizacionales, pruebas de seguridad, planes de respuesta a incidentes, auditorías y certificaciones, así como el fortalecimiento de la gestión de terceros, incluso proveedores y franquiciados, con lo cual se consolidó una actuación preventiva y en línea con las mejores prácticas.

Finanzas **sostenibles**

La estrategia de finanzas sostenibles del Grupo Boticário vincula la agenda ESG con las decisiones de capital. Su principal instrumento son los Sustainability-Linked Bonds (SLB). En esas operaciones, las condiciones financieras se vinculan con el cumplimiento de metas ESG previamente definidas, con ajustes de precio en caso de incumplimiento, lo que refuerza la disciplina y el alineamiento entre el desempeño socioambiental y los resultados financieros.



Finanzas sostenibles: conectando propósito y capital GRI 3-3

Al emitir títulos de deuda relacionados con las metas ESG (*Sustainability-Linked Bonds*), el Grupo Boticário transforma sus compromisos socioambientales en obligaciones financieras.

65 % de la deuda bruta

La financiación del Grupo Boticário está directamente relacionada con las metas ESG.

● *Sustainability-Linked Bonds* (SLB)¹

Estatus de cada meta en 2025

EL PIONERISMO

(Captación: BRL mil millones)
Primera empresa que emitió SLBS en el mercado brasileño de deuda

Meta Energía:

100 % de energía renovable en fábricas y CD hasta 2022².

100 % ✓

Línea de base: 2017 (87 %)

Meta Residuos:

reciclaje del 100 % de los residuos sólidos en fábricas y CD hasta 2025¹.

100 % ✓

Línea de base: 2019 (94,5 %)

MARCO AMBIENTAL

(Captación: BRL 2000 millones)

Meta Hídrica:

80 % de agua de reutilización en la fábrica de São José dos Pinhais (Paraná) hasta 2030.

34,2 %

Línea de base: 2022 (0 %)

Meta Portafolio:

100 % de productos veganos hasta 2026.

98,4 %

Línea de base: 2022 (93,6 %)

MARCO SOCIAL

(Captación: BRL 1150 millones)
Primera meta social del sector relacionada con un título de deuda

Meta Comercio Minorista

75 % de los puntos de venta propios con energía renovable hasta 2030.

56,7 %

Línea de base: 2023 (0 %)

Meta Social:

Crear un millón de oportunidades por medio del *Empreendedoras da Beleza* hasta 2030.

63 %

625 713 oportunidades creadas

Línea de base: 2023 (158 579 oportunidades creadas)

SEGURIDAD DE PRODUCTOS Y EMISIONES

(Captación: BRL 1625 millones)

Meta seguridad de productos:

aumentar de 55 a 70 los métodos alternativos de pruebas hasta 2030.

59 métodos

Línea de base: 2024 (55 métodos)

Meta divulgación científica:

12 nuevos métodos publicados hasta 2030

Línea de base: 2024

Meta emisiones:
reducir el 62 % de las emisiones de Alcance 1 y 23 hasta 2034.

-0,2 %

Línea de base: 2022 (4514,9 tCO₂e)

2020

2023

2024

2025

¹ Los resultados de 2025 de los SLB pasaron por una verificación externa, realizada por PricewaterhouseCoopers Auditores Independientes Ltda.

² Fábricas de São José dos Pinhais (Paraná) y Camaçari (Bahía), y centros de distribución de Registro (São Paulo) y São Gonçalo dos Campos (Bahía).

³ Para el Alcance 2, solo se consideraron las emisiones por enfoque de mercado.

Cómo generamos valor Ambiental



Cambios climáticos

Los cambios climáticos representan un pilar central de la estrategia a largo plazo del Grupo Boticário y constituyen un tema esencial para la sostenibilidad y la resiliencia del negocio. La actuación integra mitigación y adaptación con la conservación de la naturaleza, en sinergia con la Fundação Grupo Boticário, apoyada por una gobernanza transversal que incluye a los más altos niveles de decisión. En 2025, el Grupo consolidó su agenda climática y fortaleció su postura en el sector, con hitos tales como el lanzamiento del Plan de Transición y Adaptación Climática (PTAC), que orienta decisiones al integrar variables ambientales y financieras, y la validación de metas de descarbonización a corto plazo y *net-zero* por parte de la Science Based Targets initiative (SBTi), en línea con el Acuerdo de París y el crecimiento del negocio.

El [Informe Integrado 2025](#) del Grupo Boticário incluye un capítulo dedicado a difundir las informaciones relativas a las recomendaciones de la Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD), donde se detallan la gobernanza, la estrategia, la gestión de riesgos y las métricas relacionadas con los cambios climáticos.

Grupo Boticário en la COP30

La participación del Grupo Boticário y de la Fundação Grupo Boticário en la COP30, celebrada en Belém (Pará), reforzó la conexión entre la estrategia empresarial, la adaptación al cambio climático y las Soluciones Basadas en la Naturaleza (SbN) como palancas para la resiliencia de ciudades, comunidades y cadenas de valor. Guiado por una estrategia desarrollada en asociación con la World Climate Foundation, el Grupo ocupó espacios relevantes de influencia, promoviendo y participando en debates sobre inversiones sociales, privadas, seguridad hídrica, economía circular e integración entre clima y biodiversidad, con actuación destacada en la World Climate Summit, en la Blue Zone y en la Green Zone.

Metas climáticas validadas por la SBTi



Las metas establecidas por el Grupo Boticário en su Plan de Transición y Adaptación Climática para reducir las emisiones a corto plazo y alcanzar la condición de *net-zero* hasta 2050 fueron validadas por la Science Based Targets initiative (SBTi), una iniciativa internacional que evalúa los esfuerzos y metas corporativas para limitar el calentamiento global a 1,5 °C hasta 2050, de conformidad con el Acuerdo de París. El Grupo fue la primera empresa brasileña del sector de Bienes de Consumo No Perecederos, Productos Personales y para el Hogar en América Latina y el Caribe que obtuvo esta aprobación.

ALCANCES 1 Y 2

Reducción absoluta del **67 % de las emisiones hasta 2035** (año base 2022).

ALCANCE 3

Reducción absoluta del **37,5 % de las emisiones hasta 2035** (año base 2022).

NET-ZERO

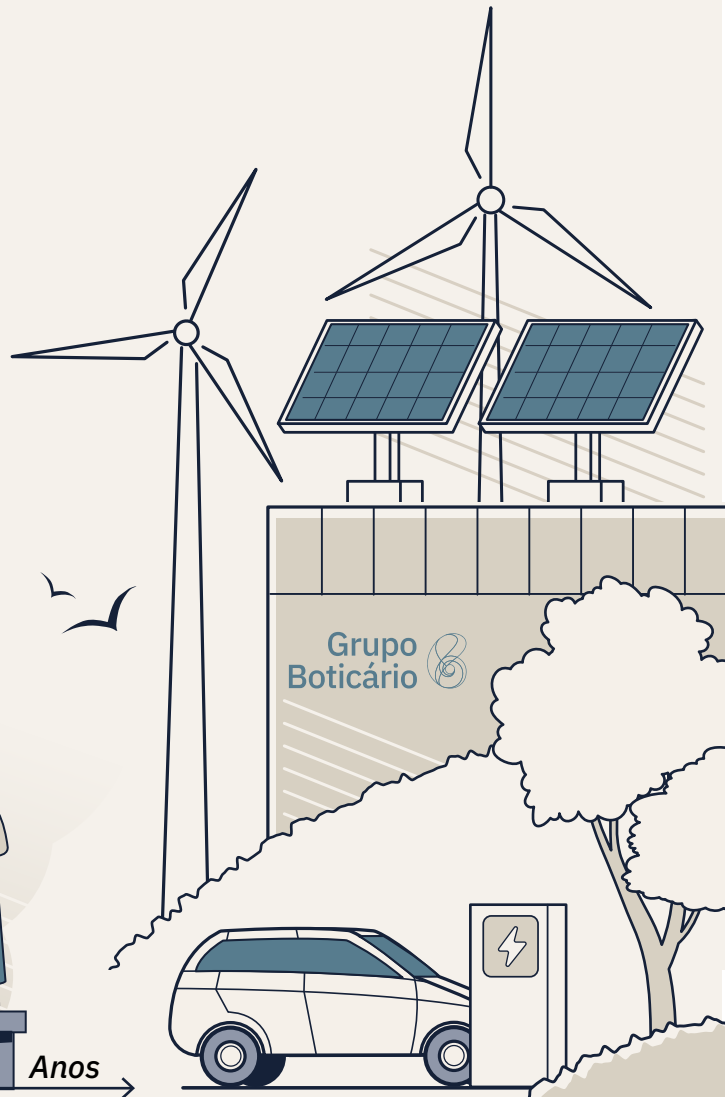
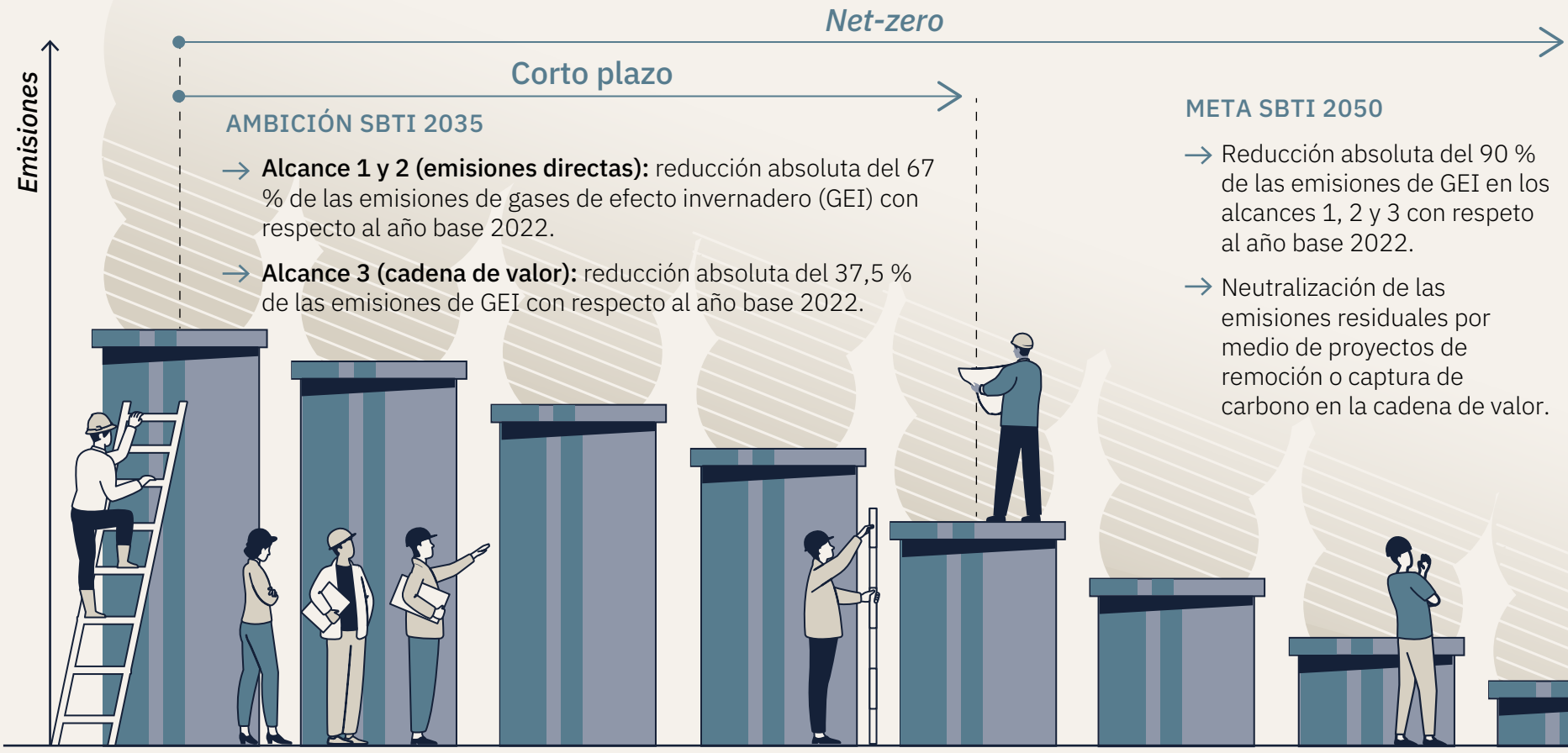
Reducción del **90 % de las emisiones absolutas en todos los alcances**, con la neutralización de las emisiones residuales mediante la eliminación de carbono, hasta 2050 (año base 2022).

Plan de Transición y Adaptación Climática (PTAC) GRI 3-3 Más información

El PTAC es la guía de acción climática a largo plazo del Grupo Boticário, un plan estratégico para reducir el 90 % de las emisiones hasta el año 2050, fortalecer la adaptación a los riesgos climáticos e integrar toda la cadena de valor en una transición sostenible, usando energía renovable, innovación, gobernanza climática sólida y Soluciones Basadas en la Naturaleza (SbN).

METAS DE DESCARBONIZACIÓN

→ El Grupo Boticário es la primera empresa de América Latina del sector de Bienes de Consumo No Perecederos, Productos Personales y para el Hogar que tiene metas net-zero basadas en la ciencia, validadas por la Science Based Targets initiative (SBTi), que reconoce que son medibles, coherentes y están en línea con las mejores prácticas internacionales y el Acuerdo de París.



ASPECTOS DESTACADOS DE LA JORNADA CLIMÁTICA

→ **Soluciones Basadas en la Naturaleza (SbN):** medidas de adaptación climática, en asociación con la Fundação Grupo Boticário.

→ **Comercio minorista:** meta de asegurar que el 75 % de los puntos de venta propios utilicen energía renovable

→ **Logística:** realización de proyectos de sustitución de combustibles fósiles por alternativas renovables.

→ **Finanzas sostenibles:** metas de emisiones y energía renovable vinculadas a los *Sustainability-Linked Bonds* (SLB).

COMPROMISO DE LA CADENA DE VALOR Y TRANSPARENCIA

→ **Compromiso de la cadena:** monitoreo y desarrollo de proveedores estratégicos por medio del PADP y del CDP Supply Chain.

→ **Métricas de transición:** el 45 % de los proveedores que responden el CDP Supply Chain tienen metas propias de reducción de emisiones de GEI.

→ **Innovación:** desarrollo de productos, siguiendo orientaciones de la metodología de Evaluación del Ciclo de Vida (ECV).

→ **Transparencia:** avance del Proyecto Pandora para procedencia de materias primas críticas.

→ **Cultura interna:** + de 3000 colaboradores capacitados en cambios climáticos en los últimos tres años.

→ **Gobernanza:** Seguimiento de indicadores climáticos y gestión de riesgos y oportunidades por parte del Consejo Consultivo y de los Comités Ejecutivos.

Residuos

El Grupo Boticário integra la gestión de residuos en el ciclo de vida de sus productos, desde la selección de materias primas hasta el posconsumo, abarcando todo el ecosistema. En línea con los Compromisos para el Futuro, la estrategia se propone reducir la generación de residuos, ampliar la circularidad e impulsar el reciclaje, promoviendo la responsabilidad socioambiental con el crecimiento del negocio.



Innovación y circularidad en el origen de los materiales (*upstream*)

El Grupo utiliza la Evaluación del Ciclo de Vida (ACV) en todo el portafolio para orientar la elección de insumos de menor impacto ambiental, priorizando envases con menor emisión, mayor reciclabilidad y uso de contenido reciclado. La innovación en envases constituye un agente fundamental de esta estrategia, pues presenta soluciones de ecodiseño que combinan materiales alternativos y eficiencia logística, con lo cual impulsa la evolución continua hacia modelos más sostenibles y circulares.

Fábricas y centros de distribución

El Grupo Boticário trabaja para hacer que sus ciclos industriales y logísticos sean cada vez más eficientes, priorizando la no generación y la reducción de residuos y, cuando es inevitable, su eliminación de acuerdo con la lógica de valorización: reutilizar, reciclar y reaprovechar, enviándolos a relleno sanitario solo en último caso. La gestión se realiza en forma conjunta con empresas especializadas, lo que garantiza el cumplimiento legal, la trazabilidad y la mejora continua. En las operaciones directas, nos centramos en la reducción de pérdidas y en el reaprovechamiento de materiales, apoyándonos en iniciativas tales como el programa Go.Super y el Proyecto Boomerang, que cuentan con la participación de los proveedores y fortalecen la circularidad a lo largo de toda la cadena.

Posconsumo y logística inversa (*downstream*)

La generación de residuos posconsumo concentra gran parte de los impactos ambientales de los envases del Grupo Boticário que, para enfrentar este desafío, estructuró un proceso de logística inversa basado en programas propios, asociaciones estratégicas e iniciativas sectoriales. En 2025, el Grupo recogió y envió a reciclaje el equivalente al 39 % de los envases generados, con lo cual amplió la recuperación de materiales y fortaleció las cadenas locales de reciclaje.

BOTI RECICLA

Boti Recicla, creado en 2006, es el principal programa de logística inversa del Grupo y se consolidó como el más grande del comercio minorista de la belleza en Brasil en cantidad de puntos de recolección. Está presente en más de 4000 puntos y recibe envases de cualquier marca. En 2025, más de 2,8 millones de consumidores participaron en la iniciativa, destinando los residuos a cooperativas homologadas, con lo cual se fortaleció la cadena de reciclaje y la trazabilidad. El programa avanzó con la expansión internacional, nuevos canales como salones asociados y acciones de compromiso, lo cual amplió el alcance, la concienciación y la circularidad.

48 %

de aumento en la recolección en 2025, con respecto a 2024



ESTACIÓN PRECIO DE FÁBRICA

Estação Preço de Fábrica [Estación Precio de Fábrica] es un proyecto del Grupo Boticário en asociación con Green Mining para fortalecer el reciclaje y la economía circular, utilizando tecnología de trazabilidad para aumentar el valor que se paga por los materiales reciclables. De esta manera, se generan más ingresos para los recolectores y se contribuye a estructurar cadenas más eficientes. En 2025, el proyecto avanzó con la inauguración de una estación en Belém, durante la COP30. Desde su creación, contribuyó a la recolección de miles de toneladas de residuos y a la generación de ingresos de muchas personas, con lo cual se consolidó como instrumento relevante para la inclusión social y la economía circular.

Circularidad de nuestros residuos GRI 3-3

El Grupo Boticário fortalece la economía circular por toda la cadena, reduce la generación de residuos, amplía la reciclabilidad de los envases e invierte en innovación para nuevos materiales.

DESARROLLO DE PRODUCTOS, CADENA Y ASOCIADOS

- En 2025, el proyecto *Do Lixo ao Luxo* [De la basura al lujo] cambió el empaque del lápiz labial Make B. por resina con un 50 % de material posconsumo reciclado, lo que redujo entre un 10 % y un 12 % las emisiones de CO₂e.
- Fortalecimiento de la circularidad, con iniciativas como *Elo ESG* [Eslabón ESG], que capacita a los compradores en prácticas sostenibles, y herramientas como la Evaluación del Ciclo de Vida, aplicadas a todo el portafolio.
- Evolución en estudios para la innovación sostenible en envases, con búsqueda de métodos de reciclabilidad más sostenibles, de manera de hacer evolucionar el reciclaje mecánico y químico al enzimático y a la biotecnología.

RECICLAJE

- Las 17 cooperativas asociadas están homologadas son monitoreadas por Yattó, con un estricto rigor técnico, legal y de *compliance*.
- + de 700 profesionales de reciclaje participan en los programas propios de logística inversa del Grupo.

PROGRAMA DE LOGÍSTICA INVERSA

- + de 4500 puntos de recolección de los programas de logística inversa del Grupo Boticário en todos los estados de Brasil aceptan envases de cualquier marca de higiene personal, cosméticos y perfumería.
- Expansión de *Boti Recicla* a Portugal, con la inauguración en 2025 de 10 puntos de recolección de envases.

En 2025, el proyecto *Estação Preço de Fábrica* [Estación Precio de Fábrica] superó las 2000 toneladas recicladas y llegó a Belém (Pará) durante la COP30.



OPERACIONES - FÁBRICAS Y CENTROS DE DISTRIBUCIÓN

- El 96 % de los residuos logísticos e industriales de las fábricas y centros de distribución se reciclaron en 2025.
- Expansión del proyecto de relleno sanitario cero a la Fábrica de Camaçari (Bahia) y al CD de São Gonçalo dos Campos (Bahia). El CD de Registro es relleno sanitario cero desde 2022.
- Ampliación de la metodología WCM (World Class Manufacturing) por medio del programa Go.Super, que se centra en la reducción de pérdidas y en la mejora de la precisión de los datos de gestión de residuos.

LOGÍSTICA, TRANSPORTE Y DISTRIBUCIÓN

- Programas como el de reutilización de cajas y tapas para el transporte de productos evitaron 2750 toneladas de residuos en 2025.

COMERCIO MINORISTA Y CONSUMO

- En mayo de 2025, la iniciativa *Boti Recicla Store* aceptó, en una de las diversas tiendas que participaron en el programa de logística inversa, envases vacíos como forma de pago, con lo cual recolectó más de 1 tonelada de residuos durante los tres días de promoción.
- El material recogido mediante esta iniciativa fue clasificado por una cooperativa homologada y transformado en ecopanchas por el socio Mão Colorida.
- Actualmente, 142 tiendas del Grupo ya utilizan muebles o paredes y forro fabricados a partir de plástico reciclado y residuos de difícil reciclaje, como tela y poliestireno.

Gestión del agua y los efluentes

La gestión del agua y de los efluentes en el Grupo Boticário se lleva a cabo como una agenda estructurante para la sostenibilidad del negocio y la resiliencia de los territorios, pues reconocemos que el agua es un recurso esencial para la producción, la calidad de los productos y el equilibrio de los ecosistemas. Esta actuación se organiza en tres frentes complementarios: eficiencia industrial, impacto en el producto y conservación y seguridad hídrica.

Tema transversal y estratégico, la gestión del agua busca **resiliencia** e **impacto positivo**

Eficiencia industrial

Desde el punto de vista operativo, la gestión se centra en reducir la demanda por agua potable y ampliar la reutilización, haciendo que los procesos sean más circulares y resilientes. El agua extraída se utiliza en las operaciones y, después de su tratamiento, se vuelca a usos no potables e industriales, lo que refuerza la eficiencia de los procesos y la gestión sostenible de los recursos hídricos.

Impacto en los productos

La gestión del agua y de los efluentes en el Grupo Boticário también guía el desarrollo de productos, priorizando fórmulas con menor impacto para los ecosistemas acuáticos, con criterios como la biodegradabilidad, la baja toxicidad y el menor potencial de bioacumulación. Iniciativas como los sellos *reef safe* y “fórmula amiga de las aguas” ratifican este compromiso, pues integran la estrategia de innovación sostenible a lo largo de todo el ciclo de vida de los productos.

Conservación y seguridad hídrica

El Grupo Boticário reconoce que la resiliencia de las operaciones depende de la salud de los ecosistemas en los territorios en los que actúa. Por ese motivo, amplía su actuación en materia de conservación y seguridad hídrica más allá de las fábricas, en asociación con la Fundação Grupo Boticário, en particular por medio del Movimiento Viva Agua. Presente en territorios estratégicos, el movimiento promueve la seguridad hídrica y la adaptación al cambio climático con Soluciones Basadas en la Naturaleza e incentivo a los emprendimientos sostenibles.

Biodiversidad

La biodiversidad ocupa un lugar central en la estrategia del Grupo Boticário y es tratada como parte indisociable del negocio. Es esencial para la continuidad de las operaciones, la disponibilidad de las materias primas, la resiliencia climática y la innovación. Esta actuación está en línea con los compromisos globales y se estructura en frentes como impacto neto positivo, protección de áreas naturales y

fortalecimiento de cadenas sostenibles, con uso de herramientas y metodologías que vinculan el desempeño ambiental, los riesgos y la toma de decisiones.

La gestión sigue la jerarquía de mitigación, priorizando la prevención de impactos, la reducción de efectos inevitables y, cuando es necesario, acciones de recuperación y compensación. Los impactos se monitorean tanto en las operaciones como en la cadena de valor, principalmente en cuanto al uso de la Metodología Life¹ y para avanzar en la certificación de materias primas críticas, como el alcohol, la madera y la palma, con base en estándares reconocidos a nivel internacional.

En el Informe Integrado 2025, el Grupo Boticário presenta su publicación de la Taskforce on Nature-related Financial Disclosure (TNFD).

¹ Metodología que orienta la integración de la biodiversidad con la estrategia de las empresas, considerando sus impactos y la dependencia de los servicios ecosistémicos.

En 2025, los **índices de certificación** alcanzaron el 100 % para el alcohol, el 99 % para la madera y el 97 % para la palma

PAEPALANTHUS
Crédito: Haroldo Palo Jr.



Fundação Grupo Boticário 35 años GRI 3-3

De pioneros en la conservación a líderes en resiliencia climática

1990–1999

Pionera entre las fundaciones empresariales brasileñas, se creó en el año 1990. Cuatro años después, en 1994, estableció su primera Reserva Natural, con el objetivo de proteger la Mata Atlántica.

2000–2009

Consolidación institucional, con actuación en agendas climáticas nacionales e internacionales.

2010–2019

Integración estratégica al Grupo, con foco en la seguridad hídrica y el desarrollo de métricas de impacto.

2020–2025

Reposición centrada en la adaptación climática y en Soluciones Basadas en la Naturaleza (SbN), como eje del plan de transición climática del Grupo Boticário. Participación en la COP30, liderando debates sobre el agua, la biodiversidad y la adaptación climática.

Mantiene dos reservas naturales, laboratorios prácticos de Soluciones Basadas en la Naturaleza que protegen:

692
especies de plantas

531
especies de fauna



11 000

hectáreas de protección directa en Reservas Particulares del Patrimonio Natural (RPPN)

Mata Atlántica

Cerrado

472
especies de plantas

553
especies de fauna



+ de 1800

soluciones e iniciativas de conservación apoyadas en todo Brasil.



180

especies descubiertas a partir de la producción de conocimiento científico.



+ de 580

Unidades de Conservación beneficiadas.

- **Movimiento Viva Agua:** seguridad hídrica para más de 15 millones de personas, con ampliación a 6 regiones estratégicas hasta 2030.
- **Resiliencia costera:** 14,5 millones de personas beneficiadas, con iniciativa (leyes y herramientas) de la cultura oceánica en "Ciudades Azules".
- **Natureza ON:** plataforma innovadora, resultado de la asociación con Google Cloud y MapBiomas. Mapea áreas de vulnerabilidad climática y aporta un valor extra al recomendar Soluciones Basadas en la Naturaleza (SbN).
- **Incubadora de Proyectos Solução Natureza [Solución Naturaleza]:** apoyo a 30 municipios con proyectos de SbN cualificados y económicamente viables, con potencial para beneficiar a 30 millones de personas.
- **Océano:** apoyo para la creación y la ampliación de áreas marinas que, juntas, equivalen a 75 ciudades de São Paulo.

Innovación en productos seguros y sostenibles

La innovación en el Grupo Boticário se guía por la unión de la ciencia, la responsabilidad ética y el impacto positivo, tratando la seguridad de los productos, la sostenibilidad y el respeto por la vida animal como dimensiones esenciales del negocio. Con una estructura dedicada de investigación y desarrollo, que incluye laboratorios propios y asociaciones con universidades y *startups*, el Grupo anticipa tendencias y desarrolla soluciones alineadas con las demandas de bienestar y sostenibilidad. En 2025, reforzó su gobernanza al conquistar la certificación ISO 56001, con lo cual consolida la innovación como pilar estratégico y se conecta con los compromisos ESG y la generación de valor a largo plazo.

25 años sin pruebas en animales

En 2025, el Grupo Boticário celebró 25 años de desarrollo de productos libres de pruebas en animales, compromiso adoptado desde el año 2000 y extendido a toda la cadena de producción, con reconocimiento internacional y certificaciones como Peta y Leaping Bunny. Esta trayectoria se apoya con inversiones continuas en investigación y métodos alternativos, con un portafolio creciente de tecnologías que simulan el comportamiento de tejidos humanos y aumentan la confiabilidad de las pruebas.

10 años de I.A.R.A.®



La herramienta Índice de Evaluación de Riesgo Ambiental (I.A.R.A.®), creada en 2015, clasifica materias primas y fórmulas de acuerdo con su riesgo ambiental, considerando criterios como la biodegradabilidad, la bioacumulación y la toxicidad. En 2025, cuando se completaron 10 años desde su creación, la metodología y sus sellos asociados se sometieron a una verificación independiente, que declaró su base científica y su alineamiento con las mejores prácticas y normas internacionales.

Seguridad de los productos

El Grupo Boticário cuenta con una estructura destinada a la seguridad de los productos, lo que garantiza que todos los artículos pasen por evaluación técnica, donde se comprueban sus ingredientes, estudios clínicos y conformidad normativa para la protección del consumidor. En 2025, no se registraron casos significativos de no conformidad, lo que refuerza la solidez de este proceso. La empresa también vela por la transparencia, con iniciativas tales como el sitio web Beleza Transparente [Belleza Transparente] y una comunicación técnica accesible para el público.



Ciencia, diversidad e impacto social

La innovación en el Grupo Boticário también tiene como brújula la integración entre la ciencia, la diversidad y el impacto social, lo que amplía la mirada sobre las personas y sus contextos. Este enfoque se traduce en iniciativas como el codesarrollo de productos con consumidores diversos, la atención a la accesibilidad, la representatividad y la creación de estructuras científicas dedicadas a temas históricamente poco explorados, como el Centro de Investigación de la Mujer.

Creado en 2025, el Centro profundiza en el conocimiento sobre los cuerpos, los ciclos y las necesidades femeninas a lo largo de la vida, generando datos para soluciones más seguras y basadas en evidencias, al tiempo que amplía la presencia femenina en la producción científica. En este contexto, el Grupo también lanzó el Pacto Skincare Responsable, que promueve el uso consciente de productos entre los jóvenes, e iniciativas como el Premio Voces de la Ciencia, que fomenta la diversidad y la formación de nuevos talentos en el área de la investigación.



Cómo generamos valor Social



Desarrollo social

El desempeño social del Grupo Boticário busca promover la generación de valor compartido, integrando el desarrollo social, el fortalecimiento empresarial y el impacto positivo. La estrategia se centra en el aumento de las oportunidades de inclusión productiva, el estímulo a los emprendimientos y el desarrollo local, con lo cual se fortalece el ecosistema de la belleza y se apoya un crecimiento duradero. El Instituto Grupo Boticário y el área de Impacto Social articulan iniciativas de capacitación, aceleración de negocios, desarrollo local y voluntariado.

Gente que Faz o Bem [Gente que Hace el Bien], programa de voluntariado corporativo del Grupo Boticário, moviliza a los colaboradores en torno de iniciativas que generan un impacto positivo en las comunidades, fortaleciendo, así, el compromiso y la conexión con los territorios. Esta actuación se complementa con programas que apoyan el desarrollo local, la inclusión y el bienestar de forma articulada y en escala, como inversiones en proyectos incentivados, donación de productos por medio de *Beleza de Doar* [Belleza de Donar] e iniciativas de capacitación y autocuidado, como *Beleza de Viver* y *Beleza de Educar* [Belleza de Vivir y Belleza de Educar, respectivamente).

Instituto Grupo Boticário

El Instituto Grupo Boticário fomenta los emprendimientos en el ecosistema de la belleza por medio de la capacitación de personas y la aceleración de negocios, con el objetivo de generar prosperidad económica en contextos de mayor vulnerabilidad. Entre los programas del Instituto Grupo Boticário, podemos citar:

Emprendedoras da Beleza **[Emprendedoras de la Belleza]**

Plataforma gratuita de capacitación y desarrollo de mujeres en el sector. Enfocado principalmente en aquellas personas en situación de vulnerabilidad social, el programa integra la cualificación profesional, el fortalecimiento de las competencias necesarias para emprender y la conexión con oportunidades reales de empleo e ingresos, articuladas dentro del ecosistema del Grupo Boticário.

Programa Desenvolve [Desarrolla]

Ofrece formación para el mercado de la tecnología a personas en situación de vulnerabilidad, con foco en la reducción de desigualdades de género y raza.

Fondo de Fomento a los Emprendimientos

Pone en marcha recursos para apoyar programas del Instituto y de socios en el ecosistema de la belleza.

Capacita & Acelera

Promueve la educación financiera para revendedores, ampliando la gestión y la generación de ingresos.



Haga clic aquí para obtener más información sobre los programas de Impacto Social del Grupo Boticário y sobre las iniciativas del Instituto Grupo Boticário.

Diversidad e inclusión

El Grupo Boticário trata la diversidad y la inclusión en el marco de la estrategia de negocio y del vector de innovación, en línea con los Compromisos para el Futuro y las expectativas de consumidores cada vez más atentos a la pluralidad. La actuación es transversal y se estructura en cinco pilares: personas, productos, comunicación, cadena de valor y territorio de marca, centrándose en públicos prioritarios, buscando reducir las lagunas históricas y fortalecer la conexión con el ecosistema. En 2025, el “Año por la Inclusión” presentó la interseccionalidad como eje central, lo que amplió un enfoque integrado a lo largo de toda la jornada del consumidor y de las prácticas internas.

PERSONAS

En el pilar de Personas, el Grupo Boticário fortalece la diversidad y la inclusión centrándose en la reducción de asimetrías en el desarrollo y el desempeño entre los colaboradores, lo que amplía las oportunidades de crecimiento y retención.

PRODUCTOS

En el pilar de Productos, el área de D+I actúa de forma integrada a los equipos de desarrollo, contribuyendo con conocimiento y conexión con los consumidores diversos para ampliar el portafolio inclusivo. A partir de la escucha de la Comunidad Belleza Libre, se realizaron hasta el momento docenas de proyectos de codesarrollo, que resultan en soluciones más accesibles y representativas.

COMUNICACIÓN

Desde el punto de vista de la comunicación, el Grupo Boticário guía su actuación en materia de diversidad e inclusión centrándose en el consumidor, de manera de promover una comunicación accesible, representativa y libre de estereotipos, entendida como espacio estratégico para reducir barreras y fortalecer la confianza.

TERRITORIO DE MARCA

El pilar de territorio de marca amplía la estrategia de D+I más allá del entorno corporativo, conectando la diversidad con el desarrollo de iniciativas codesarrolladas con marcas de consumo y destinadas a generar un impacto positivo en la sociedad.

CADENA DE VALOR

Con respecto a los proveedores y asociados, el Grupo Boticário extiende su estrategia de D+I a la promoción de los emprendimientos de dueños diversos, lo que fortalece la competitividad y la cadena de valor. En el comercio minorista, invierte en la cualificación del personal de ventas por medio de la academia Consumidores Diversos Academy, que ofrece itinerarios prácticos enfocados en las demandas del consumidor brasileño, como la capacitación de más de 12 000 personas en maquillaje para piel negra en el año 2025.



Diversidad e inclusión en el ecosistema GRI 3-3

En el Grupo Boticário, la diversidad y la inclusión no son agendas paralelas, sino el motor de innovación y conexión con el público consumidor. Por ese motivo, el tema está presente en todo el proceso de consumo, desde el desarrollo de productos hasta la experiencia con las marcas. Este trabajo adquiere forma en los siguientes cinco pilares.

1 PRODUCTOS

- **Aumento del 92 %** del indicador de productos inclusivos en el portafolio con respecto a 2024.
- **+ de 80 proyectos codesarrollados en la Comunidad Belleza Libre**, que implican a más de 2000 consumidores diversos.
- **Las innovaciones como Siáge ProCronology Curvas, de Eudora**, demuestran nuestro compromiso de ofrecer productos que respondan a la diversidad capilar brasileña.
- **Creación del Centro de Investigación de la Mujer**, para ampliar el conocimiento científico sobre los cuerpos y ciclos femeninos.
- **Premio Voces de la Ciencia y el DeepUP**, que impulsó la participación de mujeres diversas en la ciencia.



2 COMUNICACIÓN

- **Años temáticos:** campañas incentivan el respeto, la valorización y la naturalización de la diversidad. En 2025, la atención se centró en el "Año por la Inclusión" y, en 2026, se centrará en la "Diversidad Etaria".
- **Aumento del 30 %** en el indicador de accesibilidad con respecto a 2024, lo que fortaleció recursos tales como #PraGeraVer, subtítulos, lengua de señas brasileña y audiodescripción.
- **Lanzamiento del Beleza Negra Lab [Belleza Negra Lab]**, que capacitó a 30 mujeres en maquillaje para la piel negra y las habilitó para actuar como proveedoras del Grupo.

3 CADENA DE VALOR

- **Programa de Aceleración de Negocios Diversos**, lanzado en asociación con el Sebrae, para acelerar 23 negocios que pertenecen a personas diversas.
- **Lanzamiento del itinerario de maquillaje para piel negra en la Consumidores Diversos Academy GB**, de manera de fortalecer la atención inclusiva.
- **Proveedores y franquiciados** con seguimiento del desempeño en materia de diversidad e inclusión.



4 PERSONAS

- **Primera empresa de belleza de Brasil** que conquista la Certificación Age-Friendly Employer.
- **Estrategia data-driven:** principal censo de la historia del Grupo Boticário, con 12 454 respuestas únicas.
- **El Programa Protagonize [Protagonice]** ofrece apoyo individualizado y continuo a sus colaboradores PcD, de manera de promover la autonomía, el protagonismo y el desempeño, con foco en la retención de talentos.
- **Lanzamiento de Identidades**, desarrollo de las principales competencias universales exigidas por el Grupo, para empoderar a los talentos negros.
- **El Programa de Tutoría para Personas Diversas** acelera carreras en áreas estratégicas y fortalece la representación interna.

5 TERRITORIO DE MARCA

- **+ de 2000 niños** impactados en las activaciones de lanzamiento del libro infantil D+I: Dr. Botica en Bailando en el Bosque Encantado.
- **+ de 6000 oportunidades** creadas con la segunda edición de *Novos Começos* [Nuevos Comienzos], programa gratuito de capacitación para mujeres 45+, con foco en la empleabilidad y los emprendimientos.



Desarrollo de **capital humano**

Gestión **de personas**

En 2025, la gestión de personas del Grupo Boticário implementó una agenda más estratégica, enfocada en la sucesión, la preparación del liderazgo y la asignación de

las aptitudes adecuadas a los puestos clave para el futuro de la empresa. En este contexto, la movilidad interna se consolida como una de las principales palancas de retención, apoyada por programas de desarrollo, como mentoría y formación de liderazgos.

El Grupo mantiene el compromiso con relaciones basadas en la confianza, el respeto y el cumplimiento de las leyes laborales, aseguradas por su Política Laboral, al tiempo que los beneficios y las iniciativas de bienestar continúan siendo los pilares de la propuesta de valor, lo que refuerza la retención de talentos diversos.

36 %

de los puestos vacantes en 2025 se cubrieron mediante selección interna

EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

El proceso de evaluación de desempeño del Grupo Boticário refleja su compromiso con el desarrollo continuo e inclusivo, con criterios objetivos alineados con las competencias y los valores de la organización, como el respeto, la diversidad y la sostenibilidad, al tiempo que asegura la accesibilidad con recursos como lengua de señas, subtítulos y traducciones. Desde 2021, el Grupo adopta el modelo 360 grados, mediante el cual se incentiva el *feedback* continuo a lo largo del año y se consolida la evaluación como instrumento estratégico de gestión de talentos y fortalecimiento de una cultura colaborativa, transparente e inclusiva.





BENEFICIOS

El Grupo Boticário materializa su compromiso con el cuidado y el bienestar de los colaboradores con un amplio portafolio de beneficios, ofrecidos en función de criterios de elegibilidad, que también apoya la captación y la retención de talentos. Entre dichos beneficios, podemos citar los seguros médicos y odontológicos, la jubilación privada, el seguro de vida, el modelo de trabajo flexible y la licencia parental universal.

CAPACITACIÓN Y DESARROLLO

En 2025, el Grupo Boticário estructuró su agenda de entrenamientos y desarrollo con base en las competencias necesarias para apoyar su estrategia, combinando contenidos tradicionales y microaprendizajes integrados con la rutina, lo que benefició a más de 19 000 personas. La plataforma Educa On permaneció como principal entorno de aprendizaje, al tiempo que la Academia de Liderazgo y las academias funcionales fortalecieron el desarrollo técnico y conductual. El período también estuvo marcado por el avance de iniciativas estructuradoras, como el Programa de Mentoría Interna y la Academia Pre-Pipe, enfocadas en la sucesión, la aceleración de carrera y la preparación de nuevos liderazgos.

Licencia parental universal:

180 días para las madres y las personas que gestan y 120 días obligatorios para los padres y no gestantes

Salud, seguridad y **bienestar**

Gestión de la salud y el bienestar

La gestión de la salud del Grupo Boticário se estructura como un sistema integrado de cuidado, orientado a la prevención, la promoción y la respuesta, con el objetivo de apoyar el bienestar físico, mental y social de los colaboradores. El acceso tiene lugar por medio de una red que incluye Centros de Promoción de la Salud, Central 24 horas y plataformas digitales, así como campañas y programas preventivos, lo que garantiza una atención continua y cercana. La actuación en materia de salud mental es un referente en Brasil, con un enfoque ya alineado a las exigencias de la nueva NR-1, lo que refuerza una transición hacia un cuidado longitudinal, más preventivo y estratégico. En 2025, el Grupo fortaleció el seguimiento de enfermedades crónicas y casos de internación, con una actuación más proactiva, al tiempo que amplió el cuidado integral e inclusivo.

Salud ocupacional y seguridad laboral

La gestión de Salud Ocupacional y Seguridad Laboral del Grupo Boticário se basa en un modelo preventivo, orientado por datos y enfocado en la evolución continua de la cultura de la organización. Este enfoque integrado abarca todas las operaciones, con políticas estandarizadas y utilización de indicadores para analizar riesgos de manera sistémica y orientar decisiones, de manera de garantizar la integridad de los colaboradores y el cumplimiento legal.

En el pilar de seguridad, el Grupo actúa en la mitigación de riesgos y en la promoción de la seguridad como un valor innegociable, utilizando herramientas tales como inspecciones, auditorías y aprendizaje con incidentes, así como un fuerte compromiso del liderazgo y de los colaboradores en prácticas de prevención. Iniciativas tales

como Go.Super, basado en metodologías de excelencia operativa, fomentan la reducción de las pérdidas y la mejora continua, lo que contribuye a realizar sólidos avances en la seguridad y la eficiencia de las operaciones.

La seguridad se construye **en la práctica**, con observación, diálogo y prevención.



Suministro sostenible

Gestión de la cadena de proveedores

La gestión de la cadena de proveedores del Grupo Boticário prioriza relaciones a largo plazo basadas en la transparencia, la ética y la corresponsabilidad, incorporando criterios ESG a la selección, la evaluación y el desarrollo de socios. En 2025, el Grupo avanzó hacia una integración estratégica de la cadena, con una mayor gobernanza y trazabilidad, en particular frente a la relevancia del Alcance 3, lo que promovió la colaboración activa, la capacitación y la generación de valor compartido.

El modelo de gobernanza incluye la evaluación socioambiental desde la homologación, el uso de matrices de riesgo para la clasificación de proveedores y el monitoreo continuo, con auditorías más profundas para los socios estratégicos. El enfoque va más allá de la conformidad, pues se propone impulsar la evolución de las prácticas ESG por medio de instrumentos complementarios, como ESG Beauty Chain, plataforma propia de autoevaluación, y Linkana, que apoya el análisis de riesgos con base en datos públicos. El

modelo se refuerza mediante la participación en el CDP Supply Chain y por los programas internos de evaluación y trazabilidad, con lo cual consolida una gestión integrada y orientada a la mejora continua de la cadena.



En 2025, el Grupo Boticário contaba con:

5635
proveedores activos

De ese total,
119
se clasifican
como estratégicos¹

Entre ellos,
61,2 %
(71 proveedores) obtuvieron
una puntuación superior al
60 %
en la evaluación de
sostenibilidad², lo que
representa un bajo riesgo de
impactos socioambientales

¹ Los proveedores estratégicos representan aproximadamente el 63,3 % del *spend*.

² El 98 % de los proveedores estratégicos participaron en la evaluación socioambiental. De estos, los socios que no alcanzan la puntuación mínima del 60 % en la evaluación se incluyen automáticamente en los planes de mejora, con el apoyo y la supervisión del equipo de GB.



PROGRAMA DE EVALUACIÓN Y DESARROLLO DE SOCIOS (PADP)

Con 28 años, el PADP continúa siendo un pilar central en la gestión de la cadena de suministros del Grupo Boticário, evaluando proveedores sobre la base de criterios técnicos y socioambientales, donde los aspectos ESG ocupan el 10 % de la nota, y orientando planes de mejora y decisiones en materia de desarrollo. En 2025, el programa evolucionó hacia un enfoque más activo, con apoyo directo a los socios por medio de la “consultoría activa” y de *Elo ESG* [Eslabón ESG], que capacita a los compradores como multiplicadores. Todos los proveedores reciben *feedback* y se los dirige a planes de evolución continua.

La evaluación de la cadena se lleva a cabo como un **proceso formativo**, enfocado en la **mejora continua**

PROGRAMA PANDORA

El Programa Pandora es el principal instrumento del Grupo Boticário que asegura la procedencia sostenible y la trazabilidad de las materias primas, mediante el mapeo de las cadenas de producción, además del *tier 1* para mitigar riesgos socioambientales, como violaciones a los derechos humanos y deforestación. En 2025, el programa amplió su alcance hacia nuevas cadenas, como el café, y estructuró frentes específicos, como Pandora PCR, enfocado en materiales reciclados, y Pandora Fragancias. Como resultado, el Grupo alcanzó altos índices de certificación y trazabilidad, incluso el 100 % para el alcohol de caña, el 99 % para la madera y el papel y el 97 % para el aceite de palma, consolidando, así, avances relevantes en la gestión sostenible de la cadena.

Créditos

GRUPO BOTICÁRIO

DIRECTORIO DE ESG

Luis Augusto Meyer
Thais Pires Lopes
Sarah Cristina Casquet

*Agradecemos a todos los colaboradores
que participaron en la elaboración del
presente Informe Integrado.*

GRUPO REPORT

gruporeport.com.br

CONTENIDO

Letícia Miraglia
Naná Prado

GESTIÓN DEL PROYECTO

Beatriz Miranda
Lígia Feliciano

INDICADORES

Thays Garcia

PROYECTO GRÁFICO

Ully Cabral

DIAGRAMACIÓN

Ully Cabral
Rubem Hojo

INFOGRAFÍAS

Henrique Assale
Fábio Nienow

MATERIALIDAD

Grupo Report

REVISIÓN ORTOGRÁFICA

Ana Cardoso

FOTOGRAFÍA

Banco de imágenes
del Grupo Boticário

TRADUCCIÓN

Latam Translations