

JUNTOS CONSTRUIMOS

**#UnaBelleza  
DeFuturo**

# INFORME ESG 2023

// COMPROMISOS PARA EL FUTURO

VERSIÓN EJECUTIVA

GrupoBoticário 

# Mensajes

JUNTOS CONSTRUIMOS  
**#UnaBelleza  
 deFuturo**

La presente es la versión ejecutiva del Informe ESG 2023 del Grupo Boticário. Para conocer la versión completa, [haga clic aquí.](#)

## ESG en el centro *del* negocio

“Asumimos la responsabilidad como un gran *player* y conocemos también el potencial de alcance de nuestras acciones para enfrentar los desafíos globales. En ese sentido, 2023 deja una importante huella en nuestra historia. Fue el año en el que realizamos la actualización de nuestros compromisos 2030, una etapa cuya realización se programa cada tres años de forma integrada con la planificación estratégica de la empresa, lo que mantiene el debate ESG en línea con los desafíos globales de esa agenda y ocupa un lugar central en las decisiones de negocio”.

**Fernando Modé**  
 CEO del Grupo Boticário



## Equilibrio *y* solidez

“El Grupo Boticário crece de forma organizada, equilibrada y sólida. Somos ambiciosos e inquietos, deseamos ampliar nuestro conocimiento y queremos que las soluciones innovadoras y sostenibles continúen siendo una realidad durante los próximos años. Lo invito a que siga de cerca la evolución de esta jornada”.

**Fabiana de Freitas**  
 Vicepresidenta de  
 Asuntos Corporativos



## Contribución *del* pensamiento crítico

“La solidez del Comité ESG, de mirar hacia el futuro y debatir los temas materiales con la alta gobernanza, fomenta un orden de prioridad estratégico, que resulta en decisiones más acertadas y, como consecuencia, genera resultados tangibles y sostenibles. Mediante la construcción de una gobernanza sólida, la empresa permite que este proceso de análisis se realice siempre sobre la base del diálogo transparente y con todas las partes interesadas”.

**Carolina da Costa**  
 Líder del Comité ESG  
 del Grupo Boticário



# Cómo comenzó todo

El Grupo Boticário es una empresa brasileña de capital privado, con marcas que ofrecen productos del sector de la belleza. Es una de las líderes del sector de la cosmética en Brasil.

Todo comenzó en el año 1977, cuando Miguel Krigsner abrió una pequeña farmacia de manipulación en Curitiba, capital de Paraná y ciudad en la que la sede se encuentra hasta nuestros días. El fundador soñaba con construir una marca de belleza 100 % brasileña, con productos de calidad, inspirados en el amor y en el cuidado a las personas. Poco a poco, ese sueño creció y, desde Brasil, O Boticário conquistó al mundo entero. En 1986, tuvo lugar el comienzo del proceso de internacionalización del negocio, con la apertura de una tienda en Portugal.

**El Grupo Boticário está presente en el 99 % del territorio brasileño, con tiendas propias, franquiciadas, venta directa y diversos otros canales, como farmacias, droguerías y marketplace. [Haga clic aquí](#) y obtenga más información.**

Actualmente, el Grupo Boticário está presente en más de 50 países.

La naturaleza en equilibrio es lo que asegura la vida de todos los seres. Y, para preservarla, en 1990 se creó la Fundación Grupo Boticário de Protección a la Naturaleza, que se ocupa de conservar la biodiversidad y de apoyar los estudios científicos.

La actuación del Grupo Boticário para impulsar el desarrollo social avanza a partir de 2004, con la creación del Instituto Grupo Boticário, que cosecha sólidos

resultados mediante la promoción y el apoyo a proyectos sociales, culturales y deportivos y, actualmente, se centra en los emprendimientos dentro del ecosistema de la belleza.

A lo largo de sus 47 años de historia, el Grupo Boticário creció e incorporó diferentes marcas y empresas al negocio. En 2023, incorporó Truss Professional. Actualmente, el Grupo está presente en el 99 % del territorio brasileño, con tiendas propias, franquiciadas, venta directa y canales no propios, como farmacias, droguerías y marketplace.

## Nuestro propósito

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

## Nuestras esencias

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



# Nuestros *números*

**100 000**

puntos de  
venta en todo el  
territorio nacional

Más de **33 000**

personas trabajan  
en la red de  
franquicias

**3 134**

proveedores  
activos

Más de **4 500**

tiendas físicas

Más de

**18 000**

colaboradores  
directos

**3** fábricas

y **8** centros  
de distribución

Presente en más de

**5 000**

municipios brasileños  
con tiendas o venta

Presencia en  
más de

**40**

países<sup>[1]</sup>

Más de

**80**

distribuidores

[1] Obtenga más información en:  
[De Brasil para el mundo](#)



# Nuestras *marcas*

Contamos con la fuerza de nuestras marcas:

## Marcas de consumo

---

**O**BOTICÁRIO

EUDORA

Quem Disse,  
Berenice?

vult 

O.U.i  
ORIGINAL UNIQUE INDIVIDUEL

Dr. JONES 

TRUSS  
PROFESSIONAL

beleza  
NA WEB

tõ.que.tõ  
COSMÉTICOS

AU.migos  
pets

## Marcas de consumo licenciadas

  
Bio-Oil®

  
NUXE  
PARIS

  
Australian  
Gold.

Nova  
Linha de  
cuidados 

## Marcas de negocio

---

MOOZ

 GAVB

casa  
magalhães

## Marcas institucionales

---

Fundação  
GrupoBoticário 

Instituto  
GrupoBoticário 

Obtenga más información en [Grupo Boticário](#)

# Éxito compartido

Descubra el ecosistema de belleza del Grupo Boticário

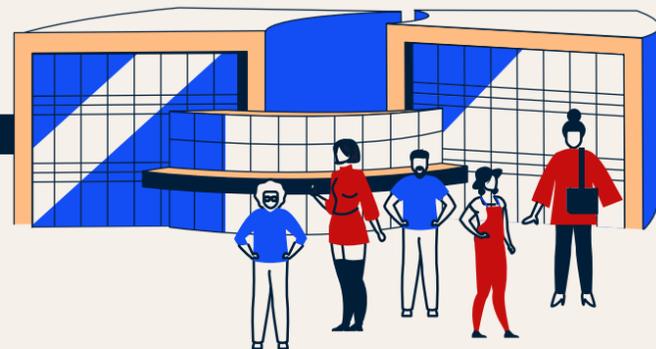
## 1. Suministro

- / Más de **3000 proveedores** directos e indirectos.
- / Programa de Evaluación y Desarrollo de Socios (PADP, por su sigla en portugués), con análisis de desempeño ESG.
- / **El 98 % de la palma y el 94 % de la madera comprada están certificadas.**



## 2. Colaboradores

- / **+ de 18 000 colaboradores directos.**
- / **46 % de empleados negros en la plantilla general** y 26 % en puestos de liderazgo.
- / **60 % de mujeres en la plantilla general** y 56 % en puestos de liderazgo.



## 3. Investigación y Desarrollo

- / **96 % de productos veganos y 23 % de productos inclusivos en la cartera.**
- / El 100 % de los productos desarrollados cuentan al menos con un atributo de sostenibilidad.



## 4. Fabricación

- / Procesos más eficientes, reutilización del agua, uso de energía renovable y reciclaje de residuos.
- / **97 % de reciclabilidad de los residuos generados<sup>1</sup> y 100 % de energía renovable<sup>2</sup>**



## 5. Distribución

- / Ocho centros de distribución
- / **40 automóviles eléctricos** que evitan la emisión de 708 toneladas de CO<sub>2</sub>



## 6. Tiendas propias y franquicias

- / **+ de 60 tiendas sostenibles en Brasil** tienen formato de contenedor y cada una de ellas se construyó con aproximadamente una tonelada de residuos plásticos posconsumo.
- / Proyecto piloto de energía renovable en 30 tiendas propias.

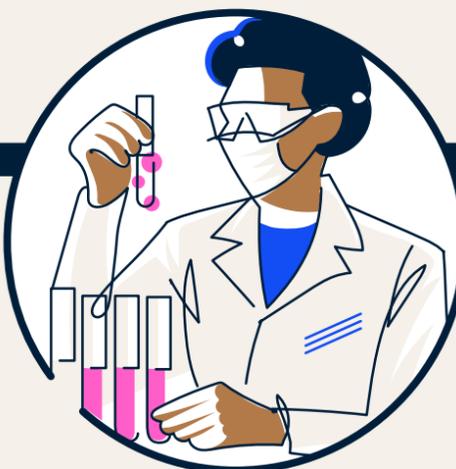


## 7. Venta directa

- / Integración de las marcas en la venta directa, con oferta de cartera y precios que se adaptan a los diferentes consumidores.
- / En 2023, **la cantidad de revendedores aumentó un 22 %** con respecto al año anterior.

## 9. Consumidores

- / **+ de 2000 personas diversas codesarrollan productos inclusivos y diversos.**
- / **+ de 4500 tiendas con puntos de recolección, presentes en 1780 municipios.**



## 8. E-commerce y canales no propios

- / **+ de 80 distribuidores**
- / Haga clic y Retire: el cliente compra en línea y elige la tienda más cercana para retirar sus productos



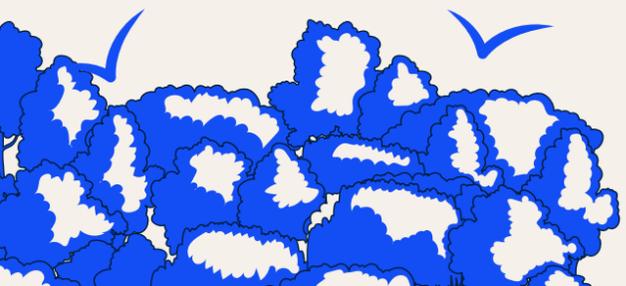
## 11. Fundación Grupo Boticário

- / **11 000 hectáreas de protección directa** a través de las Reservas Naturales Salto Morato y Serra do Tombador.
- / 178 especies de fauna y flora descubiertas y producción de conocimiento científico.



## 10. Comunidades e Instituto Grupo Boticário

- / **Más de 220 000 oportunidades<sup>3</sup> creadas a través de programas de capacitación y emprendimientos**, como Emprendedoras de la Belleza, Desarrollo, Belleza de Vivir y Educar.



<sup>1</sup>En todas las instalaciones operativas de Brasil, excluyendo la fábrica de Truss  
<sup>2</sup>Relativo a las cuatro instalaciones más grandes del Grupo Boticário  
<sup>3</sup>Desde el año 2020

# Premios y reconocimientos



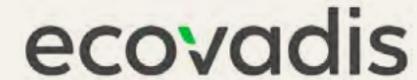
El Grupo Boticário ocupó el **Top 5 % de la S&P Global's Sustainability Yearbook** y ascendió de la sexta posición en el año 2022 a la **tercera posición como empresa de belleza más sostenible del mundo**, de acuerdo con el Corporate Sustainability Assessment (CSA), de la S&P Global, en la categoría de Productos Personales, según resultado divulgado el 22 de diciembre de 2023.



Reconocido por el Carbon Disclosure Project (CDP), el Grupo Boticário recibió **nota A- en cambios climáticos y seguridad hídrica**, lo que comprueba su liderazgo en prácticas sostenibles.



El Informe ESG 2022 del Grupo Boticário se posicionó entre los **diez mejores de Brasil, según Reporting Matters 2023**. Elaborado por el Consejo Empresarial Brasileño para el Desarrollo Sostenible (CEBDS), que analiza los informes de sostenibilidad de sus asociados aplicando la metodología desarrollada por el World Business Council for Sustainable Development (WBCSD).



El Grupo Boticário recibe el **sello plata** por parte de Ecovadis por segundo año consecutivo, con lo cual se posiciona entre el 15 % mejor evaluado en ESG. El sello es referencia en la evaluación ESG de empresas y su cadena de valor.



En el año 2023, el Grupo Boticário fue reconocido **pionero en la divulgación transparente** de sus inventarios de emisiones de gases de efecto invernadero en Brasil. Recibió también el reconocimiento del Programa GHG Protocol.



**Lugar destacado en el ranking Mejores de ESG**, el Grupo Boticário es reconocido por segundo año en la categoría Farmacéutico y Belleza por la revista "Exame".



Conquista del **oro en la categoría Ecoeficiencia del Premio POPAI Brasil** por la implementación de muebles sostenibles en la tienda O Boticário de la unidad Shopping Boulevard, en Curitiba.



El Grupo Boticário ocupa el **Top 5 del ranking** del Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (Merco) sobre Responsabilidad ESG.

## Sustainability-linked bond

En 2023, se emitieron títulos asociados al Desempeño ESG – los *sustainability-linked bonds* (SLB, o títulos de deuda sostenible). El valor captado con esa emisión fue de BRL 2000 millones y hubo dos metas vinculadas a la deuda:

- El 100 % de la cartera de productos de todas las marcas propias del Grupo Boticário sea de origen vegano hasta diciembre de 2026;
- Utilizar, hasta 2029, un 80 % de agua de reutilización generada en la fábrica de São José dos Pinhais (Paraná).

Con esa emisión, el Grupo fue la primera empresa del mundo que puso la meta de productos veganos y bienestar animal en un título de deuda.

En 2020, el Grupo Boticário realizó la primera emisión en el mercado brasileño, con el objetivo es lograr, hasta el año 2025, que el 100 % del consumo de energía eléctrica de las fábricas de São José dos Pinhais (Paraná), y Camaçari (Bahia), así como el de los centros de distribución de Registro (São Paulo) y São Gonçalo dos Campos (Bahia) provenga de fuentes renovables y hacer que el 100 % de los residuos generados en los procesos de producción y logísticos de esas instalaciones se envíen a reciclaje o coprocesamiento (obtenga más información en la página 19 del [Informe ESG 2023](#)).

# Materialidad

En 2023, el Grupo Boticário realizó la doble materialidad, analizando tanto los impactos socioambientales causados por el negocio y la materialidad del impacto como los temas socioambientales que afectan las actividades de la empresa, la denominada materialidad financiera. A tales efectos, se realizaron análisis de documentos internos (como el mapa de riesgos y la estrategia ESG de la empresa) y documentos externos (principales estándares y *ratings*), entrevistas individuales (con líderes y especialista externo), consultas en línea y reuniones de trabajo que contaron con la participación de especialistas internos para evaluar los impactos socioambientales.

Se realizaron dos tipos de consulta en línea : una para evaluar la relevancia de los temas con los *stakeholders* y otro para evaluar la probabilidad de riesgo y la magnitud de impacto financiero con los líderes (entre directores y gerentes séniores). La materialidad del impacto socioambiental consideró criterios de probabilidad y severidad (intensidad, extensión, reversibilidad), al tiempo que la materialidad financiera consideró criterios de probabilidad y magnitud.

**Públicos *participantes***  
(consulta en línea y encuestas secundarias)

## 1. *Stakeholders*

- Consumidores
- Colaboradores
- Revendedores
- Franquiciados
- Proveedores y prestadores de servicios
- Socios de innovación
- Institutos y ONGS
- Comunidades del entorno y cooperativas
- Prensa y formadores de opinión

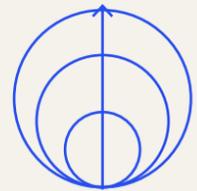
## 2. Evaluación de impacto socioambiental

- Especialistas internos (colaboradores del Grupo Boticário) y especialista externo

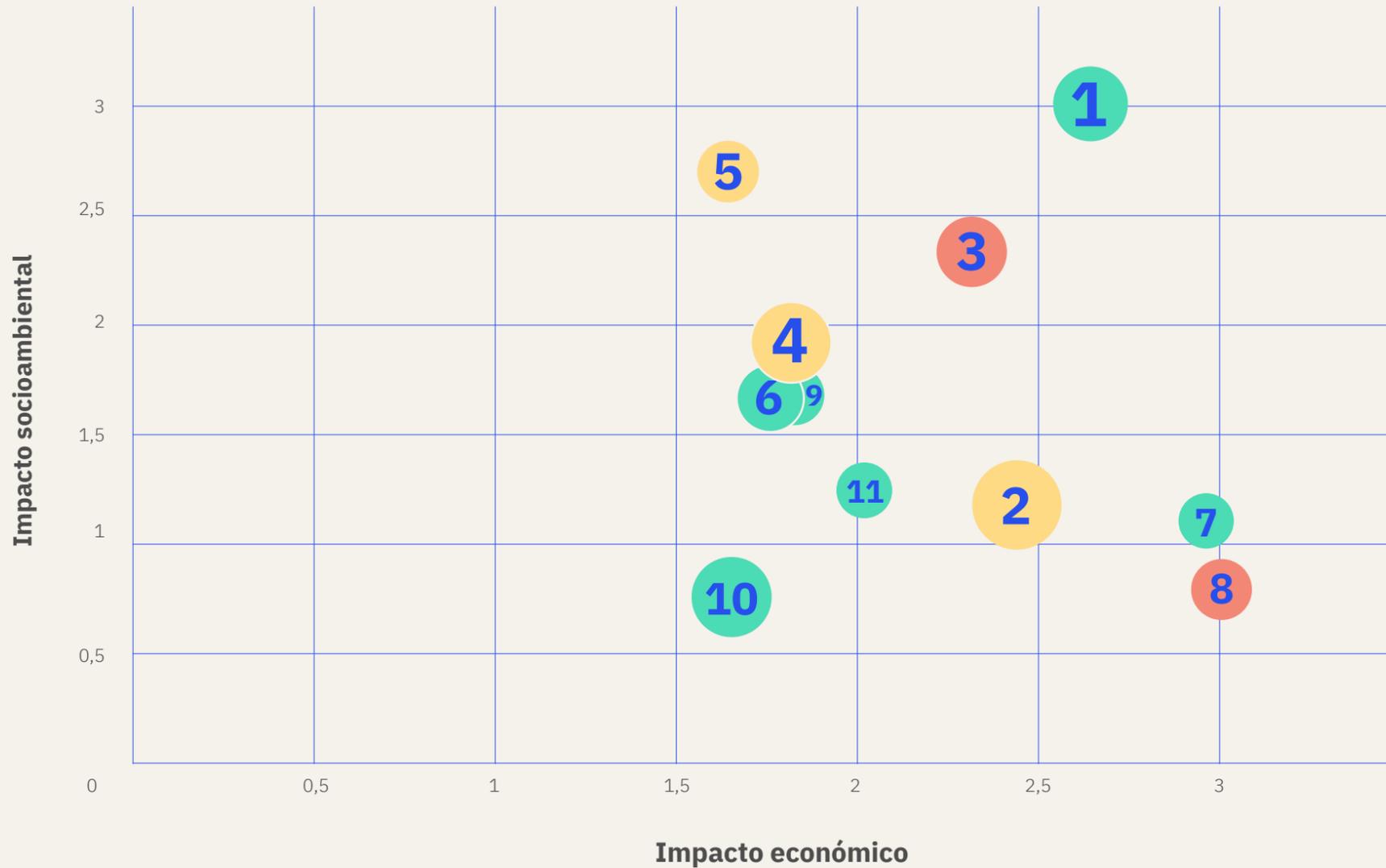
## 3. Evaluación de impacto financiero

- Liderazgos del Grupo Boticário

# Matriz de materialidad



Relevancia para los stakeholders (eje z)



## Temas materiales Grupo Boticário 2023



- 1 Economía circular y gestión de residuos
- 2 Salud, bienestar y seguridad
- 3 Gestión sostenible de la cadena de proveedores
- 4 Diversidad e inclusión
- 5 Desarrollo de revendedoras y comunidades
- 6 Calidad, seguridad y transparencia de los productos
- 7 Cambios climáticos
- 8 Privacidad y seguridad de los datos
- 9 Biodiversidad y ecosistemas
- 10 Innovación y tecnología orientadas a la sostenibilidad
- 11 Gestión de aguas y efluentes

● Ambiental    ● Social    ● Gobernanza

## Compromisos *para el futuro*

Hace tres años, asumimos ambiciosos compromisos, pues comprendimos nuestra responsabilidad como un ecosistema innovador. Los Compromisos para el Futuro están en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y expresan nuestro cuidado y respeto por las personas, el planeta y el futuro.

En 2023, realizamos la primera actualización programada de esos compromisos, con un análisis de coyuntura externa e interna para diagnosticar dónde nos encontramos con respecto a los desafíos globales y regionales de la agenda ESG. Como parte de la evolución de ese proceso, que también considera temas como la transparencia y el compromiso en la agenda de los principales *stakeholders*, reorganizamos los temas contemplados en los 15 compromisos, hasta entonces

vigentes, para conectar de forma más objetiva nuestras prioridades a largo plazo con nuestras acciones e iniciativas a corto plazo. No se dejó de lado ninguna temática importante y logramos calcular los avances en los compromisos anteriores y dar continuidad a nuestra jornada. Ahora, ocho compromisos y treinta metas específicas rigen la estrategia ESG del Grupo. En el nuevo modelo, todos los temas trabajados en los Compromisos para el Futuro evolucionaron en sus definiciones, a partir de la madurez y de la creación de nuevos procesos de gobernanza y seguimiento del desempeño.

El resultado de esa actualización, elaborada en un esfuerzo conjunto entre el liderazgo y todas las áreas del negocio, se presentará en las próximas páginas, en conjunto con sus resultados del año 2023. Acceda al contenido completo en el [Informe ESG 2023](#).

**Tenemos metas específicas y alcanzamos resultados en cada uno de nuestros compromisos.**



# Nuestros compromisos

#AMBIENTAL

## Cambios climáticos



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



### Metas específicas

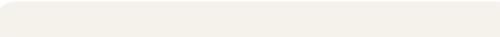
#### Alcances 1 y 2

Reducción del 42 % de las emisiones de gases de efecto invernadero, con respecto a 2022, por medio de actuación en las operaciones directas y del uso de energía renovable en las fábricas, en los centros de distribución y en el comercio minorista propio, hasta el año 2030.

#### Alcance 3

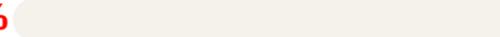
Reducción del 17 % de las emisiones de gases de efecto invernadero con respecto al año 2022, por medio de acciones coordinadas con nuestros asociados.

### Resultados

**-8 %**  **42 %**

**Porcentaje de reducción de las emisiones totales de GEI de los alcances 1 y 2 con respecto al año base 2022**

Aumento de las emisiones, principalmente en función de la ampliación del alcance.

**-29 %**  **17 %**

**Porcentaje de reducción de las emisiones totales de GEI del alcance 3 con respecto al año base 2022**

Aumento del alcance, con el perfeccionamiento del inventario de GEI, que comenzó a incluir Transporte y Distribución (*downstream*) y aumento de las emisiones en todas las demás categorías, en función del crecimiento de las operaciones.

## 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.



### Metas específicas

#### Reducción de la intensidad de los residuos

Disminución, hasta 2030, del 15 % del volumen de residuos generados por unidad vendida (*sell-in*), con respecto a 2022.

### Resultados



**Porcentaje de reducción de la intensidad de los residuos generados por unidad vendida (*sell-in*) con respecto al año base 2022.**

Resultado impulsado por la ampliación del uso de las recargas, la reducción del gramaje de los catálogos, el aumento de la digitalización y el programa para conceder solo un catálogo por revendedora activa.

### Reciclaje

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



**Porcentaje de residuos enviados a reciclaje con respecto al total de residuos generados por los envases del GB**

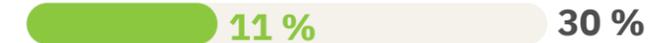
Por medio de los programas de recolección de envases, la participación en el acuerdo sectorial y la recolección de residuos generados por el desmantelamiento de las tiendas.

### Circularidad de los envases

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

El indicador de esta meta comenzará a monitorearse en 2024, considerando la evolución del alcance y la reclasificación de los residuos.

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



**Porcentaje total de material reciclado en los envases**

Alcance del resultado con los esfuerzos de incorporación de contenido posconsumo reciclado en la cartera, por medio del desarrollo de envases más sostenibles y en asociación con los proveedores.

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

La meta se estableció en 2023 para comenzar a cuantificarse en 2024. El Grupo Boticário está avanzando en cuanto a la creación de métricas y al establecimiento de la *baseline* de la reciclabilidad de los productos.



Agua

**Aumentar la eficiencia hídrica del negocio e impactar positivamente las cuencas hidrográficas estratégicas para nosotros y para la sociedad.**



**Metas específicas**

Entre los productos con enjuague, llegar a por lo menos un 90 % de biodegradables.

**Resultados**



**Porcentaje de productos biodegradables con enjuague con respecto al total de productos con enjuague activos en la cartera**

Este resultado se vio impulsado por la creación de nuevas plataformas de fórmulas para productos con enjuague y la sustitución de las materias primas que generan más impacto.

**Producto**

Llegar a la meta de que el 100 % de los productos con enjuague generen menos impacto en el agua (con respecto a 2020), calculado con base en la metodología I.A.R.A<sup>1</sup>.



**Porcentaje de productos con enjuague con reducción de impacto ambiental en el agua con respecto al total de productos con enjuague activos en la cartera**

La meta comenzó a medirse en 2023, por medio de una herramienta interna, llamada Lyra. Los resultados se obtuvieron por medio de iniciativas que se proponen reemplazar las materias primas de mayor impacto y también crear nuevas plataformas de fórmulas de shampoo, acondicionador, máscara y productos para el cabello en el centro de I+D.

**Eficiencia**

Reducción de, por lo menos, el 25 % del volumen (m<sup>3</sup>) de agua consumida por tonelada de producto final, con respecto a 2022 (intensidad hídrica).



**Porcentaje de reducción del volumen de agua consumida por tonelada producida, con respecto al año base 2022**

Aumento del consumo relativo de agua debido al cambio en el régimen operativo de trabajo y al aumento de la producción.

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



**Porcentaje de uso de agua de reutilización generada en las fábricas**

La Estación de Tratamiento de Agua de la fábrica en São José dos Pinhais pasó por un período de adecuación para mejorar la calidad del agua tratada, que durante ese período no se había reutilizado.

**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, lo que beneficiará a aproximadamente 25 millones de personas.

La meta y el indicador se definieron en 2023 y el Grupo Boticário está avanzando en la gestión de los manantiales y personas beneficiadas. Los resultados se presentarán a partir de 2024.

[1] Obtenga más información en la página 57 del Informe ESG 2023

## Biodiversidad



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



### Metas específicas

#### Conservación

Apoyar la conservación de la biodiversidad en 2 millones de hectáreas de áreas protegidas terrestres y marinas hasta 2030.

### Resultados

En 2023, la Fundación Grupo Boticário promovió, en forma directa o indirecta, la conservación de un total de 732 557 hectáreas. Considerando el primer ciclo de ese compromiso, que corresponde al período 2020-2023, la meta fue superada, ya que alcanzó en 4 años el total de 3,6 millones de hectáreas de naturaleza conservada, mediante acciones directas e indirectas. Con ese resultado y con la actualización de los compromisos 2030, a partir de 2024 la empresa pasará a adoptar un nuevo recorte, con foco en las hectáreas de las Unidades de Conservación beneficiadas con recursos de compensación ambiental, y otros eventuales, influenciados por la actuación de la Fundación Grupo Boticário. Los resultados comenzarán a informarse a partir de 2024.

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



#### Porcentaje de productos veganos activos en la cartera

Los esfuerzos por reemplazar materias primas no veganas impulsaron los resultados alcanzados en 2023 e hicieron que este tema se transformara en un nuevo compromiso para el Grupo Boticário.

#### Respeto a los animales

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



#### Porcentaje de aumento de la cartera de métodos alternativos

El Grupo Boticário no realiza pruebas en animales desde el año 2000 y cuenta con la certificación *cruelty free*. Además de esas prácticas, también se compromete a ampliar su cartera de métodos alternativos. En 2023, realizó el cálculo de la *baseline* y llegó al resultado de 50 métodos alternativos disponibles. Esto representa el 71 % del cumplimiento de la meta, cuyo objetivo es contar, hasta 2030, con 70 métodos alternativos disponibles, lo que supone un aumento del 40 %.

#### Impacto positivo

Búsqueda de impacto positivo neto en materia de biodiversidad.

La meta refuerza el compromiso con el Marco Global de la Biodiversidad. Una de las iniciativas es la certificación LIFE, concedida a negocios comprometidos con la conservación de la biodiversidad. La fábrica de São José dos Pinhais, en Paraná, ostenta dicha certificación. La empresa se esforzará por ampliarla a las demás instalaciones.

# #SOCIAL

## 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 de negocios que pertenecen al ecosistema de la belleza.**



### Metas específicas

#### 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.

#### Socios(as) de negocios

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

### Resultados



#### Porcentaje de cumplimiento de la meta de oportunidades creadas

Los resultados se vieron impulsados por Emprendedoras de la Belleza, que capacita a las mujeres. En 2023 se crearon más de 150 000 oportunidades. El 22 % de la meta representa 224 384 oportunidades creadas.

Por primera vez, se realizó un cálculo piloto en 2023. Como se trata de un nuevo indicador, su impacto en cuanto a los ingresos se seguirá de cerca y, a medida que madure, el indicador que se informará será el de calidad de vida.

## 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



### Metas

#### Plantilla general

Promover la representatividad de personas diversas en la plantilla general.

#### Liderazgo

Promover la representatividad de personas diversas en cargos de liderazgo.

### Resultados

**Porcentaje de colaboradores negros en la plantilla general: 46 %**

**Porcentaje de colaboradoras mujeres en la plantilla general: 60 %**

Se produjo un aumento de la cantidad de mujeres y personas negras en la plantilla general de colaboradores, con iniciativas tales como: creación de grupos de afinidades y elaboración de acciones de empoderamiento y pertenencia para personas negras, como el Proyecto Ébano, así como oferta de puesto de trabajo afirmativos para personas diversas.

**Porcentaje de colaboradores negros en cargos de liderazgo: 26 %**

**Porcentaje de mujeres en cargos de liderazgo: 56 %**

Para alcanzar esos resultados, se implementó un conjunto de acciones, como entrenamientos y tutorías de desarrollo, una jornada de formación antirracista con *lives* y entrenamientos, así como la creación de metas para impulsar la diversidad en todos los niveles de la organización.

# #SOCIAL

## 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.



### Metas específicas

#### Comunicación

Comunicación accesible, representativa de la población brasileña, sin estereotipos y naturalizando la diversidad.

#### Cadena de valor

Estimular el espíritu emprendedor de personas diversas mediante la inclusión en nuestra cadena de valor.

#### Producto

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

### Resultados

**Negros: 47 %**

**LGBTQIA+: 17 %**

**Diversidad de cuerpos: 26 %**

**Generaciones: 9 %**

**PCD: 2,5 %**

**Porcentaje de representatividad de personas diversas en comunicaciones del GB y de las marcas O Boticário, Eudora, QDB, Vult, BLZ, Oui y Dr. Jones**

Considera la representatividad de personas diversas que estuvieron presentes en la comunicación. Los porcentajes de representatividad para cada público se alcanzaron con la elección del *casting* de las campañas, que pasaron a incluir modelos con perfiles diversos para representar la realidad brasileña. En 2024, se definirán metas de diversidad para cada marca.

**Porcentaje de *spend* con proveedores de propiedad de personas diversas: 10 %**

**Porcentaje de proveedores de propiedad de personas diversas: 15 %**

**Porcentaje de nota máxima en el cuestionario de diversidad: 72 %**

Hubo un aumento en la cantidad de empresas de propiedad de personas diversas, potenciado por el portal de compras afirmativas. El desempeño en materia de diversidad de los asociados también mejoró, con las capacitaciones ofrecidas y por medio del seguimiento y el reconocimiento del desempeño en ESG.

**23 % 60 %**

**Porcentaje de SKUS<sup>[1]</sup> activos en la cartera, con entrega inclusiva**

Los resultados se vieron impulsados por proyectos como: Comunidad Belleza Libre, Belleza Inclusiva, Belleza en Movimiento y eventos para generar compromiso sobre la temática de la diversidad y la inclusión, ofrecidos a las áreas responsables del desarrollo de nuevos productos.

[1] SKU: *Stock Keeping Unit* (Unidad de Mantenimiento de *Stock*)

## Suministro sostenible



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



### Metas específicas

#### 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.

### Resultados



#### Porcentaje de materias primas provenientes de fuentes renovables con respecto a las materias primas utilizadas

Considera las materias primas de origen 100 % vegetal, biotecnológico o vegetal+biotecnológico. Se priorizaron los productos con estas materias primas.

El 100 % de la palma comprada hasta 2030.



#### Porcentaje de palma comprada hasta 2030

Si bien este es el primer año en que se realiza la medición de este compromiso, se produjo una ampliación de la adquisición de la palma con certificación en 2023, lo cual impulsó el resultado obtenido.

#### Procedencia responsable

Garantía de certificación de materias primas con más riesgo

El 90 % de madera y sus derivados comprados hasta 2030



#### Porcentaje de madera y derivados comprados hasta 2030

El desafío de esta meta es obtener, todos los años, más del 90 % de madera y derivados con garantía de procedencia responsable. En 2023, el resultado superó el compromiso, con un 94 %, gracias a que se priorizó la adquisición de maderas y derivados con certificaciones. Sin embargo, ese desafío se mantiene año a año. El alcance engloba todos los SKUS de maquillaje, cajas, *full service* e internacional.

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

En 2024, comenzará un proceso de certificación del alcohol de la caña de azúcar, con el objetivo de asegurar la procedencia sostenible.

#### Evaluación de proveedores

Evaluación del desempeño de sostenibilidad de los proveedores *tier 1*, responsables de, por lo menos, el 75 % del *spend*, hasta 2030.



#### Porcentaje de proveedores directos (*tier 1*) evaluados con respecto al desempeño en materia de sostenibilidad

Resultado alcanzado con la implementación de Beauty Chain, programa que permitió ampliar la cantidad de proveedores evaluados en ESG.



# #AMBIENTAL

JUNTOS CONSTRUIMOS  
*#Una Belleza  
de Futuro*



**En 2023, el Grupo Boticário fue reconocido por el Programa GHG Protocol por su espíritu pionero y su compromiso.**



# Cambios *climáticos*

## Metas basadas en la ciencia

El Grupo Boticário participa en discusiones y asumió el compromiso de analizar y realizar un seguimiento de los riesgos que las situaciones climáticas extremas y una eventual escasez de recursos pueden suponer para la sociedad, para el medio ambiente y para el negocio.

La cadena de producción de la empresa se evalúa constantemente en lo relativo a los cambios climáticos y al consumo de energía. Se monitorean los impactos de las actividades, tanto los positivos como los negativos, desde la fabricación de los productos hasta la llegada al comercio minorista, incluso su uso y eliminación por parte del consumidor final.

## #*nuestro* compromiso

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

## Nuestro plan

En 2023, el Grupo revisó sus metas para ajustarlas más al Acuerdo de París, que propone que el aumento de la temperatura no supere 1,5 °C para los Alcances 1 y 2 y que no supere los 2 °C para el Alcance 3. Para ello, el Grupo Boticário asumió oficialmente el compromiso con la SBTi (Science-Based Target initiative), una acción colaborativa liderada por el CDP (Carbon Disclosure Project) para definir metas climáticas basadas en datos científicos. En 2024, el Grupo Boticário deberá enviar para aprobación de la SBTi las metas a corto plazo y, en 2025, la meta *net zero*.

Otro hito del año 2023 fue la elaboración por parte del Grupo Boticário de un Plan de Transición y Adaptación a los Cambios Climáticos, siguiendo las recomendaciones de la TCFD (Fuerza Tarea para Divulgaciones Financieras Relacionadas con el Clima, por su sigla en inglés). La información recopilada considera las dimensiones de gobernanza, gestión de riesgos, estrategia y métricas y metas (obtenga más información sobre la TCFD en la página 40 del [Informe ESG 2023](#)).

Las decisiones sobre la temática de los cambios climáticos en el Grupo Boticário son incumbencia del alto liderazgo y, desde 2023, pasaron a constar en la planificación de los negocios. En respuesta

a los desafíos climáticos, el Grupo adoptó una estrategia de descarbonización, a partir de la utilización de energía renovable en sus cuatro principales instalaciones operativas. En 2023, el Grupo comenzó un proyecto piloto de generación distribuida (adquisición de energía de fuentes renovables de pequeños distribuidores) en las 30 tiendas propias de Minas Gerais. En 2024, tenemos expectativas de ampliar esta iniciativa a otros franquiciados.

## Inventario de emisiones

El inventario de emisiones de GEI del Grupo Boticário sigue la metodología del Programa Brasileño GHG Protocol y, para ampliar la transparencia del tema, también se publica anualmente en el Registro Público de Emisiones. El Grupo Boticário es miembro fundador del programa creado en 2008 y hace más de 15 años que calcula y divulga sus emisiones, que son verificadas por tercera parte acreditada.

En 2023, los cálculos de las emisiones de GEI, que forman parte del Alcance 3, se ampliaron y pasaron a considerar 11 categorías (hasta 2021, se consideraban solo cuatro y, en 2022, el Grupo consideró diez). Aproximadamente el 98 % de todas las emisiones del Grupo se encuentran en el Alcance 3 y el 57 % de estas se relacionan con bienes y servicios (compra de materias primas, envases y demás artículos relacionados con las transacciones). Obtenga más información en la página 46 del [Informe ESG](#).



12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES

# Residuos

## Economía circular para envases

Los envases representan el 66 % de los residuos que la operación directa del Grupo Boticário genera. Debido a ello, la empresa prioriza el desarrollo de productos desde el punto de vista de la economía circular, con el uso de envases reciclables, reutilizables, biodegradables o con contenido reciclado.

Para reducir el consumo de materias primas, el Grupo invierte en ecodiseño, utilizando herramientas de gestión ambiental, desde la concepción hasta la utilización del envase, con el objetivo, entre otros factores, de optimizar el transporte y facilitar el desmontaje de los envases.

En el proceso de desarrollo de los envases, se tienen en cuenta el volumen, el uso de materiales alternativos, el monomaterial y el reciclaje posconsumo (PCR), así como los productos con recarga. También se toma cuidado al eliminar los envases secundarios innecesarios, como clips de válvulas, cajas y bolsas plásticas.

### #nuestro compromiso

*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.*

## La inquietud está en nuestro ADN

### Arbo Puro con tapa sostenible

En constante evolución y con deseos de transformar el mundo por medio de la belleza, el Grupo lanza productos basados en investigaciones y métodos científicos. Ejemplo de ello fue el nuevo diseño del envase de perfume Arbo, un trabajo llevado a cabo a lo largo de 2023 y lanzado en febrero de 2024. Desde entonces, toda la línea Arbo tiene frascos que permiten la recarga, lo que amplía la vida útil del envase y permite reducir en un 89 % el uso de materiales, en comparación con el envase de los desodorantes-colonia regulares (obtenga más información en la página 51 del [Informe ESG](#)).



# Logística inversa de envases posconsumo

El Grupo Boticário cuenta con más de 4500 puntos propios de recolección de los programas de logística inversa, que reciben envases de cualquier marca de cosméticos. Más de 500 recolectores de material reciclable de todo Brasil se benefician con el programa de logística inversa.

Boti Recicla es actualmente el programa más grande de logística inversa de Brasil en puntos de recolección del sector de cosméticos. Además de los envases, el programa también envía a las cooperativas asociadas el material de visual merchandising (obtenga más información en la página 52 del Informe ESGtt



## Impactos en la remuneración variable

En 2023, las metas relacionadas con los residuos y la economía circular forman parte de la remuneración variable de todos los líderes de la empresa, con foco en las 3R: reutilización, reducción y reciclaje de residuos. Este ya es el tercer año en que el tema está presente en ese instrumento de gestión, lo que refuerza su importancia para la estrategia del negocio.

## Estación Precio de Fábrica

En el año 2021, el Grupo Boticário, en asociación con la startup Green Mining, inauguró la primera Estación Precio de Fábrica. En 2023, se abrieron otras tres nuevas estaciones, dos de ellas en São Paulo, en los barrios Pinheiros y Jabaquara, y otra en Camaçari, Bahia. Las estaciones funcionan como puntos de recolección de materiales reciclables posconsumo, con especial énfasis en el vidrio, el plástico y el papel. La meta es expandir las estaciones y el volumen de

recolección por medio de asociaciones con empresas. Las cinco estaciones de todo Brasil recibieron más de 1000 toneladas de materiales reciclables durante el año, lo que benefició a más de 1400 personas, quienes recibieron hasta seis veces más por los residuos, en comparación con el mercado de reciclaje tradicional. Esas estaciones funcionan como puntos de recolección de materiales reciclables posconsumo, principalmente vidrio, plástico y papel. Obtenga más información en la página 54 del Informe ESG.



# Circularidad de nuestros residuos

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

/ **Desarrollamos productos que contienen atributos de la sostenibilidad** y utilizamos la herramienta Score ESG (Obtenga más información en la página 66 del Informe ESG) para ayudar en la toma de decisiones, al tiempo que contamos con un equipo multidisciplinario para negociar materias primas y envases sostenibles.

### Inserción de materiales posconsumo (PCR) en los envases.

/ El lápiz labial de la marca Intense, de O Boticário, viene en un envase monomaterial, 100 % reutilizable y de fácil entrada en la cadena de reciclaje.

/ Los frascos recargables de la línea Arbo, de O Boticário, reducen el uso de materiales en un 89 %, al tiempo que preservan la fragancia y ofrecen practicidad.

## Cooperativas y recicladoras

Los materiales se envían a **15 cooperativas** homologadas, donde los residuos se clasifican y **se envían a industrias de reciclaje**, lo que contribuye a la circularidad de los materiales.

## Programa de logística inversa

Programas propios de logística inversa para recolección y reciclaje de envases

/ **+ de 4500 puntos de recolección Boti Recicla.**

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

### Estación Precio de Fábrica

/ Asociación con empresas de diferentes sectores para **desarrollar la cadena de reciclaje en Brasil, de manera de recolectar, dar destino y valorizar los envases posconsumo** de vidrio, plástico y papel.



## Operaciones - Fábricas y Centros de Distribución

/ Nuestras operaciones son ecoeficientes. Actuamos en las 3 "R": reducción, reutilización y reciclaje de residuos.

/ **+ de 3000 toneladas de residuos cuya generación se evitó en las operaciones** a través de proyectos de reutilización de cajas plásticas y de cartón.

/ **97 % de los residuos generados en nuestras operaciones fueron reciclados.**<sup>1</sup>

## Logística

/ **Reutilización de cajas de envío de productos en otras etapas del proceso.**

/ Uso de material reciclado en las paredes del CD en Cajamar (São Paulo), a partir de un programa propio de logística inversa.

## Comunicación, marketing y brand experience

/ **+ de 60 tiendas sostenibles en Brasil** tienen formato de contenedor **y se construyeron con plástico reciclable.**

/ **+ de 60 toneladas de plástico transformadas en bloques para crear pisos, paredes y techos.**

/ **+ de 70 000 toneladas de plástico evitadas**<sup>2</sup> con el uso de bolsas de papel

/ **Reducción del 12 % del volumen** en toneladas de residuos de papel gracias a las iniciativas de **reducción y digitalización de catálogos**, con respecto al año anterior.

1. En todas las instalaciones operativas de Brasil, excluyendo la fábrica de Truss.  
2. Desde el año 2008



# Agua

La gestión eficaz de los recursos hídricos y la conservación ambiental son imperativos para garantizar la vida en el planeta y son imprescindibles para la perpetuidad de los negocios. De manera de asegurar la mejora continua y estimular el compromiso de los proveedores en esa misma dirección, el Grupo utiliza el CDP (Carbon Disclosure Project). En 2023, la organización se clasificó con nota A- en Seguridad Hídrica en el CDP. En un estudio para identificar los servicios ecosistémicos de los cuales depende y a los cuales impacta, el agua se señaló como el recurso natural de mayor dependencia para el Grupo Boticário.

## Gestión del agua

El agua captada de la red pública y de pozos se consume en los procesos de las varias líneas de producción y también se utiliza para el mantenimiento de edificios, la higienización de tanques y utensilios de las

fábricas y las rutinas de los colaboradores. En algunas actividades de la empresa, el agua es tratada y reutilizada.

La gestión responsable del agua comienza con la formulación de los productos, momento en el que se evalúan cuestiones tales como la cantidad de agua necesaria para el enjuague, el rendimiento, la evaluación de la ecotoxicidad y la biodegradabilidad. El Grupo también adopta prácticas de reutilización del agua, busca constantemente la ecoeficiencia operativa e incentiva el uso responsable de los recursos por parte de los consumidores (obtenga más información en la página 56 del Informe ESG).

## I.A.R.A® para evaluación del riesgo ambiental

En la etapa de desarrollo de productos, el Grupo realiza la evaluación del impacto ambiental acuático de las materias primas y las fórmulas. Una de las herramientas utilizadas es el Índice de Evaluación de Riesgo Ambiental (I.A.R.A®), una metodología desarrollada a nivel interno para evaluar los ingredientes utilizados en los productos con enjuague, como *shampoos* y acondicionadores. La herramienta continúa perfeccionándose y, actualmente, con el uso de ciencias de datos, el cálculo del impacto ambiental acuático y de la biodegradabilidad de las fórmulas del Grupo Boticário se realiza de forma automatizada.

## #nuestro compromiso

*Aumentar la eficiencia hídrica del negocio e impactar positivamente las cuencas hidrográficas estratégicas para nosotros y para la sociedad.*



## Movimiento Viva Agua

Desde el año 2019, la Fundación Grupo Boticário cuenta con el Movimiento Viva Agua, cuyo objetivo es promover la seguridad hídrica y la adaptación a los cambios climáticos por medio de la conservación de la naturaleza y del apoyo a los emprendimientos de impacto. El movimiento conecta personas, organizaciones públicas y privadas y recursos financieros para implementar y fortalecer soluciones de seguridad hídrica, negocios sostenibles y calidad de vida (obtenga más información en la página 59 del Informe ESG).

### Pilares de impacto

Las acciones de Viva Agua se basan en:



Seguridad hídrica



Conservación de la naturaleza



Adaptación a los cambios climáticos



Emprendimientos sostenibles



## #nuestro compromiso

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

# Biodiversidad

## Impactos en la biodiversidad

Para el Grupo Boticário, la pérdida de biodiversidad que Brasil está sufriendo exige cada vez más atención y acción. Reducir los impactos negativos ya no es suficiente.

Con el apoyo de especialistas externos, el Grupo Boticário profundizó en el mapeo de su capital natural crítico, identificando los recursos naturales esenciales para sus operaciones y comprendiendo mejor los impactos de las materias primas y de los servicios ecosistémicos vitales para sus actividades industriales.

### Ambiente acuático

El 2023 marcó el comienzo del fortalecimiento de la estrategia enfocada en la protección de la biodiversidad y de los ecosistemas. Fue en ese año que el Grupo creó el Sello Fórmula Amiga de las Aguas, que indica que un producto tiene un impacto reducido en los ecosistemas acuáticos. Para conceder este sello, el Grupo utiliza la metodología I.A.R.A.®. Los productos que cuentan con este sello tienen un impacto menor que otros productos del Grupo de la misma categoría. Obtenga más información en la página 62 del Informe ESG.

### Productos veganos

El Grupo Boticário tiene el objetivo de hacer que su cartera de productos sea 100 % vegana hasta 2026, meta que forma parte de uno de sus Compromisos de Futuro. La empresa cuenta con más de 50 métodos alternativos a las pruebas en animales, que se utilizan para evaluar la seguridad y la eficacia de las materias primas y los productos terminados y se esfuerza por ampliarlos aún más.



### SBTN y los impactos sobre la biodiversidad

El Grupo Boticário reconoce su responsabilidad socioambiental y corrobora lo que se estableció en la COP15 (Conferencia de Biodiversidad realizada en 2022).

El Grupo tiene planes de adherirse formalmente, en los próximos años, a la Science Based Targets Network (SBTN), iniciativa que promueve metas basadas en la ciencia para reducir los impactos de las empresas en la naturaleza. Esto implica monitorear, evaluar y divulgar los riesgos, las dependencias y los impactos sobre la biodiversidad, lo que exige acciones colectivas y liderazgo por parte de diversos actores relevantes.

### Grupo de trabajo sobre divulgaciones financieras relacionadas con la naturaleza



El Grupo Boticário mapeó las necesidades y las oportunidades de negocios relacionadas con la biodiversidad y los ecosistemas, siguiendo las recomendaciones de la TNFD (Taskforce on Nature-related Financial Disclosures). Este movimiento, que comenzó en 2021 con más de 50 miembros de 25 países, ofrece directrices para identificar y evaluar los impactos, las dependencias, los riesgos y las oportunidades relacionadas con la naturaleza.

### Asociaciones estratégicas

Desde 2019, el Grupo Boticário forma parte del Compromiso Empresarial Brasileño para la Biodiversidad, una iniciativa del CEBDS (Consejo Empresarial Brasileño para el Desarrollo Sostenible). En 2023, el Grupo ratificó la adhesión a siete de las nueve metas del CEBDS enfocadas en las estrategias de conservación, incentivo a estudios y proyectos, medición de impactos y dependencias, publicación de resultados, conocimiento de la cadena y de las comunicaciones locales y búsqueda del impacto neto en materia de biodiversidad. Los principales avances en relación con el compromiso se divulgan en el sitio web del CEBDS.

## Fundación Grupo Boticário

A lo largo de su historia, la Fundación Grupo Boticário invirtió más de BRL 80 millones en aproximadamente 1600 proyectos dedicados a la conservación en todo el territorio nacional y en todos los biomas. La Fundación nació con el propósito de conservar las áreas naturales por medio de dos reservas: la Reserva Natural Serra do Tombador, en Goiás, y la Reserva Natural Salto Morato, en Paraná, que se localizan en el Cerrado y en la Mata Atlántica, respectivamente, y son los biomas más amenazados del país. Por otra parte, el propósito de la Fundación es la conservación de la biodiversidad y de los ecosistemas. En total, hay 732 000 hectáreas con acciones de conservación. De esas hectáreas, aproximadamente 85 000 representan impacto directo para la conservación de especies en riesgo y para la creación y la implementación de Unidades de Conservación. Otros indicadores:

- 606 unidades de conservación beneficiadas (20 % del total en Brasil);
- 112 instituciones asociadas, que actúan en la planificación y la ejecución de acciones a favor de la biodiversidad brasileña;
- 11 000 hectáreas protegidas directamente por medio de las Reservas Naturales Salto Morato (Paraná) y Serra do Tombador (Goiás).

**Obtenga más información en el**  
**[Informe Anual de Actividades 2023](#)**



*Reserva Natural Serra do Tombador*

# Innovación y tecnología *orientadas* a la **sostenibilidad**

El Grupo Boticário, atento a las tendencias y a las oportunidades de mercado, invierte constantemente en investigación y desarrollo. Para impulsar el trabajo, cuenta con el [Futuro de la Belleza](#), programa en el que diferentes áreas actúan de forma integrada para prospectar y desarrollar nuevas tecnologías para fórmulas, procesos y envases.

Diversas iniciativas nos condujeron al desarrollo de productos y procesos más sostenibles.



## Lanzamientos

### Lápiz labial inteligente

Durante los últimos cinco años, el Grupo Boticário invirtió en un proyecto de investigación para desarrollar un lápiz labial inteligente, con miras a la inclusión y la accesibilidad. En 2022, se creó un prototipo que, por medio de un dispositivo electrónico, permite que personas con discapacidad visual o física, entre ellas el Mal de Parkinson, utilicen el lápiz labial en forma eficiente, mediante la activación de un botón. El prototipo se encuentra en fase de validación por parte de la Comunidad Belleza Libre y su lanzamiento está previsto en las tiendas concepto de Curitiba y São Paulo en 2024 (obtenga más información en la página 67 del [Informe ESG](#)).

### Lápiz labial monomaterial

En 2023, también se lanzó el primer envase de lápiz labial monomaterial, producido solo con resina de polipropileno (PP), material completamente reutilizable. El envase está disponible en la línea Intense de O Boticário. Esta solución puede reducir más de 4 toneladas de residuos por año, pues el envase monomaterial puede reciclarse y reinsertarse en la cadena de producción, o bien transformarse en nuevos productos (obtenga más información en la página 67 del [Informe ESG](#)).

### Base Make B. Glycolic TX

En 2023, el Grupo Boticário registró la patente de la Base Make B. Glycolic TX, de O Boticário, la primera base del mundo capaz de reducir manchas solares. Con una fórmula que contiene ácido glicólico, brinda alta cobertura, uniformidad e hidratación a la piel (obtenga más información en la página 67 del [Informe ESG](#)).

### Bioimpresión de piel 3D con folículo

En diciembre de 2023, el Grupo creó pieles 3D con folículos capilares para realizar pruebas más detalladas y sostenibles, de manera de beneficiar también a la medicina regenerativa. En 2024, comenzó la producción interna de dichas pieles, tras la adquisición de una bioimpresora (obtenga más información en la página 67 del [Informe ESG](#)).

### Arbo con tapa sostenible

La nueva fragancia masculina Arbo Puro viene en un envase *eco-friendly* y el 92 % de los ingredientes de la fórmula son de origen natural, como el alcohol ecológico. La tapa se elabora con aceite de cocina reciclado y el frasco ofrece la opción de recarga. Certificado por el ISCC, el envase reduce las emisiones de CO<sub>2</sub> y puede reciclarse en la cadena convencional de polipropileno (PP), lo que contribuye a la economía circular. Obtenga más información en la página 67 del [Informe ESG 2023](#).

# Avances sostenibles en 2023

De los productos que desarrollamos durante el año:

**100 %** tienen por lo menos un atributo de sostenibilidad en las fórmulas o envases;

**36,5 %** cuentan con materias primas que provienen de fuentes renovables o alternativas;

**6,2 %** utilizaron procesos sostenibles.

De los productos activos en la cartera:

**96 %** de productos veganos.<sup>[1]</sup>

[1] Cantidad de productos veganos en la cartera/total de productos activos en la cartera



# Calidad, *seguridad* y transparencia de los productos

El área de Seguridad de Productos, Métodos Alternativos y Cosmetovigilancia del Grupo Boticário cuenta con más de 30 colaboradores, que realizan estudios clínicos e *in vitro* para garantizar la seguridad y que los productos cumplan con los estándares.

Los profesionales utilizan modelos alternativos al uso de pruebas en animales, como la piel 3D, muy similar a la piel humana. En 2023, se lanzó un modelo de piel infantil para pruebas de productos dedicados a los recién nacidos que permitió ofrecer más asertividad en la evaluación clínica. En los próximos años, se espera poder aumentar el desarrollo de nuevos métodos y modelos para garantizar cada vez más la seguridad de los productos e influir en el mercado como un todo.

Desde 2013, la política de uso de materiales monitorea los ingredientes controvertidos, de manera de viabilizar la sustitución de más de 40 materiales y modificar la fórmula de más de 2000 productos (obtenga más información en la página 69 del [Informe ESG](#)).

## Productos seguros

El Grupo Boticário adopta prácticas de transparencia y seguridad de los productos, para lo cual comparte informaciones en el portal [Belleza Transparente](#) acerca de ingredientes, fórmulas e investigaciones.

El glosario del portal cuenta con más de 900 entradas, donde se detallan todas las materias primas utilizadas. Las Influenciadoras de la Belleza, que actúan en las redes sociales, suministran a los consumidores datos técnicos y con base científica.

En 2023, ninguna de las fórmulas del Grupo contenía sustancias peligrosas, de acuerdo con el reglamento REACH, cuyo objetivo es garantizar la salud humana y ambiental en el uso de productos químicos. Obtenga más información acerca de la seguridad de los productos del Grupo Boticário en el [Informe ESG](#).



#SOCIAL

JUNTOS CONSTRUIMOS  
#Una Belleza  
de Futuro

# Desarrollo *social*

## Desarrollo de revendedoras y comunidades

El Grupo Boticário asume como responsabilidad fundamental impulsar el progreso y fomentar cambios sociales. Por eso, incentiva los emprendimientos como herramienta de crecimiento económico y social, invierte en la capacitación profesional dentro del ecosistema de la belleza y promueve la inclusión de personas diversas.

Año a año, por medio de sus programas sociales, el Grupo crea miles de oportunidades para reducir la desigualdad social, enfocándose en las comunidades cercanas a sus operaciones. Entre las acciones se destacan los proyectos propios, el voluntariado, las donaciones,

los patrocinios a través de las Leyes de Incentivo Fiscal y el desarrollo de revendedores en el canal de venta directa.

## Iniciativas sociales

La actuación social del Grupo Boticário se realiza por medio de iniciativas propias, proyectos incentivados y asociaciones con organizaciones no gubernamentales. El público objetivo de los programas sociales son personas en situación de vulnerabilidad social, considerando criterios tales como los ingresos y la diversidad, principalmente en las localidades del entorno de las operaciones del Grupo y en las regiones en las que las marcas actúan, así como acciones en el ámbito nacional en formato en línea (obtenga más información en la página 73 del [Informe ESG](#)).

## Programa *Desenvolve*

El programa *Desenvolve* [Desarrolla, por su traducción al español] ofrece formación gratuita en tecnología, con el objetivo de promover la inclusión de talentos diversos en el mercado laboral y en la plantilla de colaboradores del Grupo Boticário.

En 2023, el Grupo invirtió BRL 535 000 en el programa, que contó con la inscripción de más de 27 000 personas para los 1000 puestos que ofreció, y con un 60 % de tasa de formación. *Desenvolve* también

fomenta el voluntariado, con más de cien colaboradores que actúan como mentores para apoyar a los estudiantes en el desarrollo de sus carreras y carteras de productos (obtenga más información en la página 75 del [Informe ESG](#)).

## Articulación y vínculo

Para fortalecer el vínculo y la articulación local, el Grupo realiza iniciativas con las comunidades y organizaciones no gubernamentales en territorios propios. La empresa actúa en más de nueve municipios brasileños por medio de proyectos incentivados a través de leyes federales de la cultura, el niño y el adolescente, el anciano, el deporte y la salud. En 2023 benefició a más de 6000 personas.

Para derivar las donaciones de productos del Grupo Boticário a otras organizaciones sociales asociadas, principalmente en el entorno de las fábricas y centros de distribución, la empresa creó el programa Belleza de Donar. En 2023, más de 65 000 personas recibieron donaciones de 260 000 productos de las marcas.

En el año 2023 también se creó el programa Belleza de Vivir, que dedica sus esfuerzos a acciones de recuperación de la autoestima por medio de cursos de automaquillaje de pacientes y acompañantes que se



encuentran en tratamiento hospitalario de larga permanencia, así como a profesionales de la salud. En total, el proyecto apoyó a 1614 personas en los hospitales Erasto Gaertner y Pequeno Príncipe, ambos en Curitiba (Paraná) y en la Casa de Apoio à Mulher com Câncer, en Salvador (Bahia).

Por su parte, el programa de voluntariado apoyó a 2143 niños de las comunidades del entorno, en las regiones de Curitiba (Paraná), Registro (São Paulo), São José do Rio Preto (São Paulo) y Camaçari (Bahia). La suma que aplicó en el programa superó los BRL 620 000, contó con la participación de 1678 voluntarios y una dedicación de 13 000 horas.

**Más de 2000 niños de las comunidades del entorno, en las regiones de Curitiba (Paraná), Registro (São Paulo), São José do Rio Preto (São Paulo) y Camaçari (Bahia) fueron beneficiadas por el programa de voluntariado.**

## #nuestro compromiso

*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 de negocios que pertenecen al ecosistema de la belleza.*



## Emprendedoras de la Belleza

Enfocado en la capacitación de mujeres en situación de vulnerabilidad social, al tiempo que contribuye a la generación de ingresos, el Grupo Boticário cuenta con el Programa Emprendedoras de la Belleza, una formación profesional que actúa a nivel nacional.

El curso ofrece itinerarios técnicos e itinerarios complementarios, que las alumnas pueden realizar en cualquier momento dentro de la plataforma Emprendedoras de la Belleza. Entre

los temas abordados están maquillaje básico, maquillaje avanzado, peinados, uñas (manicura y pedicura), alargamiento de uñas, ventas, emprendimientos y desarrollo personal.

En 2023, el Grupo invirtió más de BRL 2,4 millones en formaciones presenciales en Salvador (Bahia) y en São José dos Pinhais (Paraná). Obtenga más información en la página 74 del [Informe ESG](#).

**Más de 200 000 inscritas y más de 43 000 mujeres formadas desde el comienzo del programa<sup>[1]</sup>.**

**Más del 50 % de los participantes son negros y aproximadamente el 57 % de las personas que finalizaron algún curso y respondieron la encuesta de satisfacción declararon haber tenido un aumento de sus ingresos.**

[1] 2021 a 2023.



## #nuestro compromiso

*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.*

# Diversidad e inclusión en el Grupo

## Visión de futuro: crecer juntos

El Grupo Boticário tiene una visión múltiple en cuanto a la temática de la diversidad y cree que el mercado de la belleza debe incorporar toda esa pluralidad de toda la sociedad. Por ese motivo, su estrategia se dirige a todo el negocio, de manera de promover mecanismos para que la inclusión esté presente en todos los productos que desarrolla, en todos los insumos o servicios que adquiere e incluso en la forma como se comunica con sus consumidores.

El Grupo centra sus esfuerzos en cinco públicos prioritarios:

- **Personas de raza negra** (negros o mulatos)
- **Mujeres**
- **Comunidad LGBTQIA+**
- **Generaciones 45+**
- **Personas con discapacidad (PCD)**

El trabajo se realiza de forma coordinada y sistémica, con proyectos y acciones en cinco pilares:

- **personas** (foco en los colaboradores);
- **productos** (cartera accesible e inclusión de las marcas);
- **impacto social** (reflejos en la comunidad);
- **cadena de valor** (proveedores, franquiciados, consumidores y distribuidores); y
- **comunicación** (representatividad y accesibilidad en campañas de las marcas).

## Cuidando a nuestros colaboradores

Las acciones de inclusión dedicadas a los colaboradores incluyen mentorías para talentos diversos, cinco grupos de afinidad específicos, amplia agenda de eventos de sensibilización y programa de formación en diversidad e inclusión, con itinerarios específicos para líderes.

Por otra parte, se abren con frecuencia puestos de trabajo afirmativos, lo que contribuye al ingreso de nuevos talentos diversos y al mantenimiento o el avance de la buena representatividad. Ese mismo año, el 13 % de todos los puestos del Grupo fueron afirmativos para uno o más grupos de diversidad (obtenga más información en la página 78 del [Informe ESG](#)).

## Licencia parental universal

Desde el año 2021, el Grupo ofrece la licencia parental extendida y obligatoria de 120 días para los hombres, independientemente de la orientación sexual y de la configuración familiar. Se trata de un movimiento importante para ampliar la igualdad de género en las empresas e influenciar una mayor conexión de los padres durante los primeros meses de transformación de la familia. En 2023, se concedieron 642 licencias parentales, de las cuales el 40,7 % fueron para hombres de diferentes niveles jerárquicos de la empresa. Obtenga más información en la página 79 del [Informe ESG](#).

# Diversidad e inclusión en el ecosistema

El enfoque del Grupo Boticário con respecto a la diversidad y la inclusión es amplio y va mucho más allá de la actuación con los colaboradores, ya que se extiende al ecosistema del negocio. Está presente en toda la empresa, incluso en la concepción de productos, la comunicación y la gestión de la cadena de suministro.

## #nuestro compromiso

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



### Emprendimientos

El Grupo Boticário estimula los emprendimientos de personas diversas, incluyéndolas en la cadena de valor por medio de acciones de vínculo con los proveedores, los franquiciados, los revendedores y los consumidores.

Contamos con el **Programa de Evaluación y Desarrollo de Socios** (PADP, por su sigla en portugués), que evalúa a los proveedores estratégicos, sobre la base de criterios de diversidad, incluidos en el Cuestionario ESG, para mejorar el desempeño en materia de diversidad (obtenga más información en la página 98 del [Informe ESG](#)).

El Grupo también creó el Portal de Compras Afirmativas, conectado al Programa Compras Responsables, que incentiva el establecimiento de asociaciones con empresas que pertenecen a personas

Más del **89 %** de la red franquiciada pasó por capacitaciones en los Itinerarios Anti-LGBTfobia, Antirracista y Anticapacitista.

diversas (obtenga más información en la página 82 del [Informe ESG](#)).

Contamos también el Instrumento de Aceleración de Futuro (IAF), exclusivo para los franquiciados, con criterios de diversidad, así como con un Programa de Formación en Diversidad, que incluye itinerarios obligatorios, como el Itinerario Anticapacitista, para promover la atención inclusiva (obtenga más información en la página 82 del [Informe ESG](#)).

El Grupo también cuenta con un gran Programa de Formación en Diversidad, con itinerarios que se lanzan anualmente.

### Impactos en la remuneración variable

En 2023, las metas vinculadas a la diversidad formaron parte de la remuneración variable de los gestores y colaboradores elegibles y se vinculan con el porcentaje de personas diversas en la plantilla general y con el porcentaje de personas diversas en el liderazgo. La presencia de este tema en ese instrumento de gestión refuerza su importancia para la estrategia del negocio.

## Comunidad Belleza Libre

La Comunidad Belleza Libre, creada por el Grupo Boticário en el año 2022, es la primera comunidad en línea del comercio minorista enfocada en el codesarrollo de productos de belleza con personas diversas.

Hasta fines del año 2023, contaba con más de 2000 miembros, incluso personas con discapacidad, personas negras, comunidad LGBTQIA+, personas 45+ y mujeres.

Los miembros participan en el desarrollo de productos en todas las marcas propias, lo que resulta en lanzamientos que se adaptan a las necesidades y a las características de los consumidores.

Ejemplo de ello es el **pincel accesible de la marca Quem Disse, Berenice?**, creado con la colaboración de la comunidad, que incluye recursos tales como puntos táctiles, coloración en las cerdas y base cuadrada para facilitar el uso por parte de personas con discapacidad visual.

Obtenga más información en [Comunidad Belleza Libre](#)

# Diversidad e inclusión en el ecosistema

Nuestras dimensiones prioritarias son: Igualdad racial, Igualdad de género, Comunidad LGBTQIA+, Personas con discapacidad y Generaciones (45+).

## 1 Personas diversas

### Colaboradores:

- / 46 % de personas negras en la plantilla general y 26 % en puestos de liderazgo.
- / 60 % de mujeres en la plantilla general y 56 % en puestos de liderazgo.
- / 5 grupos de afinidad ofrecen una red de apoyo a personas diversas.
- / Iniciativas exclusivas de desarrollo, con programas de tutoría.

### Innovación:

- / + de 2000 personas diversas codesarrollan productos inclusivos y diversos en la Comunidad Belleza Libre.



## 2 Productos inclusivos

/ 23 % de productos inclusivos en la cartera

/ Pinceles de Quem Disse, Berenice? Las personas ciegas o con visión reducida cuentan con puntos táctiles para identificación sensorial, coloración en las cerdas y base cuadrada para facilitar el agarre y evitar el deslizamiento.

/ Pantalla solar para rostro y cuerpo de O Boticário, con terminación 100 % invisible, que respeta todo tipo de piel, **cocreada por diferentes personas.**

### Accesorios inclusivos:

/ El proyecto pionero del Grupo Boticário ofrece a los consumidores una Base Adhesiva y un Espesante Multiuso que **facilitan la usabilidad de productos para personas con discapacidad o limitaciones motoras en los miembros superiores.**

## 3 Impacto social

/ + de 31 000 mujeres en situación de vulnerabilidad social capacitadas en maquillaje, peinado y manicura a través del Programa Emprendedoras de la Belleza, así como en ventas y desarrollo personal.

/ Programa Desarrolla: capacitación de + de 600 talentos en tecnología.

/ Proyecto Belleza en Movimiento: fabricación de 12 000 accesorios inclusivos.

/ 20 % de los puestos vacantes ofrecidos a personas diversas.



## 4 Cadena de valor inclusiva

/ + de 1000 empresas de propiedad de personas diversas puestas a disposición de los compradores del Grupo.

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

/ 89 % del equipo de ventas de la red de franquicias capacitado en anti-LGBTfobia, antirracismo y anticapacitismo.

### Comité de bienvenida inclusivo:

/ Apoyo a consumidores y consultores de tiendas en potenciales situaciones que no se ajustan a los valores de diversidad del Grupo.

## 5 Comunicación para todos

/ Comunicación accesible, representativa de la población brasileña, sin estereotipos y naturalizando la diversidad.

/ Los términos normal, perfecto y aclarado no se exhibirán en ningún envase o comunicación de las marcas a partir del 24 de diciembre.

/ Años temáticos: campañas 360 grados dirigidas a los stakeholders incentivan el respeto, la valorización y la naturalización de la diversidad.

En 2023, la atención se centró en el anticapacitismo y, en 2024, se centrará en la diversidad de los grupos de edad.





**En 2023, hubo  
7099 nuevas  
contrataciones.**

# Captación, desarrollo y retención de colaboradores

El Grupo Boticário cuenta con 17 953 colaboradores permanentes y 499 temporarios, lo que supone un aumento del 23,38 % con respecto a 2022.

## Un camino de aprendizajes

Para apoyar el desarrollo de los colaboradores, el Grupo Boticário invierte en iniciativas como los itinerarios de capacitación y las academias, lo que fortalece las habilidades técnicas, de gerencia y de liderazgo. En 2023, 13 013 colaboradores fueron beneficiados<sup>1</sup> (adhesión del 71,9 %), en un total de 84 385 horas.

[1] Colaboradores que concluyeron por lo menos un curso, consumido en aproximadamente 6,5 horas de clase.

## Gestión de carrera

El proceso de gestión de talentos del Grupo Boticário abarca a todo el equipo y se realiza por medio de evaluaciones de desempeño y *feedbacks* regulares, lo que permite que los profesionales definan autónomamente su trayectoria de crecimiento.

Como complemento al proceso de evaluación, todos los colaboradores tienen acceso a la herramienta de Evaluación 360, lo que les permite solicitar *feedback* a sus colegas y gestores. Este proceso se propone incentivar el compromiso y promover la búsqueda de la mejora continua en todo el equipo.

## Equipos comprometidos

Para medir el compromiso de los equipos, se realizan encuestas semanales entre todos los colaboradores. Las informaciones se compilan en la herramienta de comunicación TeamCulture y pueden segmentarse por cargos, género, tiempo en la empresa y localidad, entre otros criterios. Los resultados orientan la toma de decisión y permiten al gestor crear planes de acción, en conjunto con los colaboradores (obtenga más información en la página 91 del [Informe ESG](#)).

## Home office

Incorporado a la rutina de la empresa desde 2019, el *home office* es una realidad en el Grupo Boticário para los colaboradores que no necesitan la estructura física de la empresa o bien pueden desempeñar sus funciones completamente a distancia. Además del *home office*, estos colaboradores cuentan con jornada laboral flexible, que adecua sus horarios en función de las necesidades personales y profesionales. Esta práctica se mantuvo como tendencia, incluso después del período crítico de la pandemia de COVID-19.





# Salud, bienestar y seguridad

Para el Grupo Boticário, el cuidado de las personas es la perennidad del negocio. Por ese motivo, existen dos frentes de actuación principales, que amparan a los colaboradores. Estos frentes son la salud ocupacional, con el cumplimiento de requisitos legales y reglamentarios, y bienestar, con líneas de cuidados enfocadas en la salud de manera general y, en particular, en la salud mental.

## Bienestar y cuidado

El Grupo Boticário ofrece a todos los colaboradores:

- Centros de Promoción a la Salud (CPS), presentes en varias unidades del Grupo, así como en la Central de Salud.
- Gsite de Salud.
- Campañas de salud.
- Comunicación sobre exámenes periódicos.
- Central de Salud que funciona las 24 horas del día, durante los 7 días de la semana, con asistentes sociales y psicólogos que ofrecen apoyo, desde dudas relacionadas a la salud hasta emergencias psiquiátricas, así como informaciones sobre servicios y productos sanitarios de la empresa.

En 2023, se realizaron 4 132 atenciones — en 2022 se habían realizado 3 500, incluidos monitoreos de casos de COVID-19—.

En las fábricas y centros de distribución, ambulatorios especializados ofrecen atención durante todos los turnos de trabajo.

Se ofrecen programas de salud estructurados a los colaboradores, como el programa *Família Cresceu* (La familia aumentó) y el Programa *Pais Atípicos* (Padres atípicos).

En 2023, se aplicaron más de 14 000 dosis de vacunas contra la gripe, considerando a los colaboradores y sus familias, con el objetivo de prevenir las complicaciones de esa enfermedad. En una campaña histórica, más de 3 700 personas recibieron la vacuna contra el HPV, con subsidio integral de la empresa. Con un costo elevado, esta vacuna se

propone prevenir el cáncer de cuello de útero (obtenga más información en la página 93 del [Informe ESG](#)).

## Es momento de cuidar la salud mental

Durante los últimos años, se dedicó especial atención al tema de la salud mental. La adhesión a Vittude, plataforma que conecta psicólogos y pacientes, aumentó del 9 % en 2022 al 12 % en 2023. Se realizaron 17 000 consultas en 2022 y más de 53 000 en 2023, como resultado de campañas de incentivo entre los colaboradores.

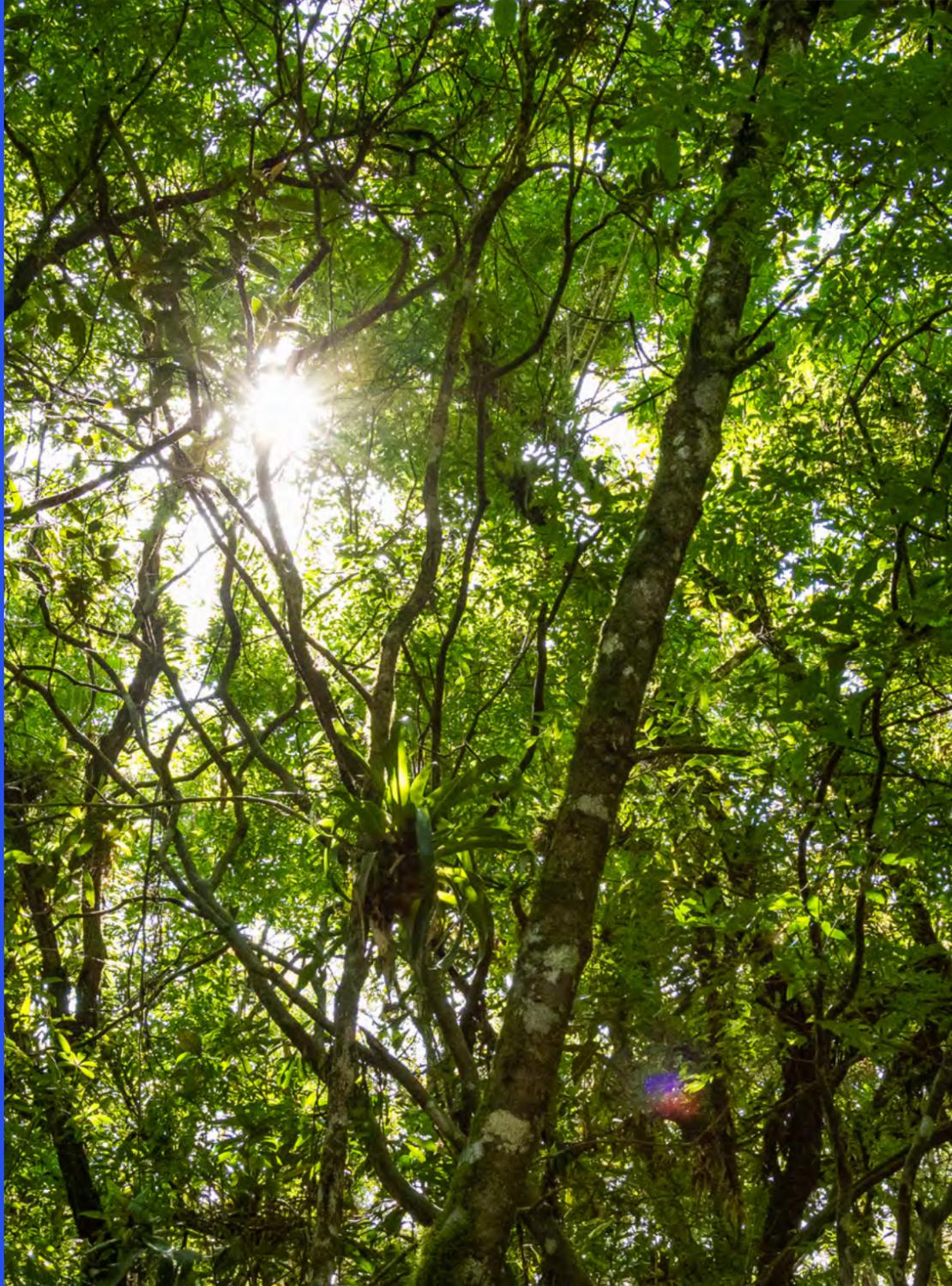
## Certificación y Sistema de Gestión

Las fábricas de São José dos Pinhais (Paraná) y Camaçari (Bahia) y los centros de distribución de Registro (São Paulo) y São Gonçalo dos Campos (Bahia) cuentan con la certificación ISO 45001 (Sistemas de Gestión de la Salud y la Seguridad Ocupacional) e ISO 14001 (Gestión Ambiental).



# #GOBERNANZA

JUNTOS CONSTRUIMOS  
*#Una Belleza  
de Futuro*



# Suministro *sostenible*

Los proveedores son socios fundamentales de los negocios del Grupo, que se propone establecer relaciones de respeto, transparencia y trabajo conjunto para impulsar los negocios de ambas partes.

En 2023, el Grupo contaba con 3134 proveedores activos. No se identificaron impactos ambientales ni sociales negativos, reales o potenciales, causados por esos proveedores —todos se sometieron a una evaluación relativa a los criterios socioambientales—.

## #nuestro compromiso

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

## Desempeño ESG *entre los proveedores*

Con el objetivo de reconocer el desempeño y desarrollar a los proveedores estratégicos, fortaleciendo sus relaciones, el Grupo Boticário cuenta con el Programa de Evaluación y Desarrollo de Socios (PADP).

Año a año, el Grupo evalúa el desempeño de sus socios, incluso en los aspectos ambientales, sociales y de gobernanza (ESG), y premia a las empresas basándose en criterios de calidad, desarrollo comercial, atención y evaluación técnica. Se realiza un reconocimiento especial a las que se destacan en materia de ESG, al tiempo que se ofrece apoyo para efectuar mejoras.

En 2023, el 100 % de los finalistas de la categoría de “Destacados ESG” se evaluaron mediante auditoría independiente.

En el proceso de evaluación para la premiación de “Destaque ESG”, el Grupo cuenta con una auditoría de tercera parte especializada en el tema ESG y, en 2023, se evaluó al 100 % de los proveedores finalistas en esta categoría (obtenga más información en la página 98 del [Informe ESG](#)).

**En 2023, se evaluó al 100 % de los proveedores estratégicos. No se rescindió ningún contrato debido a temas ESG.**



**Los participantes del PADP reciben notas con base en su desempeño global en diferentes aspectos. Los criterios ESG tienen un peso del 10 % en la nota final.**



## Gobernanza *corporativa*

Comprometido con las mejores prácticas y los principios definidos por el Instituto Brasileño de Gobernanza Corporativa (IBGC), el Grupo Boticário —empresa de capital cerrado— tiene como principal órgano de gobernanza al Consejo Consultivo. Este órgano se encarga de realizar recomendaciones sobre temas relacionados con la estrategia del Grupo y con los resultados obtenidos en el aspecto económico, de la reputación y de ESG.

Los comités asesoran al Consejo Consultivo. Están compuestos por integrantes del mismo Consejo, por miembros externos y por ejecutivos de la empresa. Con reuniones periódicas, los Comités agilizan los procesos de análisis, debates y recomendaciones del Consejo Consultivo, siempre en línea con las directrices estratégicas a mediano y a largo plazo del Grupo. Lea la descripción de los Comités en la página 101 del [Informe ESG 2023](#).

El Comité ESG, presidido por un consejero independiente, está compuesto por el CEO del Grupo, el presidente y el vicepresidente del Consejo Consultivo, especialistas y dos principales ejecutivos responsables de la estrategia ESG. El comité apoya al Grupo a integrar los aspectos

financieros y no financieros para la toma de decisiones y para el monitoreo de la estrategia ESG.

Con asambleas bimestrales y asambleas extraordinarias cuando es necesario, incumbe al Comité ESG apoyar al Grupo y mantener una visión integrada de los Comités de Asesoramiento al Consejo (obtenga más información en la página 101 del [Informe ESG 2023](#)).

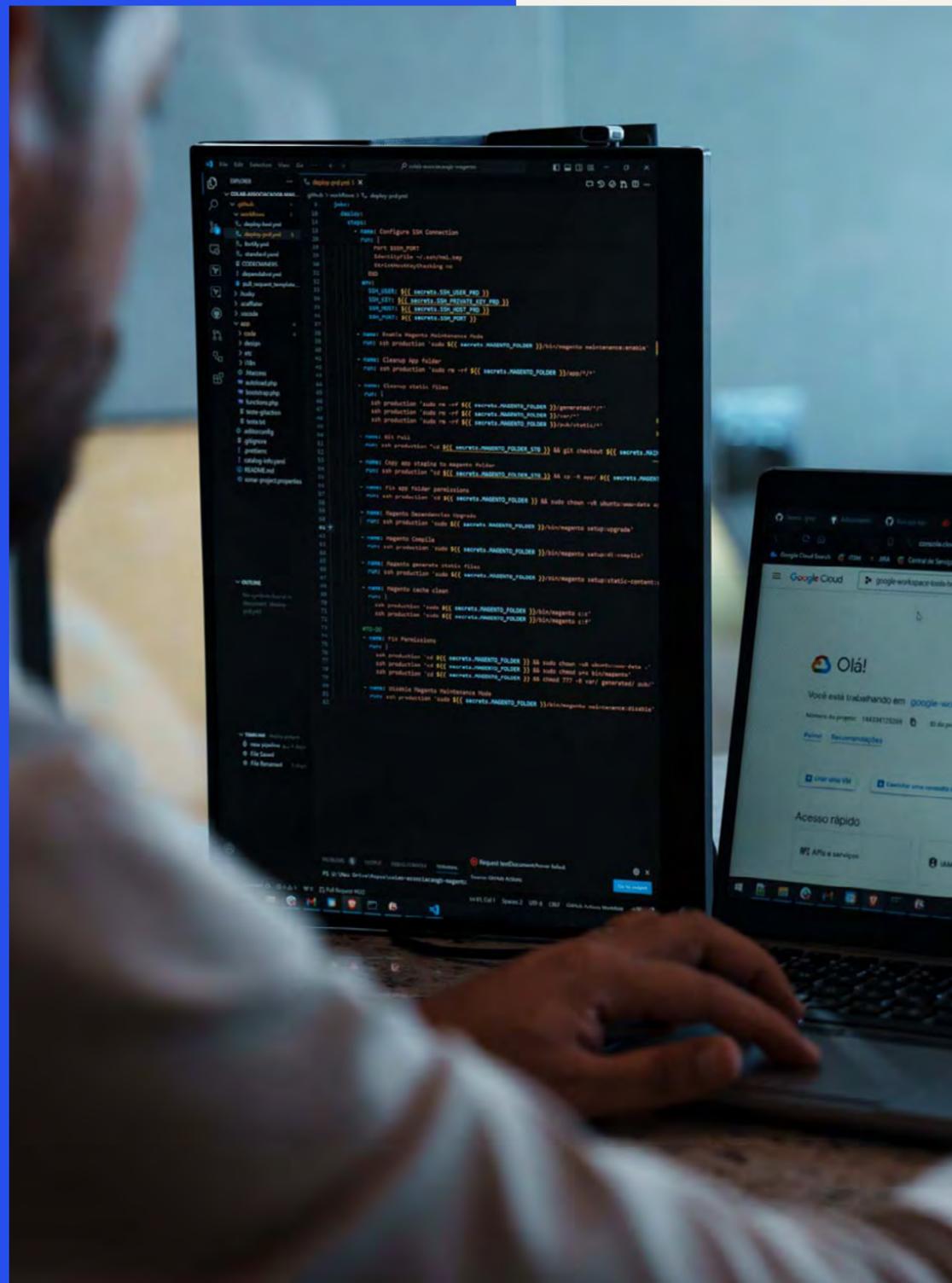
También es incumbencia del Comité ESG informar al Consejo Consultivo sobre la gestión de los impactos relacionados con esos aspectos. El Comité desempeña un papel fundamental en cuanto a impulsar los planes de acción y las mejoras en la gestión ESG, de manera de asegurar que las decisiones estén en línea con la visión a largo plazo del Grupo y vinculadas a los planes de negocio. Por otra parte, el Comité basa sus acciones en informaciones provenientes del monitoreo sistemático de tendencias, mejores prácticas, riesgos y oportunidades, con lo cual garantiza un enfoque informado y estratégico para promover la sostenibilidad en todas las operaciones de la empresa.

### Derechos humanos

El respeto por los Derechos Humanos es un valor fundamental para el Grupo Boticário y constituye la base del vínculo con toda su cadena. El Grupo Boticário es signatario del Pacto Global y se adhirió a la Declaración Universal de los Derechos Humanos, de la ONU. El posicionamiento del Grupo se explica en una [Carta Compromiso](#), aprobada conjuntamente por el Consejo Consultivo del Grupo y la alta gobernanza ejecutiva y publicada en 2021.

Todos los colaboradores y el personal tercerizado reciben capacitaciones obligatorias en materia de Derechos Humanos.





# Privacidad y seguridad de los datos

Para asegurar la privacidad y la protección de los datos, el Grupo actúa de forma responsable, usando informaciones de forma ética y segura. Entre las directrices que se siguen en el negocio, podemos citar la [Política de Privacidad](#), la Política de *Cookies*, los mecanismos de protección contra el fraude y el compromiso con los datos personales.

El Grupo cuenta con herramientas técnicas para prevenir fraudes, incidentes cibernéticos, filtraciones y otros usos indebidos de datos personales.

Se ofrecen entrenamientos periódicos en seguridad de la información a todos los colaboradores y franquiciados, quienes están obligados a mantener la confidencialidad de la información del Grupo.

Uno de los pilares del Grupo es el seguimiento y la gestión de incidentes relacionados con la seguridad de los datos. Los incidentes pueden ser de seguridad de la información (cualquier evento que perjudique la confidencialidad de un dato, su integridad o el acceso al mismo) y de privacidad (cualquier evento de incidente de seguridad de la información, pero que esté relacionado con un dato personal). Para ello, la empresa cuenta con un plan de respuesta a incidentes (IRP), con el

objetivo de servir como base estructural orientadora y unificada para el tratamiento y la gestión de respuestas a Incidentes de Seguridad de la Información, con procesos, acciones, actividades y responsabilidades de los involucrados.

## Cultura y privacidad

El Grupo Boticário invierte en la concienciación con respecto al uso ético de los datos por parte de sus colaboradores. La aculturación de los colaboradores en relación con el tema se realiza a través de entrenamientos, *workshops* presenciales y en línea, difusión de materiales informativos como *cards* e infografías, gamificación, itinerarios educativos

sobre el tema a través de la plataforma Educa.On y acciones puntuales en fechas específicas, como el Día Internacional de la Privacidad. La empresa también cuenta con un canal interno de privacidad de datos, que permite que los colaboradores aclaren sus dudas.

## Respuesta a quejas

En el año 2023, el Grupo Boticário no recibió quejas relativas a la violación de la privacidad del cliente. Ese resultado demuestra la búsqueda continua por el perfeccionamiento de los procesos y la política de datos, lo que asegura un ambiente seguro para los colaboradores, los clientes, los socios y los proveedores.



# Créditos

## Grupo Boticário

Directorio de ESG  
**Luis Augusto Meyer**  
**Bruna Freitas**  
**Judith Von Paumgartten Klautau**

Directorio de Asuntos Institucionales  
**Gabriela Paraná Ferreira**  
**Luiz Eduardo Giasson**

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

## Grupo Report

Contenido  
**Naná Prado y Patrícia Berton**

Gestión del proyecto  
**Beatriz Miranda y Camila Henriqson**

Proyecto gráfico  
**Fábio de Assis**

Diagramación  
**Camila Cogo de Oliveira**  
**Rubem Hojo**  
**Vanessa Plassas**

Infografías  
**Henrique Assale**  
**Pedro H. S. Andrade**

Traducción  
**LATAM Translations**

Fotografía  
**Ana Momm**

**GrupoBoticário**

