

# RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2016



grupo boticário  
beleza é o que a gente faz

## INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo  
O Boticário quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

## SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

## RESULTADOS

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

## PRODUTO

Matéria-prima e embalagem  
Menos impacto, mais segurança  
Produtos mais sustentáveis

## SOCIEDADE

Investimento social  
Hora das mulheres. E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

## ÍNDICE GRI

Tabela  
Anexos  
Carta de assegução  
Créditos

# INSTITUCIONAL



INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo

O Boticário

quem disse, berenice?

The Beauty Box

Eudora

Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza

Instituto Grupo Boticário

Mensagem do fundador

Mensagem do CEO

SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

RESULTADOS

Fornecedores

Ecoeficiência

Ponto de venda

Logística reversa

PRODUTO

Matéria-prima e embalagem

Menos impacto, mais segurança

Produtos mais sustentáveis

SOCIEDADE

Investimento social

Hora das mulheres. E dos homens também

Não é só papel, é futuro

ÍNDICE GRI

Tabela

Anexos

Carta de assegução

Créditos

# TEMOS Atitude PARA Transformar O MUNDO

Somos grandes na indústria e enormes no varejo. É assim que definimos o Grupo Boticário hoje, 40 anos depois de inaugurarmos o nosso negócio com uma farmácia de manipulação, lá em 1977. No ano de 2010, nossa visão empreendedora nos guiou a um modelo multinegócios e, desde então, criamos ainda mais oportunidades para a beleza transformar a vida das pessoas. Fazemos isso com as marcas O Boticário, Eudora, quem disse, berenice? e The Beauty Box, cujas produções ultrapassam 300 milhões de itens ao ano. Isso tudo é distribuído em 4 mil pontos de venda, situados em 1.750 cidades, o que nos torna a maior rede de franquias de beleza no mundo!

Também temos o *e-commerce* e lojas em formato de catálogos – a Loja de Bolsa em O Boticário e o Guia de Eudora –, que chegam aos consumidores pela venda direta. E, mais recentemente, firmamos parcerias com grandes varejistas para aumentar nosso alcance e marcar presença em novos canais de venda como as farmácias.

# Atitude

# Presença

## INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo  
O Boticário  
quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

## SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

## RESULTADOS

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

## PRODUTO

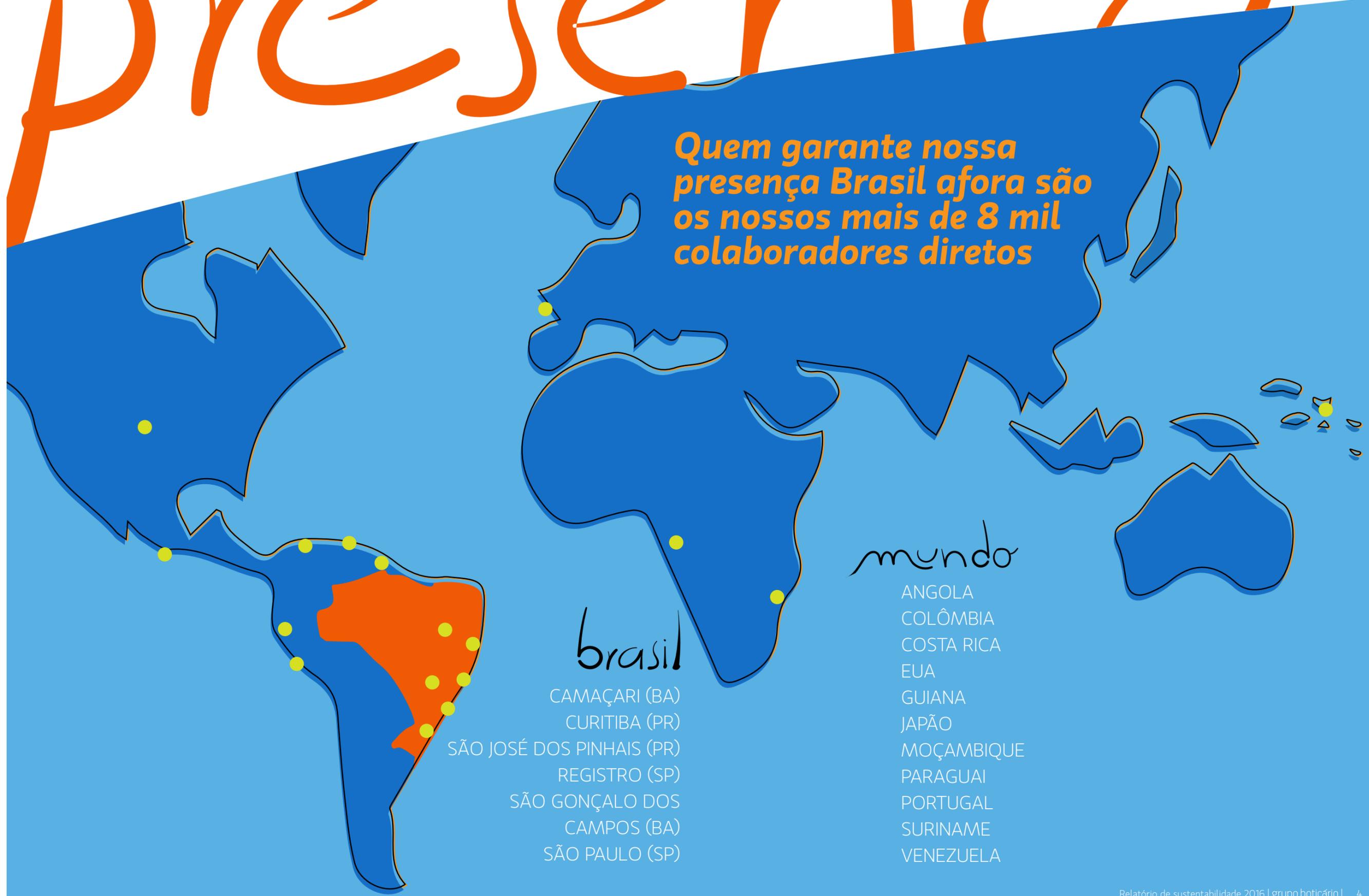
Matéria-prima e embalagem  
Menos impacto, mais segurança  
Produtos mais sustentáveis

## SOCIEDADE

Investimento social  
Hora das mulheres. E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

## ÍNDICE GRI

Tabela  
Anexos  
Carta de asseguarção  
Créditos



- brasil**
- CAMAÇARI (BA)
  - CURITIBA (PR)
  - SÃO JOSÉ DOS PINHAIS (PR)
  - REGISTRO (SP)
  - SÃO GONÇALO DOS CAMPOS (BA)
  - SÃO PAULO (SP)

### *mundo*

- ANGOLA
- COLÔMBIA
- COSTA RICA
- EUA
- GUIANA
- JAPÃO
- MOÇAMBIQUE
- PARAGUAI
- PORTUGAL
- SURINAME
- VENEZUELA

# INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo

O Boticário

quem disse, berenice?

The Beauty Box

Eudora

Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza

Instituto Grupo Boticário

Mensagem do fundador

Mensagem do CEO

# SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

# RESULTADOS

Fornecedores

Ecoeficiência

Ponto de venda

Logística reversa

# PRODUTO

Matéria-prima e embalagem

Menos impacto, mais segurança

Produtos mais sustentáveis

# SOCIEDADE

Investimento social

Hora das mulheres. E dos homens também

Não é só papel, é futuro

# ÍNDICE GRI

Tabela

Anexos

Carta de asseguarção

Créditos



São 40 anos transformando a vida das pessoas por meio da beleza. Com mais de **3.700 lojas**, somos a marca líder em perfumaria nacional e uma das mais amadas do Brasil. Em 2016, reformulamos a linha **Cuide-se Bem** com embalagens feitas de plástico vegetal, produzido a partir da cana-de-açúcar. Com isso, tornamos mais sustentável o dia a dia dos cuidados pessoais das mulheres. Todas as nossas lojas estão capacitadas para receber as embalagens pós-consumo, que são destinadas de maneira adequada e assim causam menor impacto ambiental.



## INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo  
O Boticário  
quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

## SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

## RESULTADOS

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

## PRODUTO

Matéria-prima e embalagem  
Menos impacto, mais segurança  
Produtos mais sustentáveis

## SOCIEDADE

Investimento social  
Hora das mulheres. E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

## ÍNDICE GRI

Tabela Anexos  
Carta de asseguarção  
Créditos



Com a proposta de quebrar os padrões do mundo da maquiagem, criamos um novo jeito de conversar com as consumidoras para que elas se sintam livres na hora de comprar e usar maquiagem. O ano de 2016 foi de abrir portas para quem disse, berenice?. Foram 50 novos espaços, tornando a marca a maior rede de maquiagens do país. Atravessamos o oceano para libertar as mulheres na Europa também, com a inauguração em Portugal! Além disso, fechamos o ano expandindo quem disse, berenice? para 141 farmácias em São Paulo, Curitiba e Rio de Janeiro, além de estar presente em três grandes aeroportos nacionais: Congonhas (SP), Santos Dumont (RJ) e JK (DF).



## INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo

O Boticário

quem disse, berenice?

The Beauty Box

Eudora

Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza

Instituto Grupo Boticário

Mensagem do fundador

Mensagem do CEO

## SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

## RESULTADOS

Fornecedores

Ecoeficiência

Ponto de venda

Logística reversa

## PRODUTO

Matéria-prima e embalagem

Menos impacto, mais segurança

Produtos mais sustentáveis

## SOCIEDADE

Investimento social

Hora das mulheres.

E dos homens também

Não é só papel, é futuro

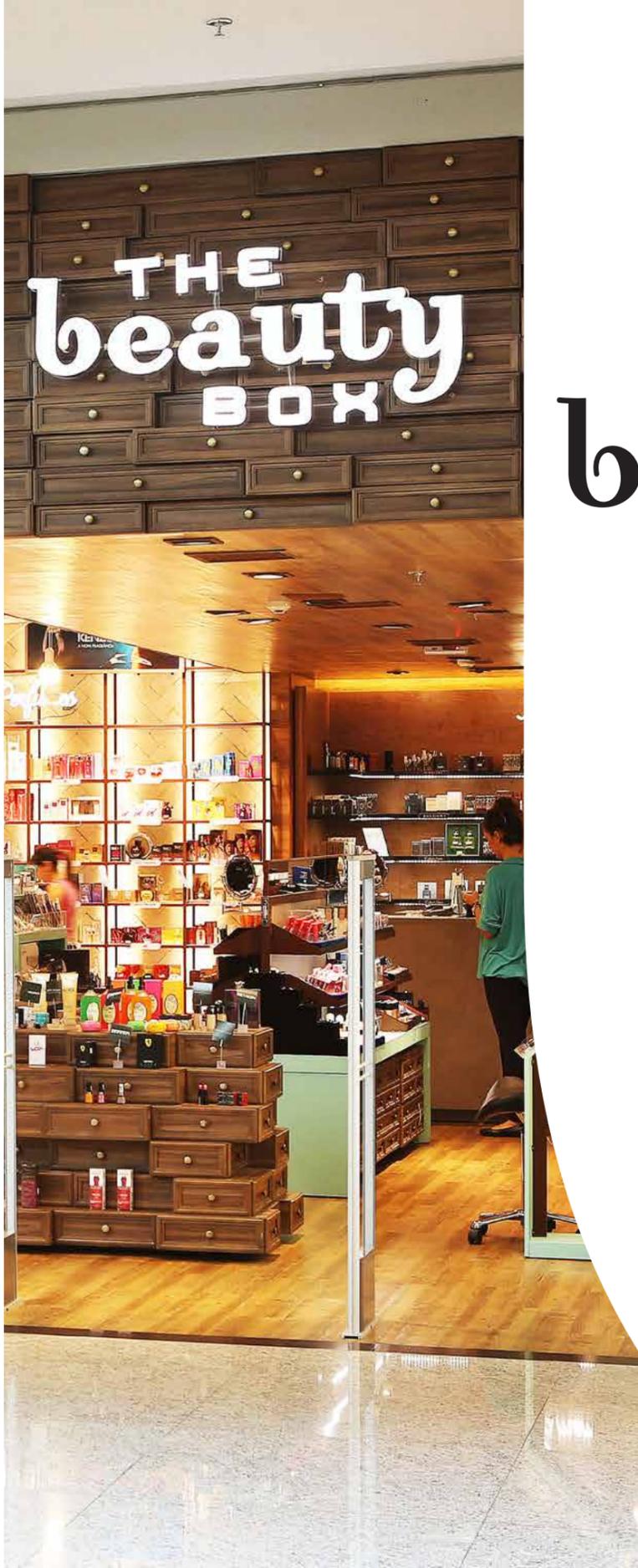
## ÍNDICE GRI

Tabela

Anexos

Carta de assegução

Créditos



# THE beauty BOX

No ano de 2016, The Beauty Box somou, multiplicou e cresceu em vários sentidos! Para começar, inauguramos 15 novas lojas, totalizando 52, e já estamos presentes em sete estados brasileiros, o que já nos posiciona como a maior rede de cosméticos multimarcas do Brasil. Além disso, expandimos para 158 novos pontos de farmácias com nossos produtinhos, aumentando presença e encantando mais consumidores.

Nosso *e-commerce* trocou de visual, passou por melhorias e, hoje, atende os clientes mais conectados, que compram em todos os canais.

Também desenvolvemos grandes ações de sustentabilidade que têm tudo a ver com a nossa marca: o Sustenta + Beauty surpreendeu com o resultado de mais de 3 milhões de pessoas impactadas, 33 mil cadastros e 13 mil embalagens recicladas que foram trocadas por um novo produto.

Não podemos esquecer das nossas Beauty Bloggers: elegemos três consumidoras, entre 5 mil inscritas, para serem as influenciadoras da marca, por um ano, com muita curadoria e conteúdos exclusivos.

E por falar em consumidor... fechamos o ano em sintonia com ele: lançamos o Clube da Beauty, programa de fidelidade que reforça a importância de estarmos próximos do nosso cliente, conhecendo suas necessidades e hábitos de consumo.

## INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo

O Boticário

quem disse, berenice?

The Beauty Box

Eudora

Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza

Instituto Grupo Boticário

Mensagem do fundador

Mensagem do CEO

## SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

## RESULTADOS

Fornecedores

Ecoeficiência

Ponto de venda

Logística reversa

## PRODUTO

Matéria-prima e embalagem

Menos impacto, mais segurança

Produtos mais sustentáveis

## SOCIEDADE

Investimento social

Hora das mulheres. E dos homens também

Não é só papel, é futuro

## ÍNDICE GRI

Tabela

Anexos

Carta de assegução

Créditos

A sensualidade, força e feminilidade tão marcantes de Eudora ganharam novos endereços em 2016. Abrimos 15 novos pontos no Brasil, entre Espaços da Representante – lojas exclusivas para quem comercializa produtos da marca – e Quiosques para consumidores finais. Com isso, somamos 27 Espaços da Representante, 16 Quiosques e 1 Loja Conceito. Para nós, as mulheres que vendem ou consomem Eudora possuem um poder realizador infinito e a marca se apresenta como parceira nesta jornada, encorajando-as a unirem beleza e atitude para que se sintam poderosas e realizem o que quiserem.



**E**  
eudora

INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo  
O Boticário  
quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

RESULTADOS

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

PRODUTO

Matéria-prima e embalagem  
Menos impacto, mais segurança  
Produtos mais sustentáveis

SOCIEDADE

Investimento social  
Hora das mulheres. E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

ÍNDICE GRI

Tabela Anexos  
Carta de asseguarção  
Créditos

# FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO DE PROTEÇÃO À NATUREZA

Em 1990, formalizamos um compromisso com o meio ambiente: protegê-lo e garantir um futuro mais sustentável a todos. Hoje somos uma das principais financiadoras de projetos ambientais do Brasil e promovemos melhorias em políticas públicas nacionais e internacionais. Trabalhando em rede e fomentando estudos sobre biodiversidade, catalogamos mais de 140 novas espécies na fauna e flora brasileira. Algumas até foram batizadas com o nosso nome, como a rã *Megaelosia boticariana*, descoberta na Serra da Mantiqueira (SP), em 1994.



Saimiri ou macaco-esquilo

## INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo

O Boticário

quem disse, berenice?

The Beauty Box

Eudora

Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza

Instituto Grupo Boticário

Mensagem do fundador

Mensagem do CEO

## SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

## RESULTADOS

Fornecedores

Ecoeficiência

Ponto de venda

Logística reversa

## PRODUTO

Matéria-prima e embalagem

Menos impacto, mais segurança

Produtos mais sustentáveis

## SOCIEDADE

Investimento social

Hora das mulheres. E dos homens também

Não é só papel, é futuro

## ÍNDICE GRI

Tabela

Anexos

Carta de asseguaração

Créditos



# INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO

O Instituto Grupo Boticário promove a disseminação da educação e da cultura por meio de experiências que ampliam a visão de mundo, valorizam as relações com as pessoas e engrandecem seus repertórios. Além do Teatro de Bonecos Dr. Botica, ele cuida da Exposição Histórias Grupo Boticário, ambos em Curitiba.

A atuação do Instituto Grupo Boticário, porém, não se limita à Terra das Araucárias. Tem também o Espaço do Olfato em São Paulo e a Estação Natureza Pantanal em Corumbá (MS). O Conexão Estação Natureza, itinerante, já passou por mais de 20 cidades.

Por acreditarmos que a arte nos transforma e nos conecta com a verdadeira essência da beleza, o Instituto é quem está por trás de O Boticário na Dança, programa de patrocínios a projetos culturais voltados à dança, e também é responsável pela gestão dos recursos incentivados do Grupo Boticário.

INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo  
O Boticário  
quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

RESULTADOS

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

PRODUTO

Matéria-prima e embalagem  
Menos impacto, mais segurança  
Produtos mais sustentáveis

SOCIEDADE

Investimento social  
Hora das mulheres. E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

ÍNDICE GRI

Tabela  
Anexos  
Carta de asseguuração  
Créditos

# MENSAGEM DO FUNDADOR

Acreditar num futuro melhor é, antes de tudo, acreditar no ser humano. É acreditar que a transformação começa em nós, com o que sonhamos hoje e com o que fazemos para realizar esses sonhos, com o que inspiramos os outros a fazerem. Desde o início da nossa história, com as primeiras franquias de O Boticário, incentivamos as pessoas a transformarem suas vidas com o empreendedorismo. Durante décadas, crescemos muito e muitos cresceram conosco. Nós nos conectamos a pessoas e a empresas igualmente preocupadas com a sociedade e que valorizam o poder transformador que cada ser humano e toda organização têm.

Nas iniciativas que promovemos ou apoiamos, os nossos valores e as nossas crenças se materializam. Entramos de cabeça e com o coração em oportunidades que garantam transformações positivas em nossos produtos, operações, canais de venda e cadeia de valor. Esse é o nosso jeito de ser, e isso também é sustentabilidade.

É realizador ver o quanto pudemos contribuir para o desenvolvimento do país e o quanto nosso engajamento no tema tem gerado reflexões de toda a sociedade. Mais realizador ainda, é saber que temos uma legião de colaboradores, franqueados, consultoras de vendas, fornecedores e consumidores ao nosso lado nesse caminho e que, cada vez mais, estão atentos a questões relevantes como equidade de gênero, logística reversa, ecoeficiência e mudanças climáticas.

Neste relatório, reunimos nossas entregas de sustentabilidade em 2016, que, certamente, em muito contribuíram para a jornada de transformação que queremos ver no mundo. Agradeço a todas as pessoas que compartilham conosco a responsabilidade e a nobre missão de tornar o mundo um lugar melhor.

O MUNDO QUE A GENTE QUER, A GENTE É QUEM FAZ



Miguel Kringsner

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

INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo  
O Boticário  
quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

RESULTADOS

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

PRODUTO

Matéria-prima e embalagem  
Menos impacto, mais segurança  
Produtos mais sustentáveis

SOCIEDADE

Investimento social  
Hora das mulheres. E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

ÍNDICE GRI

Tabela  
Anexos  
Carta de asseguarção  
Créditos



ORGULHO  
DO PRESENTE,  
INSPIRAÇÃO  
PARA O FUTURO

# MENSAGEM DO CEO

O momento de compilar os resultados anuais de sustentabilidade é uma fonte de orgulho e inspiração para mim. Orgulho porque vemos o quanto conseguimos transformar a realidade ao nosso redor para que seja, de alguma forma, cada vez mais sustentável. E inspiração, pois, conforme os anos passam, vejo o grupo dos nossos parceiros nessa jornada se tornar cada vez maior.

Em 2016, o contexto econômico e político do Brasil tornou tudo ainda mais desafiador, exigindo que empresas e profissionais se reinventassem para superar as previsões pessimistas. Graças ao nosso perfil empreendedor, já nos reinventamos por natureza e, assim, buscamos melhorar cada aspecto da nossa operação para que seja cada vez mais transformadora. Quanto à sustentabilidade, sempre enxergamos a inovação como um fator essencial e você verá que, em 2016, adotamos novas tecnologias para garantir que embalagens e produtos gerem o menor impacto ambiental.

Foi um período em que reforçamos nossa vocação vanguardista. Muito do que pesquisas internacionais apontam como tendências de sustentabilidade são práticas cada vez mais

comuns para o Grupo Boticário. Logística reversa, ecoeficiência, métodos alternativos a testes em animais, certificações e tantas outras iniciativas já constam em nosso portfólio e em nossas atitudes. Nós realmente fazemos o futuro hoje, sem deixar para depois.

Também foi um ano de conquistas, pois ideias que antes eram projetos-piloto ganharam escala e mostraram os primeiros resultados. Iniciativas em desenvolvimento e fabricação tiveram reconhecimentos nacionais e internacionais, e nossas práticas de sustentabilidade inspiraram fornecedores, que receberam certificações importantes. Sem contar o grande salto na discussão pública sobre equidade de gênero que promovemos com o documentário *Precisamos falar com os homens?*.

Eu o convido a ler esta edição do nosso Relatório de Sustentabilidade para compartilhar conosco o sentimento de otimismo e esperança em relação ao que estamos fazendo hoje para termos um futuro mais sustentável.

Artur Grynbaum

Presidente  
do Grupo Boticário

## INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo  
O Boticário  
quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

## SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

## RESULTADOS

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

## PRODUTO

Matéria-prima e embalagem  
Menos impacto, mais segurança  
Produtos mais sustentáveis

## SOCIEDADE

Investimento social  
Hora das mulheres. E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

## ÍNDICE GRI

Tabela  
Anexos  
Carta de asseguarção  
Créditos

# SUSTENTABILIDADE

a maquiagem acabou?

é só trazer a embalagem que vem com o produto para reciclar ;)

## INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo  
O Boticário  
quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

## SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

## RESULTADOS

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

## PRODUTO

Matéria-prima e embalagem  
Menos impacto, mais segurança  
Produtos mais sustentáveis

## SOCIEDADE

Investimento social  
Hora das mulheres. E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

## ÍNDICE GRI

Tabela  
Anexos  
Carta de asseguarção  
Créditos

# TENDÊNCIAS JÁ SÃO REALIDADE PARA NÓS

Trabalhamos com beleza e, para nós, isso significa construirmos hoje um futuro mais sustentável. Esse desejo nos mobiliza desde o início da nossa história, em 1977. De lá para cá, as melhores práticas permeiam nossas crenças e atitudes, pois entendemos que agir em prol da beleza não é somente buscar ter produtos ou linhas sustentáveis, mas manter toda a nossa operação alinhada aos princípios desse conceito.

Em 2012, evoluímos com nossa estratégia, integrando a sustentabilidade com o modelo de negócios, identificando os desafios de longo prazo para o Grupo e suas unidades de negócios. Nos concentramos em três frentes de atuação: Matérias-Primas e Embalagens (ciclo de vida dos produtos e logística reversa); Ecoeficiência (produção e cadeia de valor) e Canais de Venda (pontos de venda e revendedores), além de um olhar transversal que permeia nossa cadeia de valor.

Tivemos muitas conquistas desde que fortalecemos nossa estratégia de sustentabilidade. Tanto fizemos, tanto construímos e tanto transformamos que, em 2016, celebramos a maturidade do nosso jeito de ser sustentável e promovemos hoje iniciativas que antes eram vistas como futuro distante.

Olhando para o passado, sabemos que contribuimos bastante para a inclusão e o desenvolvimento do tema no jeito de empreender. E, olhando para o futuro, analisando as tendências globais quanto à sustentabilidade, confirmamos que não só estamos no caminho certo, como também estamos passos à frente, liderando uma jornada sem volta!



ACREDITAMOS QUE, TRABALHANDO COM NOSSA CADEIA DE VALOR, NOSSA VISÃO DE SUSTENTABILIDADE SE MULTIPLICA. POR ISSO, EXECUTAMOS UMA GESTÃO SUSTENTÁVEL DO INÍCIO AO FIM DA NOSSA OPERAÇÃO, ENVOLVENDO FORNECEDORES, FRANQUEADOS, CONSUMIDORES E SOCIEDADE.

“Nosso desejo de transformar a sociedade com um novo jeito de fazer negócio vem se concretizando, pois conseguimos implementar iniciativas cada vez mais relevantes, com propósito cada vez maior para beneficiar toda a sociedade. O desafio para os próximos anos é acelerar nossa capacidade de resposta, assumindo uma postura mais ousada e corajosa para acompanhar as mudanças rápidas que o mercado e a sociedade pedem.”

Malu Nunes  
Gerente de Sustentabilidade do Grupo Boticário

Temos atitude para transformar o mundo

O Boticário

quem disse, berenice?

The Beauty Box

Eudora

Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza

Instituto Grupo Boticário

Mensagem do fundador

Mensagem do CEO

Fornecedores

Ecoeficiência

Ponto de venda

Logística reversa

Matéria-prima e embalagem

Menos impacto, mais segurança

Produtos mais sustentáveis

Investimento social

Hora das mulheres. E dos homens também

Não é só papel, é futuro

Tabela

Anexos

Carta de asseguarção

Créditos

INSTITUCIONAL

SUSTENTABILIDADE

RESULTADOS

PRODUTO

SOCIEDADE

ÍNDICE GRI

Anualmente, vamos a campo ouvir colaboradores, franqueados, consultoras de vendas, fornecedores, consumidores, associações de classe e outros formadores de opinião para acompanhar a imagem do Grupo Boticário em relação à nossa atuação em sustentabilidade. Esse processo é parte da Pesquisa de Materialidade, requisito da metodologia *Global Reporting Initiative* (GRI) que praticamos desde 2011.

O estudo de 2016 mostrou uma evolução significativa sobre como somos percebidos nesse cenário: 71% dos entrevistados avaliam as práticas de sustentabilidade do Grupo Boticário como boas ou ótimas, e 60% conhecem nossas iniciativas de recolhimento e reciclagem de embalagens. Entre o público interno, 93% dos colaboradores afirmam que a atuação do Grupo Boticário em sustentabilidade e a preocupação com questões sociais e ambientais em seu negócio contribuem muito para aumentar o seu orgulho em trabalhar na empresa.

Com os consumidores, a reputação em sustentabilidade é um influenciador de decisão que se destaca, pois 70,3% deles afirmam levar em consideração ações sustentáveis da marca ao comprar cosméticos.

A conclusão é que a percepção da sociedade é igual à nossa: o Grupo Boticário não se limita a atender os requisitos indispensáveis a uma empresa sustentável. Estamos na vanguarda na maioria dos temas considerados materiais pelo grupo e nossos stakeholders.\*

\*Essa é a linha que orienta o conceito editorial desse relatório. Neste ano, escolhemos focar fortemente os temas materiais para que o leitor saiba o que fazemos de diferente, entendendo que ele já compreende que as questões básicas foram, ao longo dos anos, consistentemente cumpridas e relatadas.

COMO NOSSOS PÚBLICOS AVALIAM AS PRÁTICAS DE SUSTENTABILIDADE DO GRUPO BOTICÁRIO:



**71%**  
consideram  
boas ou ótimas

**60%**  
sabem que temos  
recolhimento  
de embalagem  
pós-consumo

Geram mais  
orgulho em  
**93%**  
dos colaboradores

É assim, olhando para o futuro e agindo no presente, que praticamos nossa visão de sustentabilidade. Não estamos sozinhos, pois colaboradores, franqueados, fornecedores, consumidores e muitas instituições acreditam no mesmo futuro que nós e participam da transformação por meio da beleza. O resultado desse movimento você confere neste relatório.

E falando em transformação por meio da beleza, no ano passado, trabalhamos ainda mais para promover a inclusão das pessoas com deficiência em nossas marcas. O resultado? Campanhas acessíveis que trazem legendas, tradução em Libras e audiodescrição. É um movimento que, certamente, continuará nos próximos anos.



# INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo  
O Boticário quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

# SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

# RESULTADOS

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

# PRODUTO

Matéria-prima e embalagem  
Menos impacto, mais segurança  
Produtos mais sustentáveis

# SOCIEDADE

Investimento social  
Hora das mulheres. E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

# ÍNDICE GRI

Tabela  
Anexos  
Carta de asseguarção  
Créditos



# RESULTADOS

INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo  
O Boticário  
quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

RESULTADOS

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

PRODUTO

Matéria-prima e embalagem  
Menos impacto, mais segurança  
Produtos mais sustentáveis

SOCIEDADE

Investimento social  
Hora das mulheres. E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

ÍNDICE GRI

Tabela Anexos  
Carta de asseguarção  
Créditos

fornece  
dores

## Parceria em rede colaborativa

Assumimos o compromisso de desenvolver o mercado fortalecendo a visão de sustentabilidade no jeito de fazer negócios. Esse trabalho começa com o engajamento dos nossos fornecedores, logo no início da cadeia de valor. São cerca de cinco mil parceiros que, direta ou indiretamente, participam de iniciativas para viabilizar e promover a troca de conhecimento sobre o tema.

Uma dessas iniciativas é o Programas de Avaliação e Desenvolvimento de Fornecedores (PADF). Com o PADF, presente em nossa rotina desde 1997, as empresas parceiras são avaliadas sobre aspectos que dizem respeito ao negócio, e sustentabilidade é um fator importante para a composição da nota final.

Nessa iniciativa, elas recebem orientações especializadas e direcionadas sobre como evoluir em indicadores, especialmente aqueles avaliados com baixa pontuação, de acordo com nossos indicadores. Por outro lado, os fornecedores com os melhores desempenho e consistência histórica de atuação nos temas são reconhecidos pelo Grupo Boticário no Prêmio Destaque em Sustentabilidade. Em 2016, os escolhidos foram:

**BASF**  
Considerada uma das empresas líderes na indústria química, presente em mais de 90 países e mais de 110 mil colaboradores em todo o mundo. Atua há mais de 150 anos apresentando soluções tecnológicas e sustentáveis, que nos ajudam a possibilitar e melhorar o que fazemos através da transformação da química.

**SYMRISE**  
Reconhecida como uma das grandes empresas mundiais no mercado de fragrâncias, sabores, ingredientes ativos e produtos químicos aromáticos. Combina conhecimento das necessidades dos consumidores com criatividade, excelência e sustentabilidade.

**TRANSPORTADORA FEDEX**  
Parceira do Grupo Boticário desde 2001, realiza entregas nas regiões Nordeste e Centro Oeste. Com 47 filiais e mais de 3.000 motoristas. Em 2016 realizou mais de 215 mil entregas em nossas centrais de serviço, representantes e franqueados.

Com a **Oficina de Sustentabilidade**, garantimos um momento dedicado exclusivamente à promoção de boas práticas e ao fortalecimento do tema no dia a dia operacional e de gestão. Em 2016, a edição do evento reuniu, em Curitiba (PR), representantes dos 40 fornecedores diretos relevantes e estratégicos. Foi um momento para colocarmos todos na mesma página sobre o que já foi realizado, além de anunciar o que virá em 2017. Se os convidados gostaram dessa iniciativa? A resposta é sim, já que o nível de satisfação com o evento ficou em 94%, o que nos deixa muito orgulhosos.

A pesquisa pós-evento também revelou que 97% dos nossos parceiros têm interesse em se desenvolver no tema sustentabilidade, em especial buscando inovação em matérias-primas, produtos, serviços e/ou práticas mais sustentáveis.

Equipe Grupo Boticário e participantes da oficina de sustentabilidade 2017



# OFICINA DE SUSTENTABILIDADE

INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo  
O Boticário  
quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

RESULTADOS

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

PRODUTO

Matéria-prima e embalagem  
Menos impacto, mais segurança  
Produtos mais sustentáveis

SOCIEDADE

Investimento social  
Hora das mulheres. E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

ÍNDICE GRI

Tabela Anexos  
Carta de asseguarção  
Créditos

# Programa de Parceria em Ecoeficiência

Desde 2015, engajamos os nossos parceiros para a implementação de projetos que busquem a redução do consumo de água, energia, emissões de gases de efeito estufa e a geração de resíduos em suas operações.

Prestamos consultoria técnica gratuita para fornecedores e nossa equipe de engenharia e sustentabilidade identifica pontos de melhorias em ecoeficiência. O único pedido é que, em contrapartida, os fornecedores se comprometam a executar os planos parcialmente ou integralmente e fazer um acompanhamento trimestral.

EMPRESAS QUE PARTICIPAM DO PROGRAMA DE PARCERIA EM ECOEFICIÊNCIA:

- BOX PRINT
- WHEATON
- LECLAIR
- FABER CASTELL SÃO CARLOS
- FABER CASTELL PRATA
- C-PACK
- APTAR CAJAMAR
- APTAR MARINGÁ
- ANTILHAS
- IMPACTA



Redução de **9.098 MWh**

Suficiente para o consumo da residência de quase todos os 7 mil colaboradores do Grupo Boticário.



Redução de **41.000Kg** de CO<sup>2</sup>/ano



Equivalente a **15** viagens de carro entre Camaçari (BA) e São José dos Pinhais (PR)

EM 2016, DEZ EMPRESAS PARTICIPARAM DO PROGRAMA E OS RESULTADOS FORAM SIGNIFICATIVOS:

As iniciativas estabelecidas junto aos fornecedores trouxeram credibilidade e reconhecimento do mercado. Em 2016, nossa organização foi convidada para ser painalista do fórum sobre compras sustentáveis promovido pela Organização das Nações Unidas, em Cancún, no México.

O Grupo Boticário também marcou presença em outro evento relevante, o II Global Forum on Sustainable Procurement, no Rio de Janeiro (RJ), que abordou de forma prática a aplicação das diretrizes da ISO 20.400, norma estabelecida em 2016 para orientar a indústria a fazer compras mais sustentáveis.

A participação nesses dois encontros demonstra nossa atitude em dar visibilidade e colocar a sustentabilidade como um assunto cada vez mais próximo das pessoas, empresas e entidades.

INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo  
O Boticário  
quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

RESULTADOS

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

PRODUTO

Matéria-prima e embalagem  
Menos impacto, mais segurança  
Produtos mais sustentáveis

SOCIEDADE

Investimento social  
Hora das mulheres. E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

ÍNDICE GRI

Tabela  
Anexos  
Carta de asseguarção  
Créditos

## Sala de aula

Quem trabalha na área de suprimentos sabe que as negociações devem ser baseadas em prazo, qualidade e preço. Mas, aqui no Grupo Boticário, como já demonstramos, existe uma quarta variável: a sustentabilidade.

Em 2016, fortalecemos essa visão ao incluirmos um módulo específico sobre o assunto no MBA de Suprimentos, curso *in company* desenvolvido em parceria com a Fundação Getúlio Vargas (FGV). Foram capacitados 90 colaboradores que avaliaram de forma muito positiva o conteúdo apresentado (registramos 94% de satisfação).

**94%**   
**de satisfação com conteúdo do MBA de Suprimentos**

## Sustentabilidade sobre rodas

É na malha rodoviária que está uma das nossas grandes preocupações, pois os caminhões emitem quantidades significativas de gases de efeito estufa.

Pensando em minimizar isso, monitoramos, desde 2009, as emissões das frotas utilizadas em nossa cadeia logística. Identificamos oportunidades de melhorias e, claro, colocamos a mão na massa, e passamos a usar o kit bicombustível. Com uma adaptação de motor, os veículos do grupo passaram a funcionar também com gás natural, opção menos prejudicial ao meio ambiente, diminuindo a necessidade de utilizar o diesel como combustível.

O projeto-piloto foi aplicado em 2015 e a ideia ganhou escala no ano passado, trazendo resultados superpositivos. Ainda na frota das transportadoras, além da otimização das rotas e percursos, identificamos que um reaproveitamento de espaço nas caçambas poderia diminuir a necessidade de horas a mais na estrada. Dito e feito: com o aproveitamento vertical da carga, otimizamos 45% do espaço que antes circulava vazio pelas estradas. Essas e outras práticas contribuíram para a redução em 19,6% da emissão de gases de efeito estufa nas frotas em 2016, com relação a 2015.



**-19,6%**  
**de emissão de gases do efeito estufa em nossas frotas**

INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo  
O Boticário quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

RESULTADOS

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

PRODUTO

Matéria-prima e embalagem  
Menos impacto, mais segurança  
Produtos mais sustentáveis

SOCIEDADE

Investimento social  
Hora das mulheres. E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

ÍNDICE GRI

Tabela Anexos  
Carta de asseguarção  
Créditos



AS MELHORIAS NÃO PARAM. PARAR POR QUÊ?

## Energia: consciência acesa, desperdício apagado

Imagine garantir que parte da energia utilizada em nossas operações em São José dos Pinhais (PR) e Registro (SP) seja renovável. Esse cenário virou realidade em 2016, quando migramos para o mercado livre de energia e diminuimos a utilização de combustível fóssil (óleo diesel) para geração de energia elétrica. Os resultados dessa novidade foram a economia financeira e a redução do indicador de emissão de gases de efeito estufa em 53% em Registro e 19% em São José dos Pinhais.

O mercado livre de energia elétrica é um meio pelo qual o consumidor pode escolher livremente seus fornecedores de energia. Dessa forma, consumidores e fornecedores negociam as condições de contratação e a fonte de geração da energia. Em nosso caso, negociamos para que 50% da energia comprada seja produzida a partir de fontes alternativas renováveis.

Na unidade de São José dos Pinhais, a adoção de lâmpadas de LED nas áreas de envase, refeitório, logística, manutenção, docas e oficinas garantiu uma economia superior a 250 mil kwh/hora.

Mas não é só no Paraná que a economia acontece. Nossa fábrica em Camaçari (BA) é equipada com lâmpadas fluorescentes e o indicador de consumo de energia elétrica de 2016 diminuiu 44% em relação a 2015. O Centro de Distribuição que temos em São Gonçalo dos Campos, no mesmo estado, continuou fazendo bonito e garantiu a redução de 12% do indicador de consumo de energia elétrica se comparado a 2015.

INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo  
O Boticário  
quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

RESULTADOS

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

PRODUTO

Matéria-prima e embalagem  
Menos impacto, mais segurança  
Produtos mais sustentáveis

SOCIEDADE

Investimento social  
Hora das mulheres. E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

ÍNDICE GRI

Tabela  
Anexos  
Carta de asseguarção  
Créditos

# CONSUMO DE ENERGIA dentro do Grupo Boticário

Tipo	Local	Unidade	Consumo 2016
GLP	São José dos Pinhais - PR	GJ	496
	Registro - SP	GJ	286
	Camaçari - BA	GJ	*
	São Gonçalo dos Campos - BA	GJ	**
Diesel	São José dos Pinhais - PR	GJ	876
	Registro - SP	GJ	1.725
Gasolina	São Gonçalo dos Campos - BA	GJ	2.692
	Todas as unidades do Grupo	-	***
Gás Natural	São José dos Pinhais - PR	GJ	25.071
	Camaçari - BA	GJ	16.989
Etanol	Todas as unidades do Grupo.	-	***
Biodiesel	Todas as unidades do Grupo.	-	***
	São José dos Pinhais - PR	GJ	57.778
	Registro - SP	GJ	10.021
	São Gonçalo dos Campos - BA	GJ	9.360
	Camaçari - BA	GJ	42.448
	Aerofarma - Curitiba - PR	GJ	515
	Corporate Jardim Botânico Curitiba - PR	GJ	2.587
	Instituto/Fundação - Curitiba - PR	GJ	329
	Prédio SP	GJ	1.250

\*Não há consumo.  
\*\*Não houve reporte pelo fornecedor  
\*\*\*Não há consumo em nenhuma unidade do grupo.

OBS:

GLP

Dados de consumo obtidos nas NFs das compra do gás. Poder Calorífico = 0,04644TJ/Ton

ÓLEO DIESEL

Dados de consumo obtidos nas NFs de compra de óleo.

Densidade óleo diesel puro = 0,85Ton/M³.

Poder Calorífico = 0,04226TJ/Ton

GÁS NATURAL

Densidade= 0,00074 Ton/M³

Poder Calorífico = 0,03682TJ/Ton

ENERGIA ELÉTRICA

Leitura de faturas da concessionária de energia elétrica (Registro, Aerofarma, Instituto/Fundação , CJB e prédio SP) ou leitura trafos de energia (Fábrica SJP, CD SGC, CAM).

1KWh = 0.0036 Gigajoule [GJ]

## Q QUE É TENDÊNCIA

Segundo estudo da Bloomberg New Energy Finance, o mundo viverá uma rápida transição para energia limpa ao longo dos próximos 25 anos.

## O QUE A GENTE JÁ FAZ

Em 2016, migramos para o mercado livre de energia e, nos sites de São José dos Pinhais (PR) e Registro (SP), 50% do consumo já é de energia limpa, sem uso de combustível fóssil.

INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo  
O Boticário  
quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

RESULTADOS

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

PRODUTO

Matéria-prima e embalagem  
Menos impacto, mais segurança  
Produtos mais sustentáveis

SOCIEDADE

Investimento social  
Hora das mulheres. E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

ÍNDICE GRI

Tabela Anexos  
Carta de asseguração  
Créditos

## Água: uso, reúso, multiuso

Atualmente, temos 21% do total de água utilizada em São José dos Pinhais (PR) e 31% em Camaçari (BA) provenientes de iniciativas de reúso. E 2016 foi um ano importante para atingirmos esses percentuais.

Em São José dos Pinhais, por exemplo, nossas torres de resfriamento utilizavam 70% da água de reúso. Apesar de ser um bom indicador, fomos atrás da eficiência total e encontramos em Israel uma tecnologia para garantir 100% de água de reúso nas torres de resfriamento.

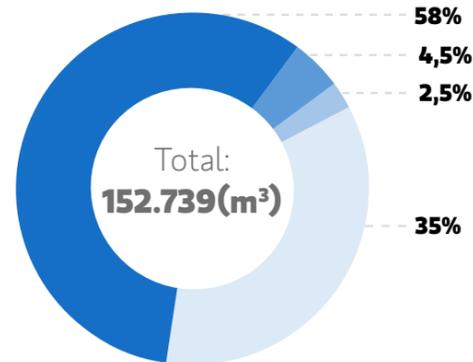


### São José dos Pinhais

**21%**  
de toda água usada vem de reúso

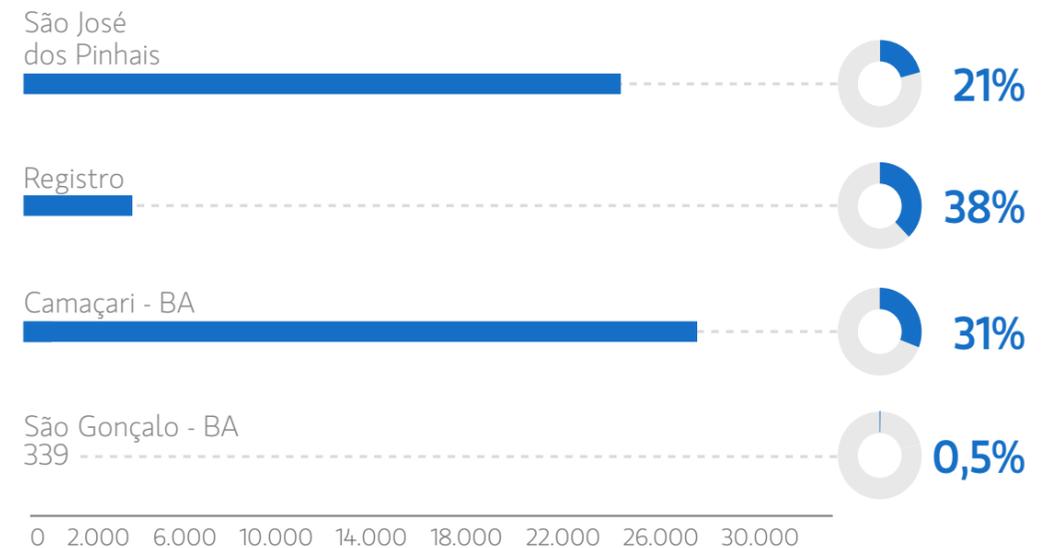
**100%**  
de emprego da água de reúso na torre de resfriamento

## TOTAL de água retirada por fonte



- Planta SJP (m³)
- Planta CAM (m³)
- CD Registro (Poço) (m³)
- CD São Gonçalo dos Campos

## VOLUME TOTAL (m³) e percentual de água reciclada e reutilizada



## INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo  
O Boticário  
quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

## SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

## RESULTADOS

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

## PRODUTO

Matéria-prima e embalagem  
Menos impacto, mais segurança  
Produtos mais sustentáveis

## SOCIEDADE

Investimento social  
Hora das mulheres. E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

## ÍNDICE GRI

Tabela  
Anexos  
Carta de asseguarção  
Créditos

O UET, nome do equipamento utilizado, foi colocado em prática num projeto-piloto em 2016, na fábrica de maquiagem. Monitoramos o funcionamento durante quatro meses e, em novembro, constatamos que estávamos diante do que tanto procurávamos! Agora, queremos adotar massivamente o UET para, até 2018, termos todas as torres funcionando com 100% de água de reúso.

Além de buscar soluções mundo afora para o uso racional de recursos, valorizamos as ideias que surgem dentro de casa. E são várias! Um exemplo vem da fábrica de cremes, em São José dos Pinhais (PR), e envolveu 45 colaboradores. Eles identificaram oportunidades de melhoria, como controlar a vazão de água no momento de parar e ajustar a máquina de envase. O resultado? Essa foi uma das iniciativas que contribuiu para que o indicador de consumo diminuísse 17% em comparação a 2015.

## O QUE É TENDÊNCIA

Em 2016, Carbon Disclosure Program (CDP) coletou informações com mais de 600 companhias globais sobre gestão de água e descobriu que 54% delas estabeleceram metas e objetivos relacionados à água. Isso revela que a gestão sustentável desse recurso tem despertado cada vez mais o interesse do setor privado.

## O QUE A GENTE JÁ FAZ

A redução do consumo de água faz parte da nossa rotina desde 2006. De lá para cá, vários projetos foram implementados e, em 2016, o destaque foi a torre de resfriamento do site de São José dos Pinhais (PR), que hoje funciona com 100% de água proveniente de reúso.

INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo  
O Boticário  
quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

RESULTADOS

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

PRODUTO

Matéria-prima e embalagem  
Menos impacto, mais segurança  
Produtos mais sustentáveis

SOCIEDADE

Investimento social  
Hora das mulheres. E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

ÍNDICE GRI

Tabela  
Anexos  
Carta de asseguarção  
Créditos

## Gases de efeito estufa: cuidado permanente

Além do intenso esforço para reduzir a emissão de gases de efeito estufa no transporte entre nossas fábricas e os pontos vendas, apresentados no tópico Sustentabilidade sobre rodas, adotamos iniciativas em nossa operação industrial.

É o caso do inventário anual informando as emissões de Gases de Efeito Estufa (GEEs), documento que, em 2016, revelou bons resultados. Em Camaçari (BA), o indicador relativo de emissão caiu 46% em relação a 2015 e, em São Gonçalo (BA), 48%. Em São José dos Pinhais (PR) e Registro (SP), a migração para o mercado livre de energia fez com que reduzíssemos o indicador de emissão em relação a 2015. Em Registro, por exemplo, a queda foi de 53%.

Nosso interesse é tanto nesse assunto, que somos cofundadores do Programa Brasileiro *Green House Gas Protocol* (GHG Protocol), desdobramento da iniciativa internacional lançada em 1998 para contabilizar e gerenciar as emissões de gases de efeito estufa no planeta.

Desde então, disponibilizamos anualmente nosso inventário de emissões no Registro Público de Emissões e, em 2016, passamos a fazer parte também do Registro Público do Estado do Paraná, pelo qual fomos agraciados com o Selo Clima Paraná, categoria Prata



**Derrubamos nossas emissões**

**53%**  
Registro (SP)

**48%**  
São Gonçalo (BA)

**46%**  
Camaçari (BA)

INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo  
O Boticário  
quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

RESULTADOS

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

PRODUTO

Matéria-prima e embalagem  
Menos impacto, mais segurança  
Produtos mais sustentáveis

SOCIEDADE

Investimento social  
Hora das mulheres. E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

ÍNDICE GRI

Tabela Anexos  
Carta de asseguarção  
Créditos



## Resíduos sólidos: eles valem ouro

Atualmente, 94% de todos os resíduos gerados em nossa operação em São José dos Pinhais (PR) e Camaçari (BA) são destinados à reciclagem. Por exemplo: os tambores em que recebemos matérias-primas são higienizados e devolvidos ao mercado. O álcool residual da produção de perfumes é encaminhado para a indústria de tintas e é utilizado como solvente.

Mais exemplos? Os resíduos industriais com alto poder de queima, como óleos e borrachas, vão para empresas que produzem cimento. Com essas e outras iniciativas, garantimos que apenas 6% do resíduo gerado por nós seja destinado a aterros sanitários. E, muito em breve, esse percentual será nulo. Estamos trabalhando para isso.



**São José dos Pinhais e Camaçari**

**94%**  
de resíduos para **reciclagem**

## PESO TOTAL de resíduos, por tipo e método de disposição

Tipo	SJP	Camaçari	São Gonçalo dos Campos	Registro
Não Perigosos (t)	1.881,95	160,20	274,00	942,9
Reutilização	611,63	0	0	582,80
Reciclagem	1.103,26	0	274,00	337,62
Coprocessamento	0	0	0	0
Aterro Industrial	167,06	160,20	0	22
Incineração	0	0	0	0
Perigosos (t)	583,13	6.203,30	0,8	0
Reutilização	0,8	0	0	0
Reciclagem	184,3	6153,4	0,8	0
Coprocessamento	396,85	49,90	0	0
Aterro Industrial	0,83	0	0	0
Incineração	0,35	0	0	0
Indicador (t/10 <sup>6</sup> unidades produzidas ou expedidas)	15,5	23,9	*Considerados no indicador de Camaçari	5,2



## INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo  
O Boticário  
quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

## SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

## RESULTADOS

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

## PRODUTO

Matéria-prima e embalagem  
Menos impacto, mais segurança  
Produtos mais sustentáveis

## SOCIEDADE

Investimento social  
Hora das mulheres. E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

## ÍNDICE GRI

Tabela  
Anexos  
Carta de asseguarção  
Créditos

## Reconhecimentos bem-vindos

No ano passado, tivemos o orgulho de ser um dos pioneiros na obtenção da certificação internacional Lasting Initiative for Earth (LIFE), responsável por reconhecer organizações que realizam ações voluntárias e concretas para conservação do meio ambiente.

Essa certificação calcula o valor estimado de impacto à biodiversidade e projeta o desempenho mínimo em ações de conservação, comparando às iniciativas desenvolvidas pela empresa.

Para serem certificadas, as organizações devem comprovar a efetividade de suas ações/iniciativas de conservação da biodiversidade, demonstrando o desempenho de sua estratégia e desempenho em conservação através do atendimento aos princípios, qualificadores técnicos e monitoramento dos resultados de acordo com padrões de gestão exigidos. É um processo rigoroso, mas de muita importância para nós. E sabe o que é melhor nisso tudo? É que fomos a primeira indústria de cosméticos no mundo a receber esse reconhecimento!

Ainda falando em pioneirismo, nosso site de Camaçari (BA) foi o primeiro no Brasil a receber a certificação LEED para padrões construtivos. O Centro de Distribuição de São Gonçalo, ali pertinho, ganhou o mesmo reconhecimento em 2016 e se tornou o primeiro centro de distribuição do Norte e Nordeste do Brasil com essa certificação.



INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo  
O Boticário  
quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

RESULTADOS

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

PRODUTO

Matéria-prima e embalagem  
Menos impacto, mais segurança  
Produtos mais sustentáveis

SOCIEDADE

Investimento social  
Hora das mulheres. E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

ÍNDICE GRI

Tabela  
Anexos  
Carta de asseguarção  
Créditos



# ponto de venda

## Vitrine da nossa visão de sustentabilidade

Os pontos de venda são o nosso principal meio de contato com os consumidores e, por isso, têm grande importância quando falamos em sustentabilidade. Afinal, são neles que conseguimos materializar o trabalho de muita sincronia entre times em busca constante para uma operação mais sustentável. E tudo o que pensamos, falamos e fazemos se materializa ali, em produtos, mobiliário e comunicação.

Buscamos a construção de um PDV cada vez mais sustentável e, por isso, 100% dos pontos de venda devem seguir nossas diretrizes definidas com base no tripé:

**CONCEPÇÃO**  
Aspectos que devem ser observados e implementados durante o desenvolvimento dos projetos de construção do espaço.

**OPERAÇÃO**  
Práticas que devem ser seguidas no dia a dia do funcionamento dos pontos de venda.

**DESMOBILIZAÇÃO**  
Passo a passo do processo de desmobilização dos pontos de venda, para que haja a destinação correta de materiais descartados. Hoje, nesse processo, 87% dos materiais são reutilizados, 4% doados para instituições e 9% reciclados.

Um guia com diretrizes para a concepção de um ponto de venda detalha os procedimentos que devem ser seguidos em cada etapa, envolvendo seleção de materiais para construção e mobiliário, métodos de ecoeficiência, acessibilidade, reciclagem, dentre outros. Nosso objetivo é ter 100% das lojas construídas com matérias-primas certificadas e que utilizam lâmpadas eficientes como o LED para diminuir o consumo de energia elétrica.

Em 2016, inauguramos o novo conceito de loja Prisma 2.0 e aplicando as diretrizes de sustentabilidade conseguimos reduzir o impacto ambiental dos materiais para ambientação de loja em, aproximadamente, 78%. No Park Shopping Barigui, em Curitiba (PR), entregamos um quiosque de Make B, de O Boticário, que segue 100% de nossas diretrizes de sustentabilidade. Isso só foi possível porque lideramos um trabalho integrado entre a unidade de negócio e os fornecedores.



INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo  
O Boticário quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

RESULTADOS

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

PRODUTO

Matéria-prima e embalagem  
Menos impacto, mais segurança  
Produtos mais sustentáveis

SOCIEDADE

Investimento social  
Hora das mulheres. E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

ÍNDICE GRI

Tabela  
Anexos  
Carta de asseguarção  
Créditos

# TEORIA + PRÁTICA = RECONHECIMENTO

Ao aplicarmos os conceitos de sustentabilidade nos pontos de venda, vemos o quanto é possível transformar planos em realidade. E não é só a gente que vê isso: o mercado também está de olho e nos premia constantemente.

Um exemplo desse reconhecimento se deu com os displays de quem disse, berenice? em farmácias. Substituímos o acrílico das gavetas, corrediças e fixadores por MDF cru, sem que isso alterasse o conceito e a identidade visual da marca.

Essa mudança gerou uma redução de custo de 20%, além de melhorar a reciclabilidade do display, diminuindo o impacto ambiental. Essas mudanças e, conseqüentemente, as melhorias de sustentabilidade nos renderam o Troféu Ouro do Prêmio Popai 2016, reconhecimento nacional para as melhores ações e materiais de merchandising.

Outro caso é o selo LEED Platinum na categoria Retail: Commercial Interiors que recebemos numa loja de quem disse, berenice?. O espaço, no Shopping Cidade São Paulo, em São Paulo (SP), utiliza, entre outras soluções, a automação de lâmpadas e sensores para garantir eficiência energética, tem 100% do mobiliário feito com madeira certificada e 75% dos materiais de construção foram para reutilização.

Com esse projeto, somos hoje a primeira loja de cosméticos com certificação LEED no varejo brasileiro. O empreendimento se tornou uma referência tão especial que esteve no roteiro de visita técnica do Greenbuilding 2016, evento que reuniu representantes de várias nacionalidades para discutir modelos de construção sustentável.

## O QUE É TENDÊNCIA

Entre as tendências de varejo sustentáveis que devemos prestar atenção está a integração, cada dia mais essencial, da sustentabilidade a todos os aspectos do negócio, no marketing, no merchandising, na cadeia de mantimentos, nas formas de abastecimento, recursos humanos e muito mais.

## O QUE A GENTE JÁ FAZ

Ponto de venda de quem disse, berenice? conquistou maior certificação internacional para construções sustentáveis, LEED Platinum, na categoria varejo. Temos a loja de cosméticos mais sustentável do Brasil!



# INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo  
 O Boticário  
 quem disse, berenice?  
 The Beauty Box  
 Eudora  
 Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
 Instituto Grupo Boticário  
 Mensagem do fundador  
 Mensagem do CEO

# SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

# RESULTADOS

Fornecedores  
 Ecoeficiência  
 Ponto de venda  
 Logística reversa

# PRODUTO

Matéria-prima e embalagem  
 Menos impacto, mais segurança  
 Produtos mais sustentáveis

# SOCIEDADE

Investimento social  
 Hora das mulheres. E dos homens também  
 Não é só papel, é futuro

# ÍNDICE GRI

Tabela  
 Anexos  
 Carta de asseguaração  
 Créditos

## Eventos climáticos: informação é tudo!

Em parceria com a Fundação Getúlio Vargas, desenvolvemos um material dedicado aos nossos franqueados sobre plano de adaptação climáticas. E como chuvas intensas e alagamentos são os principais riscos no território brasileiro, começamos a abordagem por esse desafio.

O plano elaborado resultou num vídeo e numa cartilha ilustrada, ambos compartilhados com forças de vendas e operadores. Os materiais abordam os principais riscos no caso de eventos climáticos, como dificuldade de acesso, avaria de produtos, comprometimento de vendas e abastecimento etc. Assim, todos estão munidos de informação, dicas e recomendações sobre como minimizar riscos, como agir durante e após a ocorrência de um evento, a quem comunicar e buscar auxílio e, até mesmo, avaliar o quanto a loja está vulnerável ou se encontra em uma área de risco.



**Mudanças Climáticas e Biodiversidade**

Seminário "Ano Internacional da Biodiversidade - Quais os Desafios Para O Brasil", 13 e 14/07/2010

**Painel 8: Sinergia entre Mudanças Climáticas e Biodiversidade**

André Ferretti  
 Coordenador de Conservação da Biodiversidade da Fundação O Boticário  
<http://www.fundacaoboticario.org.br>  
 Coordenador do Observatório do Clima  
<http://www.oc.org.br>

**Mudanças Climáticas e Biodiversidade**

Seminário "Ano Internacional da Biodiversidade - Quais os Desafios Para O Brasil", 13 e 14/07/2010

**Painel 8: Sinergia entre Mudanças Climáticas e Biodiversidade**

André Ferretti  
 Coordenador de Conservação da Biodiversidade da Fundação O Boticário  
<http://www.fundacaoboticario.org.br>  
 Coordenador do Observatório do Clima  
<http://www.oc.org.br>

**Mudanças Climáticas e Biodiversidade**

Seminário "Ano Internacional da Biodiversidade - Quais os Desafios Para O Brasil", 13 e 14/07/2010

**Painel 8: Sinergia entre Mudanças Climáticas e Biodiversidade**

André Ferretti  
 Coordenador de Conservação da Biodiversidade da Fundação O Boticário  
<http://www.fundacaoboticario.org.br>  
 Coordenador do Observatório do Clima  
<http://www.oc.org.br>

INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo  
O Boticário  
quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

RESULTADOS

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

PRODUTO

Matéria-prima e embalagem  
Menos impacto, mais segurança  
Produtos mais sustentáveis

SOCIEDADE

Investimento social  
Hora das mulheres. E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

ÍNDICE GRI

Tabela  
Anexos  
Carta de asseguarção  
Créditos

# Logística reversa

## A rota da reciclagem

Produto criado, produzido, enviado, vendido e consumido. Acha que nosso compromisso com a sustentabilidade termina aqui? Não mesmo! Desde 2006, investimos em ações para a logística reversa por meio do Programa Reciclagem de Embalagens. Hoje, ele é o maior programa dessa natureza no Brasil em números de pontos de coletas (são quase 4 mil), envolvendo 28 mil pessoas nos bastidores dessa ação transformadora.

Os consumidores de O Boticário, *quem disse, berenice?* e The Beauty Box são a base do programa, já que são os responsáveis por retornar as embalagens aos pontos de venda. Nas duas redes, os consumidores que levarem para troca cinco embalagens vazias das marcas voltam para casa com um novo item para sua nécessaire. Na The Beauty Box, a ação vale um Produtinho da Beauty, e em quem disse, berenice? um novo batom.

Após a etapa de recolhimento, entram em ação as transportadoras e as cooperativas de materiais recicláveis, que levam e reciclam as embalagens pós-consumo de produtos de beleza, garantindo a destinação correta de nossos resíduos.

Em 2016, com o projeto já maduro, apostamos no fortalecimento da comunicação do programa junto aos consumidores e no incentivo de adesão ao programa junto aos franqueados.

Entre as formas de fortalecer a comunicação do Programa Reciclagem de Embalagens esteve a campanha Sustenta + Beauty, de The Beauty Box. Promovemos uma super ação em outubro, dando 15% de desconto em qualquer item a todos os consumidores e, aqueles que entregassem uma embalagem vazia, ganhavam um hidratante corporal Detox, lançamento da marca.

A iniciativa deu tão certo que os 33 mil cupons de troca foram esgotados em menos de uma semana. E as vendas também deram o que falar: o dia da troca – um sábado – foi uma das datas em que mais se vendeu no ano.

O movimento a favor da logística reversa também acontece com as representantes de Eudora. No ano passado, ao entregarem cinco embalagens de cosméticos para uma promotora, as revendedoras de São Paulo, Minas Gerais e Rio Grande do Norte receberam em troca um Batom Lip Deluxe Pink Vintage. Essa ação garantiu que, em 2016, quase 3 mil quilos de papel fossem recolhidos e destinados às cooperativas participantes do Programa Reciclagem de Embalagem.

Em O Boticário, a campanha Reciclagem que Transforma teve uma grande participação da rede de lojas, pois mais do que dobramos o número de franqueados que recolheram e reportaram suas coletas no sistema do Programa. Além desse incentivo, as consultoras de loja de todas as unidades de negócio receberam treinamento sobre logística reversa na Universidade da Beleza – nossa plataforma de ensino a distância – e ficaram ainda mais preparadas para utilizá-la no momento de fidelização dos clientes.

## INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo  
O Boticário  
quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

## SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

## RESULTADOS

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

## PRODUTO

Matéria-prima e embalagem  
Menos impacto, mais segurança  
Produtos mais sustentáveis

## SOCIEDADE

Investimento social  
Hora das mulheres. E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

## ÍNDICE GRI

Tabela  
Anexos  
Carta de asseguarção  
Créditos

### NOSSO PROGRAMA DE RECICLAGEM DE EMBALAGENS

### TREINAMENTO SOBRE LOGÍSTICA REVERSA NA UNIVERSIDADE DA BELEZA

### COMO FUNCIONA O PROGRAMA RECICLAGEM DE EMBALAGENS:

#### 6 passos simples:



## oBoticário Reciclagem que Transforma



**Retorna Berê**  
5 embalagens = 1 batom



**Recicla, Eudora\***  
5 embalagens = 1 batom Lip  
Deluxe Pink  
Vintage

**3 mil  
quilos de papel  
arrecadados**  
\* ação especial, em 2016



**Sustenta  
+  
Beauty\***  
1 embalagem = 1  
hidratante detox

\*ação especial, em  
outubro de 2016

## O QUE É TENDÊNCIA

Assinado no final de 2015, o Acordo Setorial de Embalagens gerou, em 2017, um relatório que aponta ações de Logística Reversa em 422 municípios de 25 Estados Brasileiros, com meta de reduzir em 22% a quantidade de embalagens pós-consumo destinadas a aterros até o fim de 2017.

## O QUE A GENTE JÁ FAZ

Em 2006, lançamos nosso Programa Reciclagem de Embalagens e, desde então, mantemos parcerias com cooperativas de materiais recicláveis. Com a logística reversa, as embalagens coletadas seguem para os catadores, que fazem a triagem e encaminham os resíduos para a reciclagem. Dessa forma, são inseridos em novos ciclos produtivos. Em 2016, 1.200 catadores foram beneficiados por essa iniciativa e têm oportunidades de profissionalização.

# oBoticário

Acredite na beleza

# PRODUTO

## INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo  
O Boticário quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

## SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

## RESULTADOS

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

## PRODUTO

Matéria-prima e embalagem  
Menos impacto, mais segurança  
Produtos mais sustentáveis

## SOCIEDADE

Investimento social  
Hora das mulheres. E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

## ÍNDICE GRI

Tabela  
Anexos  
Carta de assegução  
Créditos



INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo  
O Boticário  
quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

RESULTADOS

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

PRODUTO

**Matéria-prima e embalagem**  
Menos impacto, mais segurança  
Produtos mais sustentáveis

SOCIEDADE

Investimento social  
Hora das mulheres. E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

ÍNDICE GRI

Tabela  
Anexos  
Carta de asseguarção  
Créditos

# Matéria-prima e embalagem

## Bastidores de um produto mais sustentável

O ano de 2016 foi de grandes conquistas para deixar os nossos produtos ainda mais sustentáveis. Tivemos importantes reconhecimentos nacionais e internacionais sobre a formulação, embalagem e processo de fabricação, e continuamos a participar ativamente da Rede Empresarial Brasileira de Avaliação de Ciclo de Vida, que fomenta a discussão do tema em todo o Brasil. Isso indica que estamos no caminho certo!

Um desses reconhecimentos foi o prêmio *Gold-Winner*, concedido no *In-Cosmetics North America* ao Neossance Hemisqualane, ou Farneseno Hidrogenado. Por trás desse nome complicado está uma matéria-prima com excelentes propriedades hidratantes, emolientes e de limpeza, de origem vegetal e, portanto, de fonte renovável, obtida por um processo biotecnológico mais sustentável (a fermentação da cana de açúcar, que demanda menor consumo de energia e dispensa o uso de reagentes), biodegradável e com baixo impacto no ambiente aquático.

Esse ingrediente foi desenvolvido por um de nossos parceiros – a Amyris – e avaliado quanto à sustentabilidade e eficácia pelo nosso time interno.

## O QUE É TENDÊNCIA

Pesquisa da Universidade de Leicester publicada pela revista científica *Anthropocene* mostra que, desde a Segunda Guerra Mundial, a humanidade já produziu plástico convencional suficiente para revestir toda a Terra. Esse tipo de plástico é gerado a partir do petróleo e cerca de 311 milhões de toneladas são produzidas a cada ano.

Até o final deste século, a estimativa é que o planeta receba mais 30 bilhões de toneladas de plástico.

## O QUE A GENTE JÁ FAZ

Cerca de 40 itens da linha Cuide-se Bem, de O Boticário, são embalados com plástico vegetal, feito a partir da cana-de-açúcar. Com essa inovação de fonte renovável, contribuimos para a redução de cerca de 3 mil toneladas de CO<sub>2</sub> equivalente por ano.

Além disso, nessa linha, reduzimos em 10% o uso do plástico convencional e deixamos de usar 230 mil litros de petróleo.

INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo  
O Boticário  
quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

RESULTADOS

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

PRODUTO

**Matéria-prima e embalagem**  
Menos impacto, mais segurança  
Produtos mais sustentáveis

SOCIEDADE

Investimento social  
Hora das mulheres. E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

ÍNDICE GRI

Tabela  
Anexos  
Carta de asseguarção  
Créditos

# Matéria-prima e embalagem

## Plástico vegetal? Sim, nós temos! E o mundo todo sabe

E teve mais: recebemos o Sustainable Beauty Awards, na categoria embalagem, premiação que aconteceu durante a edição europeia do Sustainable Cosmetics Summit, em Paris.

Concedido pela Organic Monitor, o mérito veio pelas novas embalagens que combinam tecnologia e sustentabilidade na linha Cuide-se Bem, de O Boticário. Sabe o que elas têm de diferente? Frascos e bisnagas da linha passaram a ser feitos com plástico vegetal, que é produzido a partir da cana-de-açúcar, em vez do tradicional plástico produzido com petróleo.

Utilizando o plástico vegetal, contribuímos para a redução de cerca de 3 mil toneladas de CO<sub>2</sub> equivalentes por ano! Essa quantidade reduzida de emissões de gases de efeito estufa corresponde ao carbono estocado em mais de 17 mil árvores, o que equivale à área de sete campos do estádio do Maracanã!

Em 2016, mais de 70% do portfólio de Cuide-se Bem foi atualizado com essa novidade e, com a mudança no design das embalagens, também reduzimos a quantidade de plástico em 10%, o equivalente a 90 toneladas/ano e, com isso, 230 mil litros de petróleo deixaram de ser utilizados por ano.

A aplicação de embalagens mais sustentáveis no reposicionamento de Cuide-se Bem nos levou a falar do assunto no Sustainable Cosmetics Summit, em Paris. Também fizemos uma palestra no Sustainable Cosmetics Summit Latam, em São Paulo, e no Seminário de Ciclo de Vida na Federação das Indústrias de Santa Catarina (FIESC), compartilhando sobre esta e outras práticas de sustentabilidade em nossos produtos e processos.

E para apoiar os novos projetos, mais uma ferramenta surgiu. Com a matriz de sustentabilidade para embalagens, desenvolvida internamente para classificar as melhores opções considerando critérios sustentáveis, nossos pesquisadores comparam as opções de embalagens, e então podem optar pela que é mais sustentável.



INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo  
O Boticário quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

RESULTADOS

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

PRODUTO

Matéria-prima e embalagem  
Menos impacto, mais segurança  
Produtos mais sustentáveis

SOCIEDADE

Investimento social  
Hora das mulheres. E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

ÍNDICE GRI

Tabela Anexos  
Carta de asseguarção  
Créditos

# Matéria-prima e embalagem

## Fabricação a frio

No processo de fabricação dos nossos produtos, o reconhecimento relevante foi o Prêmio ECO, maior iniciativa nacional de reconhecimento à sustentabilidade empresarial no Brasil. Nossa conquista veio com a pioneira fabricação de loções hidratantes corporais a frio, e foi entregue pela Câmara Americana de Comércio Brasil-Estados Unidos (Amcham) e pelo jornal Estadão.

A novidade funciona assim: na produção de cosméticos, são comuns as etapas de aquecimento e resfriamento devido às características físicas e químicas de algumas matérias-primas. Esse procedimento, no entanto, consome muita energia elétrica. Pensando em tornar a fabricação de loções hidratantes mais ecoeficientes, nós mudamos a fórmula de mais de 30 produtos e o processo de fabricação, de forma a eliminar as etapas de aquecimento e resfriamento.

A adoção desse processo trouxe uma redução média de 71% no tempo de fabricação, gerando eficiência operacional e reduzindo o consumo de recursos: 70% no consumo de energia elétrica, 15% no custo de transformação e 10% no custo de matérias-primas.

## Cheiro de novidade sustentável

Em 2016, definimos diretrizes, como tipo e forma de obtenção da matéria-prima, para orientar a sustentabilidade no desenvolvimento de fragrâncias dos nossos produtos. Além disso, critérios técnicos obrigatórios também foram estabelecidos, para auxiliar as nossas casas de fragrâncias parceiras nos novos desenvolvimentos.

INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo  
O Boticário quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

RESULTADOS

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

PRODUTO

Matéria-prima e embalagem  
Menos impacto, mais segurança  
Produtos mais sustentáveis

SOCIEDADE

Investimento social  
Hora das mulheres. E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

ÍNDICE GRI

Tabela Anexos  
Carta de asseguarção  
Créditos

# Menos impacto, mais segurança

## Ecotoxidade

Em 2016, as matérias-primas dos nossos produtos enxaguáveis, como shampoos, condicionadores e sabonetes, passaram por avaliação de ecotoxicidade aquática. Traduzindo em miúdos, avaliamos o impacto que essas substâncias causam em lagos, rios e mares. E para compartilharmos nossa experiência nesse tema, estivemos no Congresso Brasileiro de Ecotoxicologia (Ecotox2016) falando da metodologia que desenvolvemos para essa avaliação.

## MICROCHIPS IMITAM ÓRGÃOS HUMANOS

A busca por métodos alternativos que garantem segurança e eficiência dos produtos e não utilizam animais em testes não para aqui no Grupo Boticário. Desde o ano 2000, não realizamos testes em animais, e agora, a novidade é que investimos na inédita tecnologia Organs on Chips para identificar com mais rapidez a probabilidade de um cosmético causar irritação ou alergia na pele humana.

Os estudos do Organs on Chips vêm sendo conduzidos em parceria com o Laboratório Nacional de Biociência, ligado ao Centro Nacional de Pesquisa em Energia e Materiais, com apoio do Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações.

# Produtos mais sustentáveis

## Resultados concretos

Ao longo de 2016, diversos projetos garantiram melhorias de sustentabilidade no portfólio de todas as nossas unidades de negócio. Alguns exemplos disso são:



**MALBEC**, o perfume masculino mais vendido no mundo, está com 2% a menos de vidro na embalagem e, devido a essa mudança, garantimos uma redução de 55 toneladas de vidro por ano.



A loção hidratante iluminadora **LET IT GLOW**, de *The Beauty Box*, e o hidratante Chic Retrô, de Eudora, já nasceram mais sustentáveis, por terem processo a frio de fabricação. Lembra que falamos dele aqui?



Diminuímos em 70% a quantidade de material utilizado na embalagem do **BATOM** mate líquido de *quem disse, berenice?*, que, inclusive, vem em maior quantidade. Antes eram 2,8 ml e agora são 5,6ml; mais produto por embalagem e menor impacto ambiental. Quem não gosta?

INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo  
O Boticário quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

RESULTADOS

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

PRODUTO

Matéria-prima e embalagem  
Menos impacto, mais segurança  
Produtos mais sustentáveis

SOCIEDADE

Investimento social  
Hora das mulheres. E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

ÍNDICE GRI

Tabela Anexos  
Carta de asseguarção  
Créditos

## INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo  
O Boticário  
quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

## SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

## RESULTADOS

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

## PRODUTO

Matéria-prima e embalagem  
Menos impacto, mais segurança  
Produtos mais sustentáveis

## SOCIEDADE

Investimento social  
Hora das mulheres. E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

## ÍNDICE GRI

Tabela  
Anexos  
Carta de assegução  
Créditos

# SOCIEDADE



INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo  
O Boticário  
quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

RESULTADOS

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

PRODUTO

Matéria-prima e embalagem  
Menos impacto, mais segurança  
Produtos mais sustentáveis

SOCIEDADE

Investimento social  
Hora das mulheres. E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

ÍNDICE GRI

Tabela  
Anexos  
Carta de asseguarção  
Créditos

# INVESTIMENTO Social

## Desenvolvimento social em Camaçari

O mesmo compromisso que temos com o meio ambiente nós também temos com as pessoas. Por isso, em nosso modelo de gestão, elas são um pilar importante e, durante 2016, beneficiaram-se de muitas formas.

A começar pelo Módulo Vocacional Tecnológico, construído e entregue ao Instituto Federal da Bahia (IFBA). A ideia nasceu quando fizemos um diagnóstico em Camaçari para identificar demandas de capacitação profissional. Encontramos uma lacuna de formação além daquelas voltada às indústrias petroquímica e automobilística, por exemplo. Com a missão de transformar esse cenário, construímos o primeiro centro de capacitação estética da região, com acesso gratuito a toda população da cidade.

A construção do prédio é uma contrapartida ao financiamento do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) para o projeto de ampliação do Grupo Boticário. Escolhemos o IFBA como instituição parceira para essa iniciativa de capacitação e promoção do desenvolvimento de pessoas na Bahia.

Mas não paramos na obra do centro, que respeita quesitos de sustentabilidade. Como queremos deixar um legado de transformação, fomos além e equipamos o prédio com mais de 450m<sup>2</sup> com bancadas, cadeiras, lavatórios, computadores, telefones e demais recursos necessários para oferecer cursos profissionalizantes de alta qualidade.

A expectativa é que, em 2017, primeiro ano de operação do Centro, mais de 500 pessoas se formem nos cursos, tendo mais oportunidades de conseguir um emprego ou uma nova fonte de renda. Será mais um exemplo de que o nosso jeito de ser ajuda a transformar o mundo a curto, médio e longo prazo.

[www.youtube.com/watch?v=2cLKeT4xrvG](http://www.youtube.com/watch?v=2cLKeT4xrvG)

Temos atitude para transformar o mundo

O Boticário

quem disse, berenice?

The Beauty Box

Eudora

Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza

Instituto Grupo Boticário

Mensagem do fundador

Mensagem do CEO

Tendências já são realidade para nós

Fornecedores

Ecoeficiência

Ponto de venda

Logística reversa

Matéria-prima e embalagem

Menos impacto, mais segurança

Produtos mais sustentáveis

Investimento social

Hora das mulheres. E dos homens também

Não é só papel, é futuro

Tabela

Anexos

Carta de asseguarção

Créditos

INSTITUCIONAL

SUSTENTABILIDADE

RESULTADOS

PRODUTO

SOCIEDADE

ÍNDICE GRI

## Uma nova escola, uma nova esperança

O ano era 2015 e o Colégio Estadual Lindaura Ribeiro Lucas, localizado próximo ao site de São José dos Pinhais (PR), passava por dificuldades, como inundações constantes, estrutura deteriorada e alunos e professores desmotivados. Então, iniciamos um movimento de parceria com o colégio. Ao longo de 2016, mais de 60 colaboradores de diferentes áreas do Grupo Boticário contribuíram para viabilizar a doação de equipamentos, realização de reformas e atividades de fortalecimento pedagógico para alunos e professores, transformando o colégio em um espaço mais convidativo à aprendizagem.

Mas não foi só isso. Em parceria com o Instituto Grupo Boticário foram realizados eventos envolvendo toda a

comunidade escolar. Com a Junior Achievement Paraná, associação educativa sem fins lucrativos que visa despertar o espírito empreendedor, foram ofertados cursos de empreendedorismo aos alunos e professores e, com o apoio da Itaipu Binacional, promovemos palestras e entregamos livros sobre educação financeira para todos os alunos, professores e funcionários. Além disso, os ex-alunos do Lindaura que hoje são colaboradores do Grupo Boticário foram convidados para um bate-papo com os alunos atuais, contando sobre a importância dos estudos para o sucesso profissional.

## NÚMEROS DA TRANSFORMAÇÃO NO COLÉGIO LINDAURA

- **6 alunos** do colégio foram contratados como jovens aprendizes no Grupo Boticário.
- **250 vagas** foram oferecidas aos professores e alunos para conhecerem a nossa planta em São José dos Pinhais
- **5 alunas** participaram do Programa de Gestantes, que orienta as futuras mães sobre a gravidez.
- **30 alunas** participaram da ação Fabricando Futuros, cujo objetivo é reunir adolescentes do sexo feminino e mulheres bem-sucedidas profissionalmente para falar de empoderamento, carreira e oportunidades de vida.
- **20 computadores, 19 notebooks** e **260 livros** foram doados para o Colégio.
- **21 oficinas** realizadas para 580 alunos em parceria com Júnior Achievement.
- **2 palestras** de educação financeira para todos os alunos do colégio, em parceria com Itaipu Binacional.
- **Reformas** de salas de aulas, biblioteca, corredores e escadas, caixa de água, forro e beirais, caixas de hidrantes, hall da secretaria, pátio, área de lazer, paredes externas e vidros.
- **Construção** de duas passarelas cobertas para a quadra e biblioteca.



INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo  
O Boticário  
quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

RESULTADOS

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

PRODUTO

Matéria-prima e embalagem  
Menos impacto, mais segurança  
Produtos mais sustentáveis

SOCIEDADE

Investimento social  
Hora das mulheres. E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

ÍNDICE GRI

Tabela  
Anexos  
Carta de asseguarção  
Créditos

## HORA DAS MULHERES. E DOS

# Homens

## TAMBÉM

Aqui no Grupo Boticário, a gente enxerga o empoderamento das mulheres como um dos caminhos para o equilíbrio entre os gêneros e, por isso, somos signatários do Women Empowerment Principles (Princípios de Empoderamento das Mulheres, em português), promovido pela ONU Mulheres. Com ações que atendem a sete princípios universais, queremos influenciar positivamente a sociedade para a promoção da equidade de gênero.

Cientes da importância de colocar esses princípios em prática numa sociedade carente de equidade, incentivamos uma forte rede de trabalho. Com a ONU Mulheres, o portal Papo de Homem e outros parceiros, realizamos em 2016 um estudo sobre como os homens podem participar do diálogo e das ações em prol da equidade de gênero. Ao ouvirmos mais de 20 mil pessoas em todo o Brasil e de diferentes classes sociais, queríamos entender a fundo o papel do homem na sociedade e como ele percebe a influência das questões de gênero.

Essa iniciativa deu origem ao documentário “Precisamos falar com os homens? Uma jornada

pela equidade de gênero”. Com narração dos atores Leandra Leal e Caco Ciocler, o material apresenta entrevistas e depoimentos de estudiosos, especialistas e cidadãos sobre os estereótipos presentes na sociedade e como eles impedem a igualdade de gênero. É um convite para um novo olhar sobre o machismo e mais diálogo entre homens e mulheres sobre os padrões culturais impostos.

Antes de ser lançado no YouTube da ONU Mulheres, nossos colaboradores conheceram o material em sessões de pré-estreia especiais em todas as cidades. Afinal, sabemos que nossos 8 mil colaboradores também podem influenciar positivamente a sociedade sobre esse tema.

<https://www.youtube.com/watch?v=ZJ64IPTAMSU>



45%

gostariam de se expressar de modo menos duro ou agressivo, mas não sabem como.



66,5%

dos homens não falam com amigos sobre medos e sentimentos.



77%

dos homens se preocupam com a aparência, mas não falam sobre isso.

## CONHEÇA OS PRINCÍPIOS DE EMPODERAMENTO DAS MULHERES:

1. Estabelecer uma liderança corporativa de alto nível para a igualdade entre gêneros.
2. Tratar todos os homens e mulheres de forma justa no trabalho – respeitar e apoiar os direitos humanos e a não discriminação.
3. Assegurar a saúde, a segurança e o bem-estar de todos os trabalhadores e trabalhadoras.
4. Promover a educação, a formação e o desenvolvimento profissional para as mulheres.
5. Implementar o desenvolvimento empresarial e as práticas da cadeia de abastecimento e de marketing que empoderem as mulheres.
6. Promover a igualdade através de iniciativas comunitárias e de defesa.
7. Medir e publicar relatórios dos progressos para alcançar a igualdade entre gêneros.

Temos atitude para transformar o mundo

O Boticário

quem disse, berenice?

The Beauty Box

Eudora

Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza

Instituto Grupo Boticário

Mensagem do fundador

Mensagem do CEO

Tendências já são realidade para nós

Fornecedores

Ecoeficiência

Ponto de venda

Logística reversa

Matéria-prima e embalagem

Menos impacto, mais segurança

Produtos mais sustentáveis

Investimento social

Hora das mulheres. E dos homens também

Não é só papel, é futuro

Tabela

Anexos

Carta de asseguarção

Créditos

INSTITUCIONAL

SUSTENTABILIDADE

RESULTADOS

PRODUTO

SOCIEDADE

ÍNDICE GRI

## Uma história de equidade

Temos diversas iniciativas que confirmam nosso compromisso com a busca pela equidade de gênero, como:

- Programa Fabricando Futuros, com filhas adolescentes de colaboradores, aprendizes que trabalham no Grupo e da comunidade do entorno, para falar sobre carreira.
- Palestras de empoderamento das mulheres em eventos para força de vendas.
- Cursos de formação profissional para representantes de venda direta.
- Campanhas de comunicação com os consumidores de nossas unidades de negócio sem estereótipos de gênero, valorizando toda as formas de expressão.
- Adesão ao Programa Pró-Equidade de Gênero e Raça, da Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres, em 2016.
- Fomos premiados na categoria Prata – Grandes Empresas do Prêmio WEPS Brasil 2016.
- Nos associamos ao Movimento Mulher360 em 2015 (associação formada por grandes empresas envolvidas na causa da promoção do empoderamento das mulheres e equidade de gêneros)
- Fomos reconhecidos pelo programa Mulheres Trabalhadoras que Amamentam, do Ministério da Saúde, em 2014.
- Iniciamos o Programa de Gestantes em 1999.

O movimento em prol da equidade de gênero é uma constante em nossa cultura. Dentro de casa, promovemos o tema e atuamos para que homens e mulheres tenham as mesmas oportunidades de desenvolvimento e que sejam selecionados pelas suas atitudes e competências e não por gênero.

## Equidade dentro de casa Dados de 2016



**56%**  
de nossa força de trabalho são **mulheres**.

As mulheres estão presentes em **50%** dos cargos de liderança (posições de coordenação à vice-presidência).

O público feminino somou **61%** das promoções

## O QUE É TENDÊNCIA

Estudo apresentado no Fórum Econômico Mundial de 2015 aponta que a equiparação econômica entre os dois sexos só será alcançada daqui a 170 anos, ou seja, em 2186.

## O QUE A GENTE JÁ FAZ

Promovemos a equidade de gênero dentro de casa, com iniciativas que reconhecem o potencial de homens e mulheres da mesma forma

## INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo  
O Boticário  
quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

## SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

## RESULTADOS

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

## PRODUTO

Matéria-prima e embalagem  
Menos impacto, mais segurança  
Produtos mais sustentáveis

## SOCIEDADE

Investimento social  
Hora das mulheres. E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

## ÍNDICE GRI

Tabela  
Anexos  
Carta de asseguarção  
Créditos

# NÃO É SÓ PAPEL, É futuro

Com o Programa Reciclagem de Embalagem, estruturamos uma rede com 1.200 catadores no Brasil e 35 organizações de catadores, entre cooperativas e associações. Eles estão situados de Norte a Sul do país e só se tornam cadastrados no programa depois de uma análise criteriosa de 45 itens, como inexistência de trabalho infantil, segurança e manutenção de equipamentos e uso de EPIs.

Esses grupos de trabalho recebem uma consultoria para auxiliar na profissionalização da gestão das cooperativas. Os profissionais desenvolvem um plano de venda dos papéis, auxiliam no fluxo de produção e na documentação legal e dão orientações para a busca de novos parceiros e, dessa forma, fazer o negócio crescer e os catadores prosperarem. Tudo isso é feito sem custo para as organizações e os catadores.

Com o Programa Dê a Mão para o Futuro, iniciativa da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC), apoiamos as cooperativas com melhorias em infraestrutura dos galpões e doações de equipamentos, acelerando o mercado de reciclagem de resíduos de forma exponencial.

[▶ https://www.youtube.com/watch?v=RB8mk8d-oOo](https://www.youtube.com/watch?v=RB8mk8d-oOo)



Temos atitude para transformar o mundo

O Boticário

quem disse, berenice?

The Beauty Box

Eudora

Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza

Instituto Grupo Boticário

Mensagem do fundador

Mensagem do CEO

Tendências já são realidade para nós

Fornecedores

Ecoeficiência

Ponto de venda

Logística reversa

Matéria-prima e embalagem

Menos impacto, mais segurança

Produtos mais sustentáveis

Investimento social

Hora das mulheres. E dos homens também

Não é só papel, é futuro

Tabela

Anexos

Carta de asseguarção

Créditos

INSTITUCIONAL

SUSTENTABILIDADE

RESULTADOS

PRODUTO

SOCIEDADE

ÍNDICE GRI

## Temos um compromisso com a natureza

Desde 1990, a Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza promove e realiza ações de conservação da natureza em todo o país. Começou com o apoio a iniciativas de outras instituições e, passados 26 anos, somos uma das principais financiadoras de projetos ambientais do Brasil e contribuimos para que mais de 140 novas espécies fossem descritas graças ao trabalho de pesquisadores voluntários. Encerramos 2016 acumulando 1.510 iniciativas apoiadas e 496 Unidades de Conservação beneficiadas.

O ano passado foi um período significativo de reconhecimento nacional e internacional do trabalho da Fundação. Participamos do Congresso Mundial de Conservação, evento organizado pela União Internacional para Conservação da Natureza (IUCN) e considerado o maior do gênero no mundo; + de 10 mil pessoas participaram da última edição, no Havaí. Levamos até lá os projetos realizados no Brasil e apoiamos duas propostas de políticas públicas relacionadas à proteção da biodiversidade. Uma delas é para a regulamentação da profissão de guarda-parque no Brasil e a outra para garantir mais recursos à pesquisa científica em conservação no país.

Também carimbamos nosso passaporte em Marrakech, Marrocos, onde aconteceu a Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre Mudança do Clima (UNFCCC). Fomos convidados para apresentar nossa agenda de trabalho sobre o tema e falar da nossa participação no Plano Nacional de Adaptação às Mudanças Climáticas (PNA). Contribuímos ao PNA com o estudo Adaptação Baseada em Ecossistemas (AbE): oportunidades para políticas públicas em mudanças climáticas, feito em parceria com o Observatório do Clima – rede de ONGs que atuam na agenda climática brasileira.

No México, marcamos presença na COP13 ao lado de ministros de Estado e + de 6 mil representantes dos setores públicos e privados para definir os próximos passos para conservação de ecossistemas e animais no planeta.

## O diálogo está aberto

Para deixar a biodiversidade e as mudanças climáticas na agenda dos canais de comunicação do país, estruturamos uma Rede de Especialistas em Conservação. A iniciativa foi apresentada no Congresso Mundial de Conservação 2016, no Havaí, e conta com 57 profissionais de referência nacional e internacional que ficam à disposição da imprensa nacional para compartilhar estudos, projetos e posicionamentos em defesa da conservação da natureza brasileira. Não basta falar que o assunto é importante, é preciso promovê-lo com porta-vozes de peso

## Um passeio fora do comum

Mais de 5 milhões de pessoas em nove cidades viram suas visitas corriqueiras ao shopping se transformarem numa experiência diferente. É que elas passaram pelo Conexão Estação Natureza, exposição interativa, sensorial e pioneira que convida o público para embarcar em uma viagem de entretenimento, conhecimento e conscientização sobre a importância do meio ambiente.

Com óculos de realidade virtual, os visitantes conheceram de perto a Reserva de Salto Morato (PR), mantida pela Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza. O cinema sensorial proporcionou um espetáculo sobre a interação de todos os seres que vivem em nosso planeta. E games deram um tom lúdico à importância de preservar a natureza.

Essas e outras ações promovidas pelo Conexão Estação Natureza nos renderam o Prêmio Chico Mendes 2016, concedido pelo Instituto Internacional de Pesquisas e Responsabilidade Socioambiental Chico Mendes como reconhecimento às ações de mobilização e sensibilização de preservação e conservação do meio ambiente.

INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo  
O Boticário  
quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

RESULTADOS

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

PRODUTO

Matéria-prima e embalagem  
Menos impacto, mais segurança  
Produtos mais sustentáveis

SOCIEDADE

Investimento social  
Hora das mulheres. E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

ÍNDICE GRI

Tabela  
Anexos  
Carta de asseguarção  
Créditos

## Cultura viva

É o Instituto Grupo Boticário o responsável pelo acervo da área de Memória Organizacional e Espaço Histórias do Grupo Boticário, em São José dos Pinhais (PR), que guardam relíquias da nossa história, como as primeiras ânforas de perfumes e fatos ilustrados com as conquistas de quatro décadas. O Espaço Histórias é aberto a colaboradores, fornecedores e públicos estratégicos e recebeu a visita de mais de 9 mil pessoas só em 2016, número 80% maior que em 2015.

Uma das iniciativas conduzida pelo Instituto para incentivar a cultura e a educação é o Teatro de Bonecos Dr. Botica que, desde 2001, preserva e difunde a arte bonequeira, proporcionando espetáculos no Shopping Estação, em Curitiba (PR). No ano passado, 352 apresentações encantaram mais de 60 mil espectadores. Fora esse espaço, o Instituto gere ainda o Espaço do Olfato, em São Paulo e a Estação Natureza Pantanal em Corumbá (MS), assim como a Conexão Estação Natureza, que já passou por mais de 20 cidades. Essas duas últimas iniciativas contam com a parceria da Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza.

O mundo da dança também tem a nossa atenção com o programa O Boticário na Dança. Com ele, apoiamos projetos culturais voltados a esse tipo de arte para fortalecer a produção cultural do Brasil e formar públicos e talentos para a área. Só em 2016, apoiamos 21 projetos de dança em 14 Estados. E vamos além, o Instituto Grupo Boticário, investe também em projetos sociais e culturais que promovam a transformação da sociedade e do mundo ao seu redor, por meio de nosso processo de Gestão de Patrocínios Incentivados.



## INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo  
O Boticário quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

## SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

## RESULTADOS

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

## PRODUTO

Matéria-prima e embalagem  
Menos impacto, mais segurança  
Produtos mais sustentáveis

## SOCIEDADE

Investimento social  
Hora das mulheres. E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

## ÍNDICE GRI

Tabela  
Anexos  
Carta de asseguaração  
Créditos

# ÍNDICE GRI



# CONTEÚDOS PADRÃO GERAIS

Item	Estratégia e análise	Página/resposta/omissão	Princípio do pacto global	Página
<b>G4-1</b>	Declaração do decisor mais graduado da organização	Mensagem do Fundador e do CEO	-	11 e 12

Item	Perfil organizacional	Página/resposta/omissão	Princípio do pacto global
<b>G4-3</b>	Nome da organização	Grupo Boticário	-
<b>G4-4</b>	Principais marcas, produtos e serviços	<i>Páginas 3 a 10</i>	-
<b>G4-5</b>	Localização da sede da organização	Sede: Av. Rui Barbosa, 4.110, Parque da Fonte – 83050-010 – São José dos Pinhais - PR	-
<b>G4-6</b>	Países nos quais a organização opera, onde suas principais operações estão localizadas ou que são especificamente relevantes para os tópicos de sustentabilidade abordados no relatório	A organização opera em nove países: Brasil, Angola, Colômbia, Estados Unidos, Japão, Moçambique, Paraguai, Portugal, Venezuela. O Relatório de sustentabilidade é referente às operações do Grupo Boticário no Brasil.	-
<b>G4-7</b>	Natureza da propriedade e forma jurídica da organização	O Grupo Boticário é constituído pelas unidades de negócio O Boticário, Eudora, quem disse, berenice?, e The Beauty Box, representadas pelo conjunto de empresas formado por Botica Comercial Farmacêutica Ltda., Cálamo Distribuidora de Produtos de Beleza S/A, O Boticário Franchising Ltda., Haganá Fomento Mercantil Ltda., Heritage Serviços Financeiros Ltda., KGMA Empreendimentos Imobiliários Ltda., CENCODERMA Instituição de Pesquisa e Desenvolvimento de Cosméticos Ltda.; Interbelle Comércio de Produtos de Beleza Ltda.; e Frajo Internacional de Cosméticos S.A. Com base nesta estrutura, a organização publica seu Relatório de Sustentabilidade 2016.	-
<b>G4-8</b>	Mercados em que a organização atua	Brasil, Portugal, Espanha, Venezuela, Paraguai, Colômbia, Japão, Angola e Moçambique.  Setores atendidos: Segmento de perfumaria, cosméticos e higiene pessoal.  Tipos de clientes: Infantil, jovem e adulto dos gêneros feminino e masculino.	-
<b>G4-9</b>	Porte da organização	<i>Páginas 3 a 10</i>	-
<b>G4-10</b>	Número total de empregados	<i>Página 55</i>	6
<b>G4-11</b>	Percentual de empregados cobertos por acordos de negociação coletiva.	100% dos empregados são abrangidos pelas convenções coletivas de trabalho de cada localidade, ocorrendo o mesmo com os acordos coletivos de trabalho relativos ao programa de participação dos resultados e banco de compensação de horas para 95% equipes administrativas.	3
<b>G4-12</b>	Descrição da cadeia de fornecedores da organização	Os fornecedores do Grupo Boticário estão localizados principalmente no Brasil, em diversas regiões do país, mas também há produtos comprados da Europa, Américas e Ásia. Esses produtos são subdivididos em distintas famílias e setores, tais como: Matérias Primas, Fragrâncias, Terceiros, Maquiagem, Vidros, Papel, Válvulas, Metais, Plásticos, Saúde & RH, Viagens, TI, Frota, Facilities, Locação, Administração, Logística, Energia, Laboratório, Meio Ambiente, MRO, Construção Civil, Eventos, Operador Logístico, Marketing, Inteligência de Mercado, Padronização Centrais de Serviço e Lojas, Materiais Gráficos e Diversos.	

Temos atitude para transformar o mundo

O Boticário quem disse, berenice?

The Beauty Box

Eudora

Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza

Instituto Grupo Boticário

Mensagem do fundador

Mensagem do CEO

Tendências já são realidade para nós

Fornecedores

Ecoeficiência

Ponto de venda

Logística reversa

Matéria-prima e embalagem

Menos impacto, mais segurança

Produtos mais sustentáveis

Investimento social

Hora das mulheres. E dos homens também

Não é só papel, é futuro

Tabela

Anexos

Carta de asseguarção

Créditos

INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo  
O Boticário  
quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

RESULTADOS

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

PRODUTO

Matéria-prima e embalagem  
Menos impacto, mais segurança  
Produtos mais sustentáveis

SOCIEDADE

Investimento social  
Hora das mulheres. E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

ÍNDICE GRI

Tabela  
Anexos  
Carta de assegução  
Créditos

Item	Perfil organizacional	Página/resposta/omissão	Princípio do pacto global
<b>G4-13</b>	Mudanças significativas ocorridas no decorrer do período coberto pelo relatório em relação ao porte, estrutura, participação acionária ou cadeia de fornecedores da organização.	Em expansão a Interbelle, durante o ano de 2016, iniciou a abertura de 130 filiais, tanto na área de varejo como de atacado e de todas as marcas (O Boticário; quem disse Berenice?; Eudora e The Beauty Box). A G&K Holding Ltda. foi incorporada pela O Boticário Franchising Ltda. em 30 de dezembro de 2016.	-
<b>G4-14</b>	Como a organização adota a abordagem ou princípio da precaução.	<i>Página 56</i>	7
<b>G4-15</b>	Cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente de caráter econômico, ambiental e social que a organização subscreve ou endossa.	<i>Página 57</i>	-
<b>G4-16</b>	Participação em associações e organizações nacionais ou internacionais de defesa.	<i>Página 57</i>	-

Item	Aspectos materiais identificados e limites	Página/resposta/omissão	Princípio do pacto global
<b>G4-17</b>	Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas ou documentos equivalentes da organização.	A única empresa que temos obrigatoriedade de reportar publicamente é a Cálamo Distribuidora de Produtos de Beleza S.A. O Relatório de sustentabilidade abrange a atuação de sustentabilidade do Grupo desta e das demais empresas citadas no indicador G4-7.	-
<b>G4-18</b>	Processo adotado para definir o conteúdo do relatório e os limites dos Aspectos	<i>Páginas 58 e 59</i>	-
<b>G4-19</b>	Aspectos materiais identificados no processo de definição do conteúdo do relatório	<i>Páginas 58 e 59</i>	-
<b>G4-20</b>	Para cada aspecto material, relate o limite do aspecto dentro da organização	<i>Páginas 58 e 59</i>	-
<b>G4-21</b>	Para cada aspecto material, relate seu limite fora da organização	<i>Páginas 58 e 59</i>	-
<b>G4-22</b>	Reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores e as razões para essas reformulações	Não houve reformulações referentes a fusões ou aquisições, mudanças no período ou ano-base e natureza do negócio. Métodos de medição, quando alterados, foram identificados e justificados nos próprios indicadores.	-
<b>G4-23</b>	Alterações significativas em relação a períodos cobertos por relatórios anteriores em Escopo e Limites de Aspecto	Não houve mudanças significativas.	-

Temos atitude para transformar o mundo  
 O Boticário quem disse, berenice?  
 The Beauty Box  
 Eudora  
 Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
 Instituto Grupo Boticário  
 Mensagem do fundador  
 Mensagem do CEO

Tendências já são realidade para nós

Fornecedores  
 Ecoeficiência  
 Ponto de venda  
 Logística reversa

Matéria-prima e embalagem

Menos impacto, mais segurança

Produtos mais sustentáveis

Investimento social  
 Hora das mulheres. E dos homens também  
 Não é só papel, é futuro

Tabela

Anexos

Carta de asseguarção

Créditos

INSTITUCIONAL

SUSTENTABILIDADE

RESULTADOS

PRODUTO

SOCIEDADE

ÍNDICE GRI

Item	Engajamento de stakeholders	Página/resposta/omissão	Princípio do pacto global
<b>G4-24</b>	Grupos de stakeholders engajados pela organização.	Colaboradores, Fornecedores, Franqueados, Revendedores, Clientes/Consumidores e Comunidade.	-
<b>G4-25</b>	Base usada para a identificação e seleção de stakeholders para engajamento	A identificação e a seleção de stakeholders consideram como base todos os públicos de interesse envolvidos diretamente e indiretamente com as operações e atividades comerciais da empresa, incluindo os atores com os quais o Grupo Boticário possui uma relação de responsabilidade, corresponsabilidade e indução.	-
<b>G4-26</b>	Abordagem adotada pela organização para envolver os stakeholders	A forma e frequência com que o Grupo se relaciona com os <i>stakeholders</i> priorizados está descrita no capítulo Nossos Resultados/Fornecedores. <i>Página 17.</i>	-
<b>G4-27</b>	Principais tópicos e preocupações levantadas durante o engajamento de stakeholders e as medidas adotadas pela organização para abordar esses tópicos e preocupações, inclusive no processo de relatá-las.	Os temas mais importantes para a atuação do Grupo Boticário de acordo com os entrevistados de 2016 na Pesquisa de Materialidade são: pontos de coleta de embalagem e desenvolvimento de comunidades.  O tema coleta de embalagens vem sendo trabalhado com os consumidores por meio de campanhas. No ano passado o Colégio Lindaura, vizinho da planta de São José dos Pinhais, foi reformado. Também entregamos ao Instituto Federal da Bahia, o Módulo Vocacional Tecnológico, com foco em Estética, com todas as instalações e infraestruturas necessárias para seu funcionamento.	-

Item	Perfil do relatório	Página/resposta/omissão	Princípio do pacto global
<b>G4-28</b>	Período coberto pelo relatório para as informações apresentadas	Esta edição corresponde ao período de 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2016.	-
<b>G4-29</b>	Data do relatório anterior mais recente.	De 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2015.	-
<b>G4-30</b>	Ciclo de emissão de relatórios.	O documento tem ciclo anual de consolidação e revisão da análise do desempenho de projetos, iniciativas e práticas voltadas à sustentabilidade empresarial.	-
<b>G4-31</b>	Ponto de contato para perguntas sobre o relatório ou seu conteúdo.	Sugestões, críticas e elogios podem ser enviados para o e-mail <a href="mailto:sustentabilidade@grupoboticario.com.br">sustentabilidade@grupoboticario.com.br</a>	-
<b>G4-32</b>	Opção “de acordo” escolhida pela organização.	Essencial	-
<b>G4-33</b>	Política e prática corrente adotadas pela organização para submeter o relatório a uma verificação externa.	<i>Página 65</i>	-
<b>G4-34</b>	Estrutura de governança da organização.	Cabe ao Conselho de Administração constituir comitês compostos por alguns de seus membros, com atribuições específicas de análise e recomendação sobre determinadas matérias, bem como nomear os membros para os comitês constituídos. Atualmente os comitês são: Conduta, Remuneração, Riscos e auditoria e Segurança da informação.	1 a 10
<b>G4-56</b>	Valores, princípios, padrões e normas de comportamento da organização	<i>Página 60</i>	10

## CONTEÚDOS PADRÃO ESPECÍFICOS

Categoria ambiental			
Item	Perfil do relatório	Página/resposta	Princípio do pacto global
<b>Materiais</b>			
<b>G4-EN2</b>	Percentual de materiais usados provenientes de reciclagem	O Grupo Boticário tem avançado nas pesquisas de materiais mais sustentáveis, incluindo materiais de embalagem reciclados pós-consumo em suas embalagens em fase de testes para futuras aplicações em produtos. Veja mais em Produto/Matéria-prima e embalagem na <a href="#">página 33</a> .	8
<b>Energia</b>			
<b>G4-EN3</b>	Consumo de energia dentro da organização	<a href="#">Páginas 22 e 23</a> .	7 e 8
<b>G4-EN6</b>	Redução do consumo de energia.	Total de redução de energia: 968.200 kWh. Leia mais em Nossos resultados/Ecoeficiência. <a href="#">Páginas 20 e 21</a> .	8 e 9
<b>Água</b>			
<b>G4-EN8</b>	Total de retirada de água por fonte	<a href="#">Páginas 22 e 23</a> .	7 e 8
<b>G4-EN10</b>	Percentual e volume total de água reciclada e reutilizada	<a href="#">Páginas 22 e 23</a> .	8
<b>Emissões</b>			
<b>G4-EN15</b>	Emissões diretas de gases de efeito estufa (GEE) (Escopo 1)	Total de emissões: 6.461,15tCO <sub>2</sub> e (CO <sub>2</sub> , CH <sub>4</sub> , N <sub>2</sub> O, HFCs). O total de emissões biogênicas de CO <sub>2</sub> foi de 694,33 tCO <sub>2</sub> e. O ano-base para comparação é o de 2015 (quando foi iniciada a operação das plantas da Bahia). Indicador 2015 Escopo 1 = 0,09 tCO <sub>2</sub> e/ton. produto transportado. Indicador 2016 = 0,09 tCO <sub>2</sub> e/ton. produto transportado.	7 e 8
<b>G4-EN16</b>	Emissões indiretas de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia (Escopo 2).	Total de emissões: 3.374,83 tCO <sub>2</sub> e (CO <sub>2</sub> ). O ano-base para comparação é o de 2015 (quando foi iniciada a operação das plantas da Bahia). Indicador 2015 Escopo 2 = 0,07 tCO <sub>2</sub> e/ton. produto transportado. Indicador 2016 = 0,05 tCO <sub>2</sub> e/ton. produto transportado	7 e 8
<b>G4-EN17</b>	Outras emissões indiretas de gases de efeito estufa (GEE) (Escopo 3)	Total de emissões: 23.583,1 tCO <sub>2</sub> e (CO <sub>2</sub> , CH <sub>4</sub> e N <sub>2</sub> O). O ano-base para comparação é o de 2015 (quando foi iniciada a operação das plantas da Bahia). Indicador 2015 Escopo 3 = 0,31 tCO <sub>2</sub> e/ton. produto transportado. Indicador 2016 = 0,35 tCO <sub>2</sub> e/ton. produto transportado.	7 e 8
<b>G4-EN19</b>	Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	No indicador total do escopo 1, o indicador permanece o mesmo, porém, quando analisadas as plantas, houve reduções: <b>Redução escopo I: SJP e REG</b> Migração para o Mercado Livre, o que resulta em consumo de energia proveniente de fonte 100% renovável e redução do uso dos geradores de energia. <b>SJP</b> Consumo evitado geradores: 228.492 m <sup>3</sup> GN. Emissões evitadas: 472,7 ton CO <sub>2</sub> e. Indicador reduziu 5% (De 13,2 em 2015 para 12,5 em 2016 tCO <sub>2</sub> e/10° un. produzidas). <b>REG</b> Consumo evitado geradores: 57.208 litros DIESEL. Emissões evitadas: 151,1 ton CO <sub>2</sub> e. Indicador reduziu 53% (De 1,6 em 2015 para 0,7 em 2016 tCO <sub>2</sub> e/10° un. expedidas).	8 e 9

Temos atitude para transformar o mundo  
O Boticário quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

Tendências já são realidade para nós

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

Matéria-prima e embalagem

Menos impacto, mais segurança

Produtos mais sustentáveis

Investimento social  
Hora das mulheres. E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

Tabela

Anexos

Carta de asseguarção

Créditos

Temos atitude para transformar o mundo

O Boticário

quem disse, berenice?

The Beauty Box

Eudora

Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza

Instituto Grupo Boticário

Mensagem do fundador

Mensagem do CEO

Tendências já são realidade para nós

Fornecedores

Ecoeficiência

Ponto de venda

Logística reversa

Matéria-prima e embalagem

Menos impacto, mais segurança

Produtos mais sustentáveis

Investimento social

Hora das mulheres.

E dos homens também

Não é só papel, é futuro

Tabela

Anexos

Carta de asseguarção

Créditos

INSTITUCIONAL

SUSTENTABILIDADE

RESULTADOS

PRODUTO

SOCIEDADE

ÍNDICE GRI

Item	Perfil do relatório	Página/resposta	Princípio do pacto global
<b>Efluentes e Resíduos</b>			
<b>G4-EN23</b>	Peso total de resíduos, discriminado por tipo e método de disposição	<i>Página 25.</i>	8
<b>Produtos e Serviços</b>			
<b>G4-EN28</b>	Percentual de produtos e suas embalagens recuperados em relação ao total de produtos vendidos, discriminados por categoria de produtos	<i>Páginas 30 e 31.</i>	8 e 9
<b>Transporte</b>			
<b>G4-EN30</b>	Impactos ambientais significativos decorrentes do transporte de produtos e outros bens e materiais usados nas operações da organização, bem como do transporte de seus empregados	Os principais impactos provenientes do transporte são o consumo de combustíveis (fósseis e renováveis), e sua consequente emissão de particulados e gases de efeito estufa, geração de resíduos para acondicionamento de produtos e mps. Para a emissão de particulados, solicitamos laudos de fumaça preta (opacímetro) e trabalhamos para a conscientização, capacitação e acompanhamento dos fornecedores de transporte quanto às melhores práticas para redução das emissões. Em relação às emissões de GEE, trabalhamos para a conscientização, capacitação e acompanhamento dos fornecedores de transporte quanto a melhores práticas para redução das emissões. Para a redução dos resíduos provenientes do transporte, desenvolvemos programa de reutilização de caixas máster freepacking.	7 e 9
<b>Avaliação ambiental de fornecedores</b>			
<b>G4-EN32</b>	Percentual de novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais	Foram 38 novos fornecedores auditados em 2016, sendo que 22 desses fornecedores estão aptos, 10 fornecedores estão em desenvolvimento e 6 não aptos e despriorizados. Todos os fornecedores acima foram avaliados nos critérios ambientais como: existência de Licença de Operação Ambiental, Programa de Prevenção de Riscos Ambientais (PPRA), destinação correta de resíduos, emissão de poluentes atmosféricos e efluentes.	8

<b>Categoria social   Sub-categoria: Direitos humanos</b>			
Item	Perfil do relatório	Página/resposta	Princípio do pacto global
<b>Não-discriminação</b>			
<b>G4-HR3</b>	Número total de casos de discriminação e as medidas tomadas	Foram relatados seis casos no Canal da Ouvidoria. Em nenhum deles foram verificadas evidências.	1, 2 e 6
<b>Avaliação de fornecedores em direitos humanos</b>			
<b>G4-HR10</b>	Percentual de novos fornecedores selecionados com base em critérios relacionados a direitos humanos.	Todos os novos fornecedores diretos foram auditados considerando práticas trabalhistas, incluindo jovens aprendizes, trabalho infantil, pessoas com deficiência, jornada de trabalho e condições de trabalho. Todos os fornecedores que passaram pela autoavaliação de sustentabilidade foram avaliados quanto a questões de direitos humanos, incluindo discriminação.	1 a 6

## Categoria social | Sub-categoria: Práticas trabalhistas e trabalho decente

Item	Perfil do relatório	Página/resposta	Princípio do pacto global
<b>Treinamento e Educação</b>			
<b>G4-LA9</b>	Média de horas de treinamento por ano, por funcionário, discriminadas por categoria funcional e gênero	<i>Página 61</i>	-
<b>G4-LA11</b>	Percentual de empregados que recebem regularmente análises de desempenho e de desenvolvimento de carreira	<i>Página 61</i>	-
<b>Diversidade e igualdade de oportunidades</b>			
<b>G4-LA12</b>	Composição dos grupos responsáveis pela governança corporativa e discriminação de empregados por categoria, de acordo com gênero, faixa etária, minorias e outros indicadores de diversidade	<i>Página 62</i>	6
<b>Igualdade de remuneração para mulheres e homens</b>			
<b>G4-LA13</b>	Proporção de salário base entre homens e mulheres, por categoria funcional	Executivos 123% Coordenação 107% Técnicos especializados 115% Técnicos 110% Administrativo 133% Operacional 108%	-
<b>Avaliação de fornecedores em práticas trabalhistas</b>			
<b>G4-LA14</b>	Percentual de novos fornecedores que foram avaliados com critérios de suas práticas trabalhistas	Foram 38 novos fornecedores auditados em 2016, sendo que 22 desses fornecedores estão aptos, 10 fornecedores estão em desenvolvimento e 6 não aptos e despriorizados. Eles foram avaliados em critérios trabalhistas como: situação perante órgãos públicos, fiscalização do ministério do trabalho, jornada de trabalho, uso de EPIs, ASO e PCMSO.	-

INSTITUCIONAL

SUSTENTABILIDADE

RESULTADOS

PRODUTO

SOCIEDADE

ÍNDICE GRI

Temos atitude para transformar o mundo  
O Boticário quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

Tendências já são realidade para nós

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

Matéria-prima e embalagem

Menos impacto, mais segurança

Produtos mais sustentáveis

Investimento social  
Hora das mulheres. E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

Tabela  
Anexos  
Carta de asseguarção  
Créditos

INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo  
 O Boticário  
 quem disse, berenice?  
 The Beauty Box  
 Eudora  
 Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
 Instituto Grupo Boticário  
 Mensagem do fundador  
 Mensagem do CEO

SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

RESULTADOS

Fornecedores  
 Ecoeficiência  
 Ponto de venda  
 Logística reversa

PRODUTO

Matéria-prima e embalagem  
 Menos impacto, mais segurança  
 Produtos mais sustentáveis

SOCIEDADE

Investimento social  
 Hora das mulheres. E dos homens também  
 Não é só papel, é futuro

ÍNDICE GRI

Tabela  
 Anexos  
 Carta de asseguarção  
 Créditos

Categoria social   Sub-categoria: Responsabilidade pelo produto			
Item	Perfil do relatório	Página/resposta	Princípio do pacto global
<b>Saúde e segurança do cliente</b>			
<b>G4-PR1</b>	Percentual de categorias de produtos e serviços significativas para as quais são avaliados impactos na saúde e segurança buscando melhorias.	<p>O Grupo Boticário avalia a segurança e eficácia de seus produtos desde a entrada da matéria-prima, submetendo todos os produtos desenvolvidos aos mais avançados estudos para comprovação de segurança e eficácia de uso para o consumidor, conforme preconizam as guidelines internacionais e a legislação vigente.</p> <p>Esses estudos são aplicados de acordo com as características de cada produto, sua finalidade de uso e público alvo. Além disso, o Grupo monitora o desempenho dos seus produtos no mercado, por meio da Cosmetovigilância, garantindo um ciclo de Avaliação de Produtos completo, com o histórico de uso dos produtos pelos nossos consumidores.</p>	1
<b>Rotulagem de produtos e serviços</b>			
<b>G4-PR3</b>	Tipo de informações sobre produtos e serviços exigidas pelos procedimentos da organização referentes a informações e rotulagem de produtos e serviços e percentual de categorias significativas sujeitas a essas exigências.	<p>Todos os produtos (100%) seguem critérios de rotulagem, conforme as legislações vigentes, incluindo o uso seguro dos produtos.</p> <p>Não existe obrigatoriedade de rotulagem ambiental para comercialização no mercado nacional mas a aplicação de simbologia para descarte seletivo nas embalagens é realizada pelo Grupo Boticário para novos SKUs e também para aqueles que passam por repacking.</p> <p>Portanto, o portfólio passa gradativamente a conter a simbologia de descarte, sempre que há espaço disponível na embalagem.</p> <p>Além disso, o Grupo Boticário promove o incentivo ao descarte de nossas embalagens em lojas próprias do Grupo. Veja mais em Nossos resultados/Pontos de venda nas <a href="#">páginas 27 a 29</a>.</p>	8

Temos atitude para transformar o mundo  
O Boticário quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

Tendências já são realidade para nós

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

Matéria-prima e embalagem

Menos impacto, mais segurança

Produtos mais sustentáveis

Investimento social  
Hora das mulheres. E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

Tabela

Anexos

Carta de asseguarção

Créditos

INSTITUCIONAL

SUSTENTABILIDADE

RESULTADOS

PRODUTO

SOCIEDADE

ÍNDICE GRI

## Categoria social | Sub-categoria: Sociedade

Item	Perfil do relatório	Página/resposta	Princípio do pacto global
------	---------------------	-----------------	---------------------------

### Comunidades locais

<b>G4-S01</b>	Percentual das operações com programas de engajamento da comunidade local, avaliação de impactos e programas de desenvolvimento implementados.	O Grupo Boticário realizou investimento em 100% dos locais onde mantem operações, considerando sites administrativos e unidades fabris. <b>São José dos Pinhais/PR:</b> ações de investimento em Colégio da Comunidade Local, programa de gestantes e investimento via renúncia fiscal; <b>Registro/SP:</b> programa de gestantes e investimento via renúncia fiscal; <b>Curitiba/PR:</b> investimento via renúncia fiscal; São Paulo/SP: investimento via renúncia fiscal; Camaçari/BA: cursos de formação profissional, investimento via renúncia fiscal; <b>São Gonçalo dos Campos/BA:</b> investimento via renúncia fiscal.	1
---------------	--	---	---

### Avaliação de fornecedores em impactos na sociedade

<b>G4-S09</b>	Percentual de novos fornecedores avaliados sob critérios de impactos na sociedade.	O processo de compras sustentáveis, leva em consideração o conteúdo do guia de Sustentabilidade para Fornecedores que contém diretrizes corporativas sobre práticas a serem adotadas pelos nossos parceiros. Todas as concorrências, novos cadastros e pedidos emitidos por compras atendem aspectos importantes para a sociedade, sendo reforçado novamente na autoavaliação. Em 2016, realizamos 48 concorrências prioritárias que contemplaram temas importantes para a organização, como: equidade de gênero, mudanças climáticas, ecoeficiência, conduta, entre outros.	-
---------------	--	--	---

### Mecanismos de queixas e reclamações relacionadas a impactos na sociedade

<b>G4-S011</b>	Número de queixas sobre práticas trabalhistas apresentadas e resolvidas através de mecanismos formais.	Não houve relato deste teor no canal da ouvidoria em 2016.	-
----------------	--	--	---

## Categoria social | Sub-categoria: Econômico

Item	Perfil do relatório	Página/resposta	Princípio do pacto global
------	---------------------	-----------------	---------------------------

### Desempenho econômico

<b>G4-EC2</b>	Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades devido a mudanças climáticas.	<i>Página 63.</i>	7
---------------	---	-------------------	---

### Presença no mercado

<b>G4-EC5</b>	Varição da proporção do salário mais baixo comparado ao salário mínimo local, por gênero.	<i>Página 64.</i>	1
---------------	---	-------------------	---

### Impactos econômicos indiretos

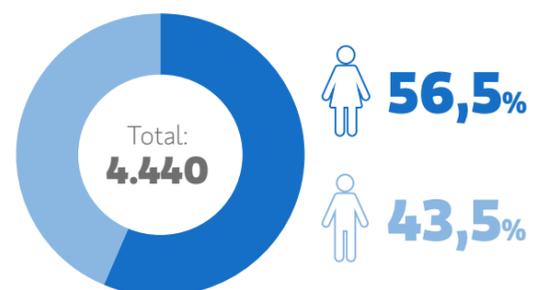
<b>G4-EC7</b>	Desenvolvimento e impacto de investimentos em infraestrutura e serviços oferecidos.	O Grupo Boticário conta com operações em São José dos Pinhais (PR), Curitiba (PR), Registro (SP), São Paulo (SP), Camaçari (BA) e São Gonçalo dos Campos (BA). Em todos os locais de atuação temos relacionamento com a comunidade, por meio de várias iniciativas. Diretamente, empregamos mais de 8 mil colaboradores nestas regiões. Além disso, o Grupo conta com mais de 4000 pontos de venda espalhados por todo o país (entre lojas próprias, franquias e centrais de serviço), gerando indiretamente mais de 22 mil empregos.	-
---------------	---	---	---

### Práticas de compra

<b>G4-EC9</b>	Proporção de gastos com fornecedores locais em unidades operacionais importantes.	Das aquisições de materiais/serviços do Grupo Boticário, 42% estão localizados em São Paulo, 30% no Paraná, 7% na Bahia, 4% no Rio de Janeiro, 3% em Santa Catarina e 13% em outras localidades, sendo 10% Nacionais e 3% Internacionais. *Números baseados em pedidos faturados para diretos e colocados para indiretos.	-
---------------	---	---	---

# NÚMERO TOTAL DE EMPREGADOS

## NÚMERO DE EMPREGADOS POR GÊNERO:

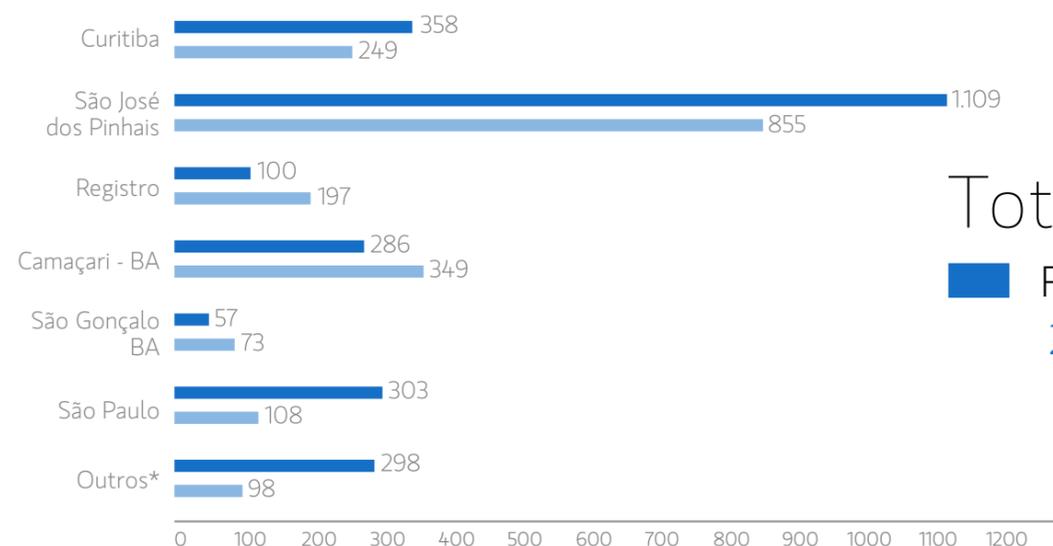


## TIPO DE CONTRATO:

Integral

EMPREGADOS TERCEIROS:  
1.628

## TOTAL POR LOCALIDADE:



Total:  
■ Feminino **2.511**  
■ Masculino **1.929**

\*Outros: em outros estão colaboradores localizados nos seguintes estados: AM, BA (Capital e Interior), CE, DF, ES, GO, MA, MG, MS, MT, PA, PB, PE, PI, PR (Capital e Interior), RJ, RN, RO, RS, SC, SE, SP (Capital e Interior)

INSTI  
TUCIO  
NAL

SUS  
TENTA  
BILIDA  
DE

RESUL  
TADOS

PRO  
DUTO

SOCIE  
DADE

ÍNDICE  
GRI

Temos atitude para transformar o mundo  
O Boticário quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

Tendências já são realidade para nós

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

Matéria-prima e embalagem

Menos impacto, mais segurança

Produtos mais sustentáveis

Investimento social  
Hora das mulheres. E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

Tabela  
Anexos  
Carta de asseguarção  
Créditos

# O GRUPO BOTICÁRIO E O PRINCÍPIO DA PRECAUÇÃO

O princípio da precaução guia as atividades do grupo com ações antecipatórias para proteger a saúde dos envolvidos e o meio ambiente. Além disso, há as ações de preservação de áreas e reservas naturais e a proteção das espécies por meio da Fundação Grupo Boticário de Proteção a Natureza.

A aplicação do princípio da precaução é essencial nas tomadas de decisões do GB e serve de base para a execução de muitos projetos e atividades. Ainda que não haja evidências que estabeleçam uma relação entre a atividade e os seus efeitos, o GB se antecipa e busca uma tratativa, tomando as medidas necessárias para impedir a ocorrência do impacto negativo.

Na aprovação de novos projetos, a área solicitante (quem pretende exercer uma determinada atividade ou mudança) deve identificar quais são os riscos associados ao projeto/atividade, e a aprovação só é concedida caso os riscos associados sejam aceitáveis e sejam tomadas as medidas levantadas pela área de Segurança do Trabalho e Meio Ambiente.

O Grupo busca sempre desenvolver e introduzir as melhores técnicas disponíveis (iluminação, equipamentos, destinação de resíduos). Na compra de terreno e imóvel é realizada a avaliação da existência de passivo ambiental e estudos de avaliação do impacto ambiental das atividades que serão desenvolvidas. Nos casos em que o risco ambiental é confirmado, a organização realiza a identificação dos aspectos ambientais e a determinação da significância dos impactos anualmente, em conformidade com a norma ISO 14.001. Este processo consiste em avaliar a probabilidade e gravidade de ocorrência do impacto, sendo determinados os controles necessários, ou até mesmo impedindo a realização da atividade associada.

Outro exemplo da aplicação do princípio da precaução, é o fenômeno das mudanças climáticas que estão sendo previstas por cientistas e estudiosos em razão do aumento da emissão de gases de efeito estufa diariamente pelos países. Não há, no entanto, precisão científica acerca dos efeitos e dos cenários futuros dessas mudanças indesejáveis, havendo apenas suposições e preocupações quanto aos riscos e consequências. Porém, mesmo sem evidências e certezas quanto ao assunto, o Grupo já está trabalhando com a redução das emissões de Gases de Efeito Estufa e com um plano de adaptação às mudanças climáticas, não afastando a necessidade de decidir e agir para estarmos preparados quando os efeitos das mudanças climáticas se manifestarem concretamente.

Temos atitude para transformar o mundo

O Boticário

quem disse, berenice?

The Beauty Box

Eudora

Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza

Instituto Grupo Boticário

Mensagem do fundador

Mensagem do CEO

Tendências já são realidade para nós

Fornecedores

Ecoeficiência

Ponto de venda

Logística reversa

Matéria-prima e embalagem

Menos impacto, mais segurança

Produtos mais sustentáveis

Investimento social

Hora das mulheres. E dos homens também

Não é só papel, é futuro

Tabela

Anexos

Carta de asseguarção

Créditos

## COMPROMISSOS que adotamos e associação de que fazemos parte

### Compromissos voluntários declarados no Pacto Global, incluindo:

- Call to Action: Anti-Corruption and the Global Development Agenda;
- The Copenhagen Communiqué;
- The Prince of Wales's Corporate Leaders' Group on Climate Change;
- Observatório do Clima;
- Fundação Abrinq;
- Objetivos do Milênio;
- Pacto Empresarial de Enfrentamento à Exploração Sexual de Crianças e Adolescentes- Na Mão Certa;
- Princípio de Valorização da Diversidade e Erradicação do Trabalho Infantil do Instituto Ethos;
- Princípios de Empoderamento Feminino;
- Programa Dê a Mão para o Futuro- ABIHPEC;
- Pacto Empresarial Contra a Corrupção.

### Participação em associações e/ou organismos nacionais/ internacionais de defesa:

- Associação Brasileira de Anunciantes (ABA);
- Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (ABERJE);
- Associação Brasileira de Embalagem (ABRE);
- Associação Brasileira de Franchising (ABF);
- Associação Brasileira de Indústrias de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC);
- Associação Brasileira de Propriedade Intelectual (ABPI);
- Associação Brasileira de Recursos Humanos (ABRH);
- Associação de Usuários de Informática e Telecomunicação do Paraná (Sucesu-PR);
- Câmara Americana de Comércio Para o Brasil (Amcham Brasil);
- Centro de Estudos em Sustentabilidade (GVces) da Fundação Getulio Vargas (FGV-EAESP)- Empresas pelo Clima e Inovação e Sustentabilidade na Cadeia de Valor;
- Confederação Nacional da Indústria (CNI);
- Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS);
- Conselho Paranaense de Cidadania Empresarial (FIEP);
- Comitê de Responsabilidade Social (FIEB);
- Endeavor Paraná;
- GHG Protocol;
- Grupo Informal de Empresas sobre Expatriação (GAE);
- Grupo de Profissionais de Meio Ambiente das Indústrias do Paraná (GPMAI);
- Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE);
- Instituto Akatu;
- Instituto Brasileiro de Inteligência de Mercado (IBRAMERC);
- Instituto para Desenvolvimento do Varejo (IDV);
- Instituto Ethos;
- Junior Achievement;
- Rede Empresarial Brasileira de Avaliação de Ciclo de Vida;
- Rede Nacional de Métodos Alternativos (RENAMA);
- SBMalt: Sociedade Brasileira de Métodos Alternativos.

Temos atitude para transformar o mundo

O Boticário

quem disse, berenice?

The Beauty Box

Eudora

Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza

Instituto Grupo Boticário

Mensagem do fundador

Mensagem do CEO

Tendências já são realidade para nós

Fornecedores

Ecoeficiência

Ponto de venda

Logística reversa

Matéria-prima e embalagem

Menos impacto, mais segurança

Produtos mais sustentáveis

Investimento social

Hora das mulheres. E dos homens também

Não é só papel, é futuro

Tabela

Anexos

Carta de asseguarção

Créditos

INSTITUCIONAL

SUSTENTABILIDADE

RESULTADOS

PRODUTO

SOCIEDADE

ÍNDICE GRI

## NOSSA MATERIALIDADE E LIMITES

A escolha do conteúdo deste relatório segue as diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI) sendo pautado por dois aspectos: as atividades do Grupo Boticário e os temas materiais da organização e que geram interesse para os principais públicos com que o Grupo se relaciona.

A identificação dos aspectos para avaliação pelos stakeholders foi definido a partir do processo de revisão da Agenda Estratégica de Sustentabilidade do Grupo Boticário, realizado em 2012. Nesta oportunidade foram identificados 16 temas críticos de sustentabilidade para o setor, considerando riscos e oportunidades para a empresa no curto, médio e longo prazo assim como os temas prioritários para os grupos de interesse.

A fim de possibilitar a priorização dos aspectos, em 2016 o Grupo Boticário ouviu mais de 1.300 pessoas divididas em 11 grupos de diferentes públicos de interesse. Esta pesquisa considerou a avaliação destes stakeholders em relação à atuação em sustentabilidade da organização nos temas que compõem as frentes de atuação do Grupo Boticário:

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

O cruzamento entre estes temas e a influência sobre as avaliações e decisões dos stakeholders definiu o conteúdo e os limites dos aspectos contemplados pelo relatório. Com isso, foram cumpridas as orientações da versão G4 da norma da Global Reporting Initiative (GRI), sintetizadas nos quatro princípios para definição do conteúdo do relatório: inclusão de stakeholders, contexto da sustentabilidade, materialidade e completude.

Na pesquisa de **Materialidade de 2016**, os itens considerados mais importantes, segundo cada público pesquisado, foram:

- Fornecedores:** redução do uso de recursos
- Franqueados:** Pontos de coleta de embalagem
- Consultores de Venda:** Pontos de coleta de embalagem
- Revendedores:** redução do uso de recursos
- Colaboradores:** redução do uso de recursos
- Comunidade:** sustentabilidade nas lojas
- Associações:** redução do uso de recursos
- Governo:** redução do uso de recursos
- Imprensa:** empoderamento da mulher e desenvolvimento de comunidades
- Formadores de Opinião:** redução do uso de recursos
- Consumidores:** redução do uso de recursos

INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo

O Boticário quem disse, berenice?

The Beauty Box

Eudora

Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza

Instituto Grupo Boticário

Mensagem do fundador

Mensagem do CEO

SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

RESULTADOS

Fornecedores

Ecoeficiência

Ponto de venda

Logística reversa

PRODUTO

Matéria-prima e embalagem

Menos impacto, mais segurança

Produtos mais sustentáveis

SOCIEDADE

Investimento social

Hora das mulheres. E dos homens também

Não é só papel, é futuro

ÍNDICE GRI

Tabela

Anexos

Carta de asseguarção

Créditos

## TEMAS DE ATUAÇÃO

Os temas de atuação definidos a partir da revisão da Agenda Estratégica de Sustentabilidade, realizada em 2012 são: Ciclo de Vida dos Produtos, Logística Reversa, Ponto de Venda, Revendedores, Ecoeficiência Ampla e Cadeia de Valor.

Os Aspectos GRI correspondentes são: Materiais, Energia, Água, Emissões, Efluentes e Resíduos, Produtos e Serviços, Transportes, Avaliação Ambiental de Fornecedores, Avaliação de Fornecedores em Direitos Humanos, Saúde e Segurança do Cliente e Rotulagem de Produtos e Serviços.

### MATÉRIAS-PRIMAS E EMBALAGENS

DENTRO DA ORGANIZAÇÃO: Pesquisa, Desenvolvimento, Industrialização dos produtos.

FORA DA ORGANIZAÇÃO: Cadeia de Abastecimento, Distribuição dos Produtos.

Os stakeholders relacionados ao tema são Academia, Associações Setoriais, Colaboradores, Cooperativas, Consumidores, Fornecedores, Franqueados, ONGs e Representantes comerciais.

### CANAIS DE VENDAS

DENTRO DA ORGANIZAÇÃO: Formatação, Operação e Ambientação dos pontos de venda de todas as Unidades do Grupo Boticário.

FORA DA ORGANIZAÇÃO: Desenvolvimento dos pontos de vendas. Os stakeholders relacionados ao tema são Associações de classe, Colaboradores, Consumidores, Fornecedores, Franqueados, Equipes de vendas e Representantes comerciais.

### ECOEFICIÊNCIA

DENTRO DA ORGANIZAÇÃO: Industrialização e Operação dos sites do Grupo.

FORA DA ORGANIZAÇÃO: Distribuição e Cadeia de abastecimento.

Os stakeholders relacionados ao tema são Academia e Centros de Pesquisa, Associações de classe, Colaboradores e Fornecedores.

LIMITAÇÕES: Apenas as marcas O Boticário e Eudora possuem revendedores e apenas as marcas O Boticário e quem disse berenice? possuem franqueados.

## LIMITES DOS ASPECTOS MATERIAIS DENTRO E FORA DA ORGANIZAÇÃO

Temos atitude para transformar o mundo

O Boticário

quem disse, berenice?

The Beauty Box

Eudora

Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza

Instituto Grupo Boticário

Mensagem do fundador

Mensagem do CEO

Tendências já são realidade para nós

Fornecedores

Ecoeficiência

Ponto de venda

Logística reversa

Matéria-prima e embalagem

Menos impacto, mais segurança

Produtos mais sustentáveis

Investimento social

Hora das mulheres. E dos homens também

Não é só papel, é futuro

Tabela

Anexos

Carta de asseguarção

Créditos

# VALORES E PRINCÍPIOS DO GRUPO BOTICÁRIO

## INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo  
O Boticário quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

## SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

## RESULTADOS

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

## PRODUTO

Matéria-prima e embalagem  
Menos impacto, mais segurança  
Produtos mais sustentáveis

## SOCIEDADE

Investimento social  
Hora das mulheres. E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

## ÍNDICE GRI

Tabela  
Anexos  
Carta de asseguarção  
Créditos

## NOSSA VISÃO

Ser referência na criação de valor em negócios de beleza.

Empreendedorismo, Sustentabilidade, Expertise e Rede Colaborativa

A visão do Grupo Boticário demonstra qual sua meta como grupo multinegócios. Os pilares da marca, por sua vez, demonstram como é a conduta dos que atuam na organização – tanto nas áreas corporativas quanto nas unidades de negócios, seja nos setores administrativos ou operacionais – e a forma adotada para alcançar o crescimento que contribui para que a proposta traduzida na visão seja alcançada.

## PILARES DA MARCA

Comprometimento com os Resultados, Integridade (somos íntegros), Valorização das Pessoas e das Relações e Paixão pela evolução e desafios.

Esses são os valores que nos conduzem a uma busca por resultados sustentáveis e nos impulsionam a promover, por meio da beleza, a transformação do mundo em que vivemos.

Nosso presidente executivo, Artur Grynbaum, é o patrocinador desses temas dentro da organização. Isso demonstra o quão importante é consolidar um Grupo grande como o nosso, em bases sólidas como os valores que nos inspiram todos os dias.

Nossos colaboradores são impactados pelos valores culturais desde o primeiro dia na empresa, durante o programa de integração, e passam a vivenciá-los, todos os dias, aqui dentro.

## NOSSOS VALORES

# TREINAMENTO

## Média de horas por ano, por funcionário, discriminadas por categoria funcional

Cargos	Horas	Média
Administrativos	9.660,4	30,6
Coordenação	8.496,3	32,7
Estagiários	528,1	9,8
Executivos	7.279,8	52,8
Jovem Aprendiz	875,1	7,7
Operacionais	16.524,7	12,1
Supervisores	3.319,2	51,1
Téc. Especializados	38.676,7	27,8
Técnicos	9.237,6	36,1
<b>Total</b>	<b>94.597,8</b>	<b>23,9</b>

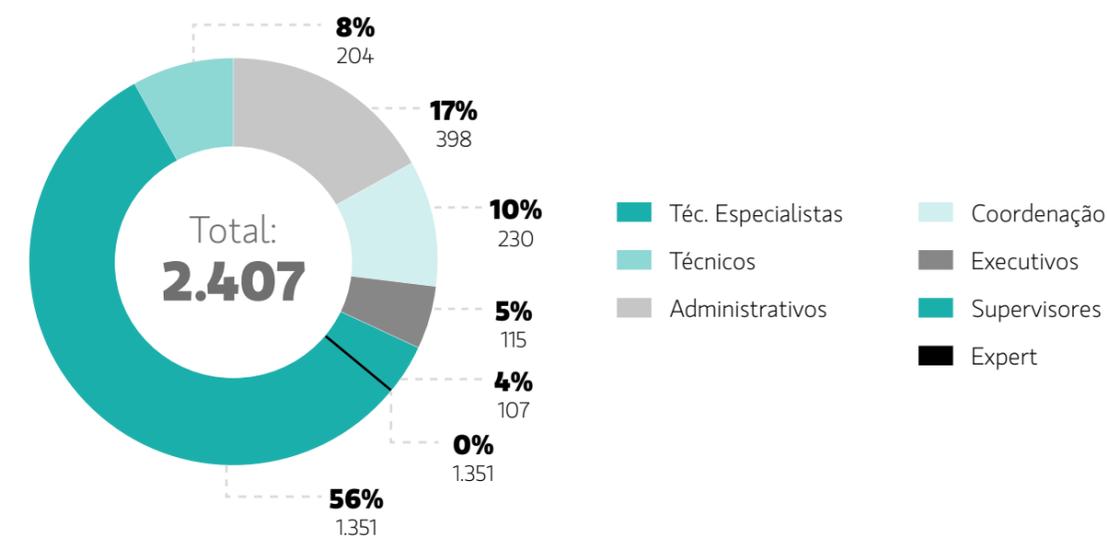
### Total de horas por gênero



### Média de horas por gênero:



## PERCENTUAL de empregados que recebem regularmente análises de desempenho e de desenvolvimento de carreira



# COMPOSIÇÃO

dos grupos responsáveis pela governança corporativa por categoria, gênero, faixa etária e minorias

PCDs	
<b>Total</b>	<b>185</b>
Deficiência Auditiva	51
Deficiência Física	78
Deficiência Visual	53
Deficiência Mental	1
Reabilitado	2

Etnia	
Branca	112
Amarela	3
Parda	47
Não informado	4
Negra	19
Indígena	0

Idade	
Até 19 anos	0
20 a 29	51
30 a 39	91
40 a 49	41
Acima de 50	2

	Etnia x Grupo Ocupacional					
	Branca	Amarela	Pardo	Negra	Indígena	Não Informada
Executivos	0	0	0	0	0	0
Administrativos	53	2	18	4	0	2
Técnico especializado	15	0	3	1	0	1
Coordenadores	1	0	0	0	0	0
Supervisores	1	0	0	1	0	0
Jovens Aprendizes	0	0	0	0	0	0
Operacionais	38	1	25	13	0	1
Técnicos	4	0	1	0	0	0
Estagiários	0	0	0	0	0	0

	PCDs x Grupo Ocupacional				
	Auditiva	Física	Mental	Visual	Reabilitado
Executivos	0	0	0	0	0
Administrativos	11	43	0	24	1
Técnico especializado	3	11	0	6	0
Coordenadores	0	0	0	1	0
Supervisores	1	1	0	0	0
Jovens Aprendizes	0	0	0	0	0
Operacionais	36	20	1	20	1
Técnicos	0	3	0	2	0
Estagiários	0	0	0	0	0

	Conselheiros	
	Mulheres	Homens
Menos de 30 anos	0	0
Entre 30 e 50 anos	1	2
Acima de 50 anos	0	4
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>6</b>

	VPs	
	Mulheres	Homens
Menos de 30 anos	0	0
Entre 30 e 50 anos	1	2
Acima de 50 anos	1	0
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>2</b>

	Grupo	
	Mulheres	Homens
Executivos	46	85
Coordenação	133	107
Téc. Especializados	912	617
Administrativos	416	98
Técnicos	77	184
Operacionais	723	24
Jovem Aprendiz	74	761
Supervisores	93	44
Estagiários	37	9
<b>Total</b>	<b>2.511</b>	<b>1.929</b>

	Idade	
	Mulheres	Homens
Menos de 30 anos	820	570
Entre 30 e 50 anos	1.640	1.305
Acima de 50 anos	51	54
<b>Total</b>	<b>2.511</b>	<b>1.929</b>

Temos atitude para transformar o mundo  
O Boticário quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

Tendências já são realidade para nós

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

Matéria-prima e embalagem

Menos impacto, mais segurança

Produtos mais sustentáveis

Investimento social  
Hora das mulheres. E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

Tabela  
Anexos  
Carta de asseguarção  
Créditos

# IMPLICAÇÕES FINANCEIRAS

## outros riscos e oportunidades devido as mudanças climáticas

Em 2014 o Grupo Boticário iniciou um trabalho em parceria com o Centro de Estudos de Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas, voltado para adaptação às mudanças climáticas, no qual foi envolvida uma equipe com colaboradores de diversas áreas do Grupo. Essa equipe levantou quais impactos gerados pelas mudanças climáticas já estão afetando os negócios e foi evidenciado que atualmente o que tem mais impactado as operações dos Pontos de venda (PDVs) e Centrais de Serviço (CSs) são enchentes, inundações e alagamentos, que podem causar acesso restrito ou impedimento de abertura de PDVs e CSs, impedimento ou atrasos nas entregas dos produtos, mudanças de comportamentos dos clientes, baixo fluxo de vendas, falta de energia elétrica e de água potável, acesso restrito a esgotamento sanitário, etc.

Foi iniciado um trabalho para elaborar um plano de adaptação para os PDVs e CSs localizados em áreas críticas sujeitas a esses fatores relacionados a frequência de chuvas. Atualmente o procedimento de escolha da localização de novos PDVs e CSs não leva em consideração questões ambientais e climáticas, o intuito é que passe-se a inserir alguns requisitos voltados a esses temas.

Posteriormente, a mesma metodologia será aplicada para outras unidades do grupo (Fábricas e Centros de Distribuição) para identificar os riscos e adaptarem-se as mudanças climáticas permitindo ao Grupo Boticário ter maior segurança sobre as suas operações e negócios.

Foi considerado um período até 2050, com projeção de aumento da frequência de chuvas em determinados meses com o passar dos anos e a probabilidade de acontecer é “Provável”, ou seja, maior do que 60% de probabilidade.

Os riscos oriundos das mudanças climáticas são inúmeros, podendo estes ser físicos (problemas estruturais nas lojas), operacionais (entrega produtos), financeiros (avarias de produtos), reputacionais (mau atendimento aos clientes), regulatórios (atendimento a novas legislações), mercadológico (mudanças comportamentais dos clientes) e ambientais (dificuldade acesso esgotamento sanitário).

Como oportunidades, podemos ter o desenvolvimento de novos produtos voltados ao cenário climático e o maior engajamento dos clientes com as campanhas de sustentabilidade

Temos atitude para transformar o mundo  
O Boticário quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

Tendências já são realidade para nós

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

Matéria-prima e embalagem  
Menos impacto, mais segurança  
Produtos mais sustentáveis

Investimento social  
Hora das mulheres. E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

Tabela  
Anexos  
Carta de asseguarção  
Créditos

# VARIAÇÃO DA PROPORÇÃO DO SALÁRIO

mais baixo comparado ao salário mínimo local, por gênero

Localidade	Menor Salário	Salário Mínimo	Variação
SJP/Curitiba - ADM - Fem	1.219,00	1.190,20	102,42%
SJP/Curitiba - ADM - Masc	1.219,00	1.190,20	102,42%
SJP/Curitiba - Operacional - Fem	1.649,00	1.234,20	133,61%
SJP/Curitiba - Operacional - Masc	1.649,00	1.234,20	133,61%
Registro - ADM - Fem	3.631,00	1.000,00	363,10%
Registro - ADM - Masc	1.212,00	1.000,00	121,20%
Registro - Operacional - Fem	1.364,00	1.000,00	136,40%
Registro - Operacional - Masc	1.364,00	1.000,00	136,40%
SP - Fem	1.830,00	1.000,00	183,00%
SP - Masc	2.142,00	1.000,00	214,20%
Camaçari - ADM - Fem	2.024,00	880,00	230,00%
Camaçari - ADM - Masc	3.730,00	880,00	423,86%
Camaçari - Operacional - Fem	1.099,00	880,00	124,89%
Camaçari - Operacional - Masc	1.099,00	880,00	124,89%
SGC - ADM - Fem	1.669,00	880,00	189,66%
SGC - ADM - Masc	1.984,00	880,00	225,45%
SGC - Operacional - Fem	1.219,00	880,00	138,52%
SGC - Operacional - Masc	1.219,00	880,00	138,52%

Temos atitude para transformar o mundo

O Boticário

quem disse, berenice?

The Beauty Box

Eudora

Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza

Instituto Grupo Boticário

Mensagem do fundador

Mensagem do CEO

Tendências já são realidade para nós

Fornecedores

Ecoeficiência

Ponto de venda

Logística reversa

Matéria-prima e embalagem

Menos impacto, mais segurança

Produtos mais sustentáveis

Investimento social

Hora das mulheres. E dos homens também

Não é só papel, é futuro

Tabela

Anexos

Carta de asseguarção

Créditos

INSTITUCIONAL

SUSTENTABILIDADE

RESULTADOS

PRODUTO

SOCIEDADE

ÍNDICE GRI

# VERIFICAÇÃO EXTERNA RELATÓRIO 2016

## O GRUPO BOTICÁRIO

O Grupo Boticário submeteu seu Relatório de Sustentabilidade à verificação externa por recomendação da Global Reporting Initiative (GRI) a fim de conferir mais transparência ao processo. A verificação externa foi realizada novamente pela Prof<sup>a</sup> Dra. Priscila Borin Claro, Doutora em Administração, Ambiente e Desenvolvimento pela Universidade Federal de Lavras e Professora do Insper, Instituto de Ensino e Pesquisa de São Paulo, onde é responsável pela disciplina Environmental Management and Corporate Social Responsibility e pelos projetos de Responsabilidade Social e Extensão. A verificação foi feita levando-se em conta as diretrizes G4 focando no documento final apresentado e anexos com os indicadores materiais reportados. O processo de avaliação envolveu análise de conteúdo sobre o que o indicador representa e o que o Grupo reportou, além da análise do teste de materialidade com os stakeholders. Adicionalmente, como sugestão do GRI foram avaliados os seguintes critérios: objetividade, clareza, o equilíbrio entre evidências quantitativas e qualitativas e a completude das respostas. As principais conclusões foram:

### Inclusão de Stakeholders e Contexto de Sustentabilidade

O Grupo mais uma vez validou, por meio de teste de materialidade, os temas de sustentabilidade mais relevantes para seus stakeholders. O contexto de sustentabilidade do Grupo e de sua cadeia de valor é apresentado em várias partes do relatório, considerando seus desempenhos e impactos nos contextos geográficos apropriados. Neste ano, não ficou claro quantos stakeholders responderam ao teste de materialidade bem como o método de pesquisa utilizado. No relatório só se menciona que o teste foi realizado, porém as respostas publicadas, em porcentagens, se referem somente

a percepções sobre reputação do Boticário em Sustentabilidade. Sugere-se para maior transparência e accountability que seja informado o número de respondentes, segmentado por tipo de stakeholders. As medidas e projetos implementados para satisfazer as expectativas e interesses (materiais) foram detalhadas ao longo dos capítulos.

### Objetividade e Clareza

O relatório de 2016 avança no sentido de reportar somente os desempenhos e as ações gerenciais para os itens materiais em nível aprofundado (detalhado). O corpo do relatório apresenta informações claras e de fácil acesso para os leitores. Além disso, na apresentação dos indicadores de desempenho menos intuitivos, como por exemplo em ecoeficiência, verifica-se um cuidado em relacionar números vagos com exemplos reais. Exemplos: o indicador de redução de consumo de água é reportado em equivalente piscinas olímpicas e a redução de emissão de CO2 que é reportada em equivalente viagens entre Camaçari (BA) e São José dos Pinhais (PR). O relatório não abusa dos termos técnicos ou qualquer vocabulário que dificultaria a interpretação e a obtenção da informação. Para facilitar ainda mais o entendimento do desempenho do Grupo, sugere-se que os indicadores GRI reportados no corpo do texto sejam referenciados. Por exemplo, no capítulo de Ecoeficiência alguns indicadores são reportados ao longo do texto, mas não há menção ao indicador GRI correspondente. Além disso, por mais que os indicadores estejam no corpo do texto, sugere-se que sejam integrados também à tabela GRI. A tabela atual contém respostas na própria tabela e para alguns indicadores, somente respostas no corpo do texto. Para facilitar a leitura e avaliação global do desempenho de sustentabilidade, seria interessante ter todas as respostas em um único local.

INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo

O Boticário quem disse, berenice?

The Beauty Box

Eudora

Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza

Instituto Grupo Boticário

Mensagem do fundador

Mensagem do CEO

SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

RESULTADOS

Fornecedores

Ecoeficiência

Ponto de venda

Logística reversa

PRODUTO

Matéria-prima e embalagem

Menos impacto, mais segurança

Produtos mais sustentáveis

SOCIEDADE

Investimento social

Hora das mulheres. E dos homens também

Não é só papel, é futuro

ÍNDICE GRI

Tabela

Anexos

Carta de asseguarção

Créditos

INSTITUCIONAL

Temos atitude para transformar o mundo  
 O Boticário quem disse, berenice?  
 The Beauty Box  
 Eudora  
 Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza  
 Instituto Grupo Boticário  
 Mensagem do fundador  
 Mensagem do CEO

SUSTENTABILIDADE

Tendências já são realidade para nós

RESULTADOS

Fornecedores  
 Ecoeficiência  
 Ponto de venda  
 Logística reversa

PRODUTO

Matéria-prima e embalagem  
 Menos impacto, mais segurança  
 Produtos mais sustentáveis

SOCIEDADE

Investimento social  
 Hora das mulheres. E dos homens também  
 Não é só papel, é futuro

ÍNDICE GRI

Tabela  
 Anexos  
 Carta de assegução  
 Créditos

## Equilíbrio, Exatidão e Completude

A tabela GRI apresenta as respostas aos indicadores, qualitativos e quantitativos, sobre o desempenho do Grupo nas dimensões ambiental, social e econômica.

34 indicadores materiais do padrão geral foram publicados no corpo do relatório e na tabela GRI. Em relação a quantidade de indicadores específicos foram utilizados 29 no total.

Em geral, o relatório cumpre os requisitos de publicação dos escopos, limites dos aspectos e detalhamento de período de tempo para os indicadores selecionados.

Alguns indicadores foram respondidos parcialmente:

**G4-26** a resposta dada na tabela e no corpo do texto está incompleta. Reporta-se somente os resultados do processo de engajamento dos stakeholders. Não apresenta-se o método (abordagem da pesquisa) para engajar os stakeholders.

**G4-EN32** e **G4-LA14** apresentam respostas idênticas. Precisa deixar claro para os fornecedores (10) em desenvolvimento e (6) não aptos se os aspectos se referem a critérios ambientais ou sociais ou se nos dois.

**G4-PR1** a resposta dada na tabela não apresenta o percentual de categorias de produtos e serviços significativas para as quais são avaliados impactos na saúde e segurança.

**G4-SO9** na resposta dada não está claro o percentual de novos fornecedores avaliados so critérios de impactos na sociedade. Parece ser 100% mas o número não está formalizado.

**G4-EN28** a resposta ao indicador não pode ser encontrada no capítulo de logística reversa, como indicado na tabela GRI. Não há informação sobre o percentual de produtos e suas embalagens recuperados em relação ao total de produtos vendidos, discriminados por categorias de produto. No capítulo Logística Reversa só é reportado as ações realizadas e não o percentual. Indicador respondido parcialmente.

## Equilíbrio e Comparabilidade

O Grupo tem publicado anualmente o relatório com as informações relevantes sobre sustentabilidade seguindo o padrão GRI o que possibilita que os diferentes stakeholders tomem decisões fundamentadas.

Neste ano mais uma vez, na tabela GRI, os resultados se referem somente ao desempenho de 2016, impossibilitando uma análise clara e rápida sobre a evolução do grupo nos indicadores selecionados. Sugere-se, mais uma vez, para os próximos relatórios, que pelo menos o desempenho do ano anterior seja apresentado no mesmo local que o do ano relatado para facilitar a avaliação comparativa do leitor.

O relatório de 2016 não apresenta nenhum resultado de sustentabilidade desforável.

## Conclusões

O relatório e tabela GRI atende o nível “De Acordo” das Diretrizes no Padrão Essencial do G4.

O relatório apresenta de forma qualitativa e detalhada o posicionamento do Grupo Boticário em relação à Sustentabilidade e os limites de atuação priorizados pelos diferentes stakeholders.

Os resultados alcançados bem como as melhorias implementadas no processo de desenvolvimento e no formato do relatório anual de sustentabilidade, reforçam o compromisso do Grupo Boticário com os desafios dos objetivos de Desenvolvimento Sustentável.

São Paulo, Junho de 2017

**Coordenação e conteúdo**  
**Grupo Boticário**

**Edição, design e indicadores**  
**Approach Comunicação**

**Editora-executiva**  
**Monique Cardoso**

**Diretora de Arte**  
**Karina Rohde**

**Projeto Gráfico**  
**Tati Rivoire**

**Diagramação**  
**Alana Maganha**  
**Mariana Figueiredo**  
**Tati Rivoire**

**Consultoria GRI**  
**Marcelo Vieira**

**Fotografia**  
**Banco de imagens Grupo Boticário**

**Este relatório atende a metodologia**  
**G4 da Global Report Initiative (GRI)**

Temos atitude  
para transformar o mundo  
O Boticário  
quem disse, berenice?  
The Beauty Box  
Eudora  
Fundação Grupo Boticário  
de Proteção à Natureza  
Instituto Grupo Boticário  
Mensagem do fundador  
Mensagem do CEO

Tendências já são  
realidade para nós

Fornecedores  
Ecoeficiência  
Ponto de venda  
Logística reversa

Matéria-prima  
e embalagem

Menos impacto,  
mais segurança

Produtos mais  
susntetáveis

Investimento social  
Hora das mulheres.  
E dos homens também  
Não é só papel, é futuro

Tabela  
Anexos  
Carta de asseguaração  
Créditos

## INSTI TUCIO NAL

## SUS TENTA BILIDA DE

## RESUL TADOS

## PRO DUTO

## SOCIE DADE

## ÍNDICE GRI



RELATÓRIO DE  
SUSTENTABILIDADE  
2016



grupo boticário  
beleza é o que a gente faz

oBoticário  eudora  quem disse berenice?  THE beauty BOX