

FRAMEWORK PARA
FINANÇAS SUSTENTÁVEIS
DE INSTRUMENTOS
VINCULADOS À METAS

Sumário

1. Sobre o Grupo Boticário	2
2. Estratégia de Sustentabilidade	4
2.1 Dupla Materialidade	5
2.2 Pilar de Governança	7
2.3 Pilar Ambiental	9
2.4 Pilar Social	11
2.5 Certificações e Reconhecimentos	12
3. Racional do Framework	14
4. Framework	14
4.1 Alinhamento aos Princípios que regem os Títulos Vinculados à Metas de Desempenho ESG	14
4.2 Seleção de metas e indicadores-chave de desempenho (KPIs)	15
4.3 Calibragem das metas de desempenho	19
4.4 Características do Título	20
4.5 Reporte	21
4.6 Verificação Externa	21
5. Disclaimer	22

1. Sobre o Grupo Boticário

A marca de consumo O Boticário nasceu em 1977 como uma pequena farmácia de manipulação no centro de Curitiba, Paraná, cidade onde a sede está localizada até hoje. O sonho do fundador era construir uma marca de beleza 100% brasileira, com produtos de qualidade, inspirados no amor e no cuidado com as pessoas. Em 1986, iniciou-se a internacionalização do negócio, com a abertura de uma loja em Portugal e, em 2010, nasceu o Grupo Boticário – um dos maiores grupos de beleza do mundo, dono de 14 marcas, presente em 99% do território brasileiro com lojas próprias, franqueadas, e-commerce, venda direta canais não proprietários, como farmácias, perfumarias e marketplaces, além de estar presente em mais de 40 países.

- Mais de 4,5 mil lojas físicas
- Presente em mais de 5 mil municípios brasileiros com lojas e/ou vendas
- Mais de 20 mil colaboradores diretos
- Mais de 33 mil colaboradores indiretos
- Presença em mais de 40 países
- 3 fábricas e 8 centros de distribuição
- 3.134 fornecedores ativos
- 100 mil pontos de venda não proprietários em todo território nacional

O Grupo Boticário conta com 14 marcas. Entre elas, O Boticário, marca líder global em pesquisa de dados sobre mercado e comportamento pelo 4º ano consecutivo em 2022, de acordo com a Kantar Worldpanel. A companhia é composta, ainda, por diferentes negócios que atuam em formato de plataforma para criar produtos, serviços e soluções habilitadoras da melhor experiência para o cliente, com as marcas:

O BOTICÁRIO | Desde 77, O Boticário acredita que só é possível viver coisas extraordinárias através do amor.

EUDORA | Soluções de beleza eficientes e inovadoras que incentivam o poder realizador de todas as mulheres.

QUEM DISSE, BERENICE? | Um portfólio completo e acessível para expandir os conceitos de maquiagem e bem-estar.

VULT | Produtos de qualidade e tecnologia de ponta que valorizam a beleza e o bem-estar de todas e todos.

BELEZA NA WEB | A maior plataforma de beleza da América Latina proporciona uma experiência individual e inesquecível.

MOOZ | A fintech que nasceu do varejo e incentiva o varejista a crescer.

O.U.i | A marca de alta perfumaria criada e desenvolvida na França que veio para inspirar a liberdade na sua vida.

TRUSS | Marca de alta performance em produtos e procedimentos realizados em salões de beleza.

DR. JONES | Solução de alta performance para todos os homens, fortalecendo nossa presença no ramo de beleza masculina.

FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO | Organização Não Governamental (ONG) que entende que, para garantir a vida de todos os seres, o equilíbrio da natureza é imprescindível.

INSTITUTO GRUPO BOTICÁRIO | O empreendedorismo social utiliza-se da beleza como ferramenta para transformar a realidade de milhões de pessoas.

CASA MAGALHÃES | A Casa Magalhães faz o comércio fluir e descomplica a gestão das vendas, estoque e atendimento.

GAVB | A GAVB é referência em Business Intelligence e soluções de TI. Pensar o futuro com dados é o nosso caminho.

TÔ.QUE.TÔ | a tô.que.tô cosméticos é uma loja multimarcas oficial do Grupo Boticário, com uma enorme variedade de produtos para o dia a dia.

AU.MIGOS | Agora seu pet tem uma rotina exclusiva de cuidados. Au.Migos é a primeira linha de produtos Pets do Grupo.

O Grupo Boticário se define como um ecossistema: cobre o ciclo completo do setor (laboratório – indústria – logística e varejo) e atua de forma integrada com marcas próprias e marcas licenciadas reconhecidas internacionalmente. Uma série de investimentos realizados nos últimos anos vem fortalecendo esse ecossistema com novas marcas e empresas. Foram duas em 2022 (Equilibrium e DR. JONES) e mais uma no início de 2023 (TRUSS Professional). A rede de comercialização também abriga diferentes modelos: lojas próprias ou franqueadas, e-commerce, marketplace, venda direta e canais não proprietários, como farmácias ou drogarias.



Guiados pela ética, a companhia acredita que suas decisões e estratégia influenciam toda a cadeia de valor. É com orgulho que o Grupo conta com uma fundação de proteção à natureza, que acumula mais de três décadas de resultados na conservação da biodiversidade e no apoio à ciência, e com um instituto que executa de forma consistente a sua estratégia de investimento social privado. Com os Compromissos para o Futuro, que reúne metas a serem atingidas até 2030, a empresa busca gerar impacto positivo e fazer parte da solução aos grandes desafios contemporâneos.



2. Estratégia de Sustentabilidade

Há três anos, o Grupo Boticário assumiu compromissos ambiciosos, entendendo a sua responsabilidade como um ecossistema inovador e a sua história de mais de 47 anos.

Os Compromissos para o Futuro estão alinhados e seguem o mesmo horizonte temporal da Agenda 2030 dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU). As atualizações estão programadas para ocorrerem a cada três anos, permitindo que as metas continuem refletindo o dinamismo do negócio e que sigam aderentes ao que o Grupo Boticário deseja para o futuro do planeta.

A primeira atualização dos Compromissos para o Futuro foi realizada em 2023 e, agora, oito compromissos e 30 metas específicas regem a estratégia ESG do Grupo. No novo modelo, todos os temas trabalhados nos Compromissos para o Futuro evoluíram em suas definições a partir do amadurecimento e da criação de novos processos de governança e acompanhamento de performance. Assim, cada área do negócio é capaz de planejar e executar ações com visibilidade da sua contribuição no alcance da estratégia de longo prazo. As metas atualizadas trazem mais pragmatismo, transparência e embasamento científico, evidenciando foco e consistência histórica de atuação nas dimensões sociais, ambientais e de governança.

2.1 Dupla Materialidade

Na gestão ESG, o Grupo Boticário foca seus esforços nos temas considerados como mais relevantes conforme processo anual de definição de materialidade, verificado por terceira parte.

Em 2023, o Grupo realizou a dupla materialidade, analisando tanto os impactos socioambientais causados pelo negócio, a materialidade de impacto, como as questões socioambientais que impactam as atividades do Grupo, a chamada materialidade financeira. Para isso, foram feitas análises de documentos internos (como mapa de riscos e estratégia ESG da empresa) e documentos externos (principais standards e ratings), entrevistas individuais (com lideranças e especialista externo), consultas online e reuniões de trabalho que contaram com a participação de especialistas internos para avaliação dos impactos socioambientais.

Foram realizados dois tipos de consulta online: um para avaliação de relevância dos temas com os stakeholders e outro para avaliação de probabilidade de risco e magnitude de impacto financeiro com as lideranças (entre diretores e gerentes sêniores). A materialidade de impacto socioambiental considerou critérios de probabilidade e severidade (intensidade, extensão, reversibilidade), materialidade financeira, critérios de probabilidade e magnitude. Todo o processo e os temas materiais foram aprovados pelo Comitê ESG, que conta com a participação do CEO e de membros do Conselho Consultivo do Grupo. Os stakeholders foram priorizados de acordo com os critérios de dependência, influência e relacionamento com o negócio.

A revisão anual da materialidade é uma das diversas fontes de informação utilizadas pelo Comitê ESG para assegurar a atualização e adequação da estratégia ESG do Grupo e impulsionar a evolução constante dessa agenda. O trabalho inclui o monitoramento do desempenho nos Compromissos para o Futuro e a análise de tendências e melhores práticas na gestão ESG.



TEMAS MATERIAIS 2023	GESTÃO
Mudanças climáticas	Gestão dos riscos e ações de combate às mudanças climáticas com aumento de eficiência energética e redução de emissão de gases de efeito estufa (GEE) provenientes do uso de combustíveis fósseis em atividades operacionais, de logística e de varejo.
Economia circular e gestão de resíduos	Gestão e redução da geração de resíduos por meio do ecodesign, reuso, reaproveitamento, reciclagem, garantia da destinação adequada e fortalecimento do consumo consciente e da cadeia de valorização de resíduos.
Gestão de água e efluentes	Gestão, redução dos impactos e aumento da eficiência hídrica relacionados a captação, reuso e consumo de água, e ao descarte de efluentes e substâncias poluentes nas operações e consumo de produtos. Ações de preservação de mananciais e uso racional de recursos hídricos.
Biodiversidade e ecossistemas	Proteção, conservação, restauração e regeneração da biodiversidade e dos ecossistemas.
Diversidade e inclusão	Buscar a representatividade de pessoas diversas com inclusão no ambiente organizacional e na cadeia de valor, promovendo de forma abrangente e inovadora produtos, comunicação e boas práticas de trabalho.
Saúde, bem-estar e segurança	Promoção do bem-estar e da saúde dos trabalhadores por meio da gestão do ambiente organizacional e de fornecedores, prezando pela saúde mental e física dos colaboradores, terceiros e suas famílias.
Desenvolvimento de revendedoras e comunidades	Gestão de impacto e redução de desigualdades sociais e de gênero, fortalecimento do relacionamento e de oportunidade de desenvolvimento socioeconômico e profissional, com destaque para a capacitação profissional e empreendedorismo para revendedores(as) e comunidades.
Gestão sustentável da cadeia de fornecedores	Desenvolvimento de escala, controle e monitoramento do padrão de qualidade dos fornecedores, priorizando critérios ESG, uso de embalagens e ingredientes de baixo impacto.
Privacidade e segurança de dados	Gestão segura da coleta, retenção e uso de dados pessoais, dados pessoais sensíveis e confidenciais, garantindo a cibersegurança e a privacidade no uso das informações de fontes internas e externas, em conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).
Inovação e tecnologia para sustentabilidade	Inovação orientada para sustentabilidade que possibilite a capacidade de adaptação a novos cenários, tendências de mercado, modelos de negócio e desenvolvimento de novos produtos.
Qualidade, segurança e transparência de produtos	Garantir a segurança, transparência nas informações de rotulagem e qualidade de produtos para os consumidores, sociedade, animais e meio ambiente.

2.2 Pilar de Governança

O Grupo Boticário adota as melhores práticas de governança e, em todas as instâncias, a tomada de decisão se orienta pela busca do valor compartilhado. Esse processo se apoia em uma série de políticas, diretrizes corporativas e compromissos definidos internamente e validados por toda a alta liderança, tanto na esfera institucional quanto na executiva.

A Carta Compromisso de Direitos Humanos e Diversidade, o Código de Conduta, as políticas de Anticorrupção, Trabalhista, de Compliance, de Riscos e Auditoria, de Suprimentos, Desenvolvimento Humano Organizacional e de Educação, e os Compromissos para o Futuro, são alguns exemplos. No conjunto, eles alcançam e são comunicados aos colaboradores, terceiros, fornecedores e parceiros de negócios, fortalecendo a ética, responsabilidade e o respeito aos direitos humanos nas dinâmicas de trabalho e relacionamento.

O Grupo também se baliza por diretrizes assumidas externamente. Uma delas é o Pacto Global, iniciativa da Organização das Nações Unidas (ONU) que reúne empresas e organizações de todo o mundo comprometidas com dez princípios de conduta responsável nos âmbitos de direitos humanos, trabalho, meio ambiente e anticorrupção. Os Princípios de Empoderamento das Mulheres (WEP, na sigla em inglês), também da ONU, o Pacto Empresarial pela Integridade e contra a Corrupção, a Aliança sem Estereótipos e a Força Tarefa para Divulgações Financeiras Relacionadas ao Clima (TCFD, na sigla em inglês), do Conselho de Estabilidade

Financeira (FSB, na sigla em inglês), são outros exemplos.

Comprometido com as melhores práticas e os princípios definidos pelo Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC), o Grupo Boticário – empresa de capital fechado – tem como principal órgão de governança o Conselho Consultivo. O órgão é responsável por avaliar e fazer recomendações sobre temas relacionados à estratégia do Grupo e aos resultados obtidos nos aspectos econômico, reputacional e de ESG.

Entre o fim de 2023 e início de 2024, a estrutura de governança corporativa do Grupo Boticário passou por uma avaliação externa e independente que resultou na reestruturação das instâncias. O órgão conta, a partir de 2024, com onze membros com mandato sem tempo determinado.

Com o objetivo de assessorar o Conselho Consultivo, o Grupo Boticário estabeleceu os seguintes Comitês:

Comitê de Estratégia: Debate sobre opções de futuro para o Grupo Boticário, trazendo tendências de mercado, em especial de Beleza, a fim de inspirar e suportar as deliberações do Conselho Consultivo.

Comitê Pessoas: discute e define a estratégia de gestão de pessoas e as diretrizes para remuneração e incentivos. Também estabelece as competências e avalia a performance da alta liderança, garantindo o anteparo da cultura da organização para o presente e o futuro.

Comitê Riscos e Auditoria: governança, conformidade, gestão de riscos, controles internos, auditoria (interna e externa),

continuidade de negócio, fraudes e conduta. O Comitê de Conduta integra a estrutura e tem foco específico em temas relacionados à conduta ética e ao descumprimento do Código de Conduta da empresa.

Comitê ESG: discute e recomenda caminhos para os temas ESG, priorizando iniciativas e direcionando potenciais decisões críticas. Também acompanha a performance dos Compromissos 2030 e integra o tema ESG nas áreas e no relacionamento com a cadeia de valor.

O Comitê é presidido por um conselheiro independente e reúne o CEO do Grupo, o presidente e o vice-presidente do Conselho Consultivo, além de especialistas e de dois principais executivos – a vice-presidente de Assuntos Corporativos e o diretor de ESG –, responsáveis pela condução e desdobramento da estratégia ESG para toda a companhia.

O Comitê desempenha um papel crucial ao impulsionar planos de ação e melhorias na gestão ESG, garantindo que as decisões estejam alinhadas à visão de longo prazo e ao plano de negócios do Grupo. Além disso, o Comitê baseia suas ações em informações provenientes do monitoramento de tendências, melhores práticas, riscos e oportunidades, garantindo uma abordagem estratégica para promover a sustentabilidade em todas as operações da companhia.

Outro aspecto relevante para a governança corporativa é a gestão de risco, que envolve de forma matricial todas as áreas da empresa que devem identificar, avaliar, controlar e mitigar os riscos inerentes às suas atividades e implantar planos de ação para fazer

frente a eles. Os riscos identificados são tratados por meio de controles e/ou planos de ação, que devem ser validados pela área de Auditoria, Riscos e Controle, também responsável por avaliar a eficácia desses mecanismos. O processo inclui priorizar os riscos identificados de acordo com apetite ao risco e os níveis de tolerância. Esses parâmetros são revisados anualmente com base no monitoramento dos indicadores de resultado, que também orienta a mitigação e o reporte dos riscos. O trabalho é coordenado pela área de Gestão de Riscos Corporativos e Continuidade de Negócios, que se reporta ao Comitê de Riscos e Auditoria, estrutura de assessoramento do Conselho Consultivo do Grupo, presidido por um conselheiro independente.

O Grupo também conta com o programa de remuneração variável para todos os colaboradores, que é condicionado ao cumprimento das metas estabelecidas. Além de metas financeiras e não financeiras específicas da área de atuação, a remuneração variável também depende do alcance de metas ESG compartilhadas por todo o Grupo. Em 2024 as metas são: aumentar o percentual de resíduos reciclados, reutilizados e reduzir a geração de resíduos, meta compartilhada entre todos os colaboradores do Grupo, e ampliar a participação de pessoas diversas no quadro geral de colaboradores e na liderança, meta específica para os líderes da companhia.



2.3 Pilar Ambiental

Como agentes de transformação, o Grupo Boticário procura sempre ir além das suas responsabilidades e, para isso, assumiu compromissos ambientais robustos para o futuro. Compromissos para gerar menor impacto no meio ambiente, para um amanhã mais sustentável e transparente.

A companhia trabalha, portanto, em 5 dimensões: promovendo a Economia Circular repensando, reduzindo, reutilizando e reciclando seus resíduos; mitigando as mudanças climáticas, reduzindo suas emissões e buscando a justiça climática; cuidando da água e da biodiversidade em seus produtos e operações; e buscando as melhores práticas de rastreabilidade e procedência das suas matérias primas em sua cadeia de valor.

Atualmente, a companhia já atingiu 100% de energia proveniente de fontes renováveis em suas fábricas e Centros de Distribuição próprios.

Na agenda de mudanças climáticas, o Grupo revisitou suas metas para que elas estejam mais alinhadas com o Acordo de Paris (que propõe que o aumento da temperatura não ultrapasse 1,5 °C para os Escopos 1 e 2 e que não ultrapasse 2 °C para o Escopo 3). Para isso, o Grupo Boticário se comprometeu oficialmente com a SBTi (Science Based Target initiative) – uma ação colaborativa entre o CDP (Carbon Disclosure Project) em conjunto com o Pacto Global das Nações Unidas, o World Resources Institute e o World Wide Fund for Nature para definir metas climáticas baseadas em dados científicos. O Grupo Boticário deverá enviar em 2024 para aprovação da SBTi

as metas de curto prazo, e em 2025 a meta net zero.

Desde 2006, o Grupo Boticário opera o maior Programa de Logística Reversa do mercado de beleza no Brasil, chamado de Boti Recicla. São mais de 4,5 mil pontos de coleta voluntários nas lojas, onde são recebidas embalagens de cosméticos e higiene pessoal de todas as marcas do mercado, garantindo a destinação correta para as cooperativas homologadas.

Juntamente com o Green Mining, o Grupo desenvolveu as Estações Preço de Fábrica – projeto que remunera a um valor maior que o praticado comumente no mercado de catadores pelo resíduo pós consumo entregue em estações. Além do recolhimento pós consumo, este projeto conecta diretamente com os beneficiadores e indústrias que reciclam este material, fechando a cadeia da economia circular e desenvolvendo a cadeia de reciclagem, principalmente de vidro e papel, no Brasil.

Na etapa de desenvolvimento de produtos, os cuidados com a qualidade e a segurança do consumidor estão presentes, começando pela escolha das matérias-primas. Ingredientes naturais, veganos, certificados e de origem rastreada, com atributos de sustentabilidade, têm preferência na formulação. Os ingredientes naturais sempre estiveram presentes nas formulações dos produtos das marcas do Grupo, mas hoje o portfólio inclui também produtos veganos e orgânicos com origem certificada e rastreável. Não são realizados testes com animais e alguns componentes de origem animal que persistem nas fórmulas estão sendo gradativamente substituídos.

O Grupo também realiza a avaliação de impacto ambiental de matérias-primas e formulações por meio de diferentes ferramentas. Entre as mais relevantes, destaca-se o Índice de Avaliação de Risco Ambiental (IARA), uma metodologia desenvolvida internamente para avaliar os ingredientes utilizados nos produtos enxaguáveis, como shampoos e condicionadores.

Reforçando o compromisso do Grupo com a temática da água, que vai desde o uso de água no desenvolvimento de produtos, como o uso de água em suas operações – trabalho que envolve desde a racionalização do consumo na etapa produtiva até o cuidado com o impacto potencial dos produtos nos sistemas aquáticos nas etapas de consumo e pós-consumo. As fábricas e áreas administrativas contam com sistemas de reúso, para atividades como limpeza do chão, irrigação de jardins, torres de resfriamento e utilização nas descargas dos vasos sanitários.

O Grupo também mantém a Fundação Grupo Boticário, uma instituição de direito privado sem fins lucrativos que há mais de 30 anos busca fazer da biodiversidade uma prioridade nos negócios e em políticas públicas por meio da articulação de diferentes atores e mecanismos na busca de soluções para desafios ambientais, sociais e econômicos. A Fundação mantém duas Reservas Particulares de Patrimônio Natural (RPPNs): Salto Morato, em Guaraqueçaba (Paraná), inserida no Bioma Mata Atlântica, e Serra do Tombador, que faz parte do bioma Cerrado e está localizada em Goiás, próximo à divisa com Tocantins. As duas áreas totalizam 11 mil hectares, o equivalente a 70 vezes o Parque Ibirapuera, na capital paulista.

2.4 Pilar Social

Para o Grupo Boticário, impulsionar o desenvolvimento e promover a transformação social representam um compromisso. Para isso, a companhia tem como propósito “Criar oportunidades para a beleza transformar a vida de cada um e assim transformar o mundo ao seu redor”. O Grupo fomenta, portanto, a inclusão e mobilidade social por meio da capacitação profissional e estimula o empreendedorismo dentro do seu ecossistema da beleza.

A presença da empresa no segmento – da indústria ao varejo – e sua capilaridade no Brasil e no exterior representam oportunidades para gerar impacto positivo na rede de relacionamentos, com o desenvolvimento de comunidades e a melhoria de vida das pessoas. Por isso, quando o Grupo fala de impacto social está se referindo à atuação por meio de iniciativas próprias, projetos incentivados e parcerias com as marcas e com terceiros. Mulheres em situação de vulnerabilidade social são o público-alvo da empresa neste pilar, considerando, critérios de renda e diversidade, prioritariamente nas localidades do entorno do Grupo, regiões estratégicas para as marcas de consumo e nacionalmente no formato online.

O Grupo Boticário também trabalha desenvolvendo projetos de qualificação profissional, que visam criar oportunidades de mobilidade social através da capacitação de pessoas em vulnerabilidade para atuar em áreas relacionadas ao nosso negócio. Entre os anos de 2020 e 2023, foram criadas 224.384 oportunidades por meio de ações de sociais do Grupo.

Além disso, a empresa realiza ações que visam o desenvolvimento social e o relacionamento com as comunidades onde está inserida. O Grupo tem uma rede de parceria com instituições e ONGs locais, que são avaliadas e homologadas, checando-se a reputação, integridade e idoneidade, com as quais incentiva projetos e/ou realiza doações de produtos das marcas do Grupo Boticário. O Grupo Boticário é feito de pessoas e a partir da crença de que cada ser humano tem o potencial de mudar o mundo a seu redor, busca engajar seus colaboradores para que atuem de forma responsável nas comunidades do entorno. Contribuindo com a estratégia de relacionamento e reputação da marca do Grupo Boticário, a companhia tem o Programa Gente que Faz o Bem que incentiva que todos os colaboradores exerçam seu papel de responsabilidade social. Em 2022 e 2023 foram realizados 8 Festivais do Programa Gente que Faz o Bem, com a participação de mais de 3.100 voluntários, mais de 25.000 horas doadas e mais de 4.600 crianças impactadas.

Reforçando a sua plataforma social, o Grupo mantém o Instituto Grupo Boticário, que foi criado em 2004 e já beneficiou milhares de pessoas. O Empreendedoras da Beleza, programa profissionalizante em beleza, é o principal programa do Instituto Grupo Boticário atualmente. Foi criado em 2019 para transformar a vida de milhares de mulheres em situação de vulnerabilidade através da capacitação/formação em cursos profissionalizantes no segmento de beleza com foco em gerar renda, estimular o empoderamento feminino e contribuir para a redução da desigualdade social.

O Grupo Boticário acredita ainda que a beleza é valorizar a diversidade em todas as suas formas. Por isso, a partir de uma abordagem mais ampla, que engloba a sua rede de relacionamentos, o Grupo foca os seus esforços de diversidade e inclusão em cinco dimensões: pessoas com deficiência, população LGBTQIA+, mulheres, pessoas negras (incluindo pretas e pardas) e gerações (pessoas com mais de 45 anos de idade). Os cinco públicos são objeto de um trabalho coordenado e sistêmico que mira mudanças estruturais e, a cada ano, um deles é escolhido como tema principal das iniciativas de aprofundamento da gestão do Grupo Boticário. As ações se organizam em cinco pilares: pessoas (colaboradores, consumidores), produtos (portfólio das marcas), impacto social (reflexos junto à comunidade), cadeia de valor (fornecedores, franqueados, força de vendas etc) e comunicação (utilização das mídias tradicionais ou redes sociais como instrumento de difusão da diversidade).

No pilar de pessoas, o objetivo é promover a representatividade e a inclusão de pessoas diversas no quadro de colaboradores e nos cargos de liderança. Para o pilar de produtos, o foco é oferecer um portfólio de produtos inclusivos e diversos, considerando as necessidades das pessoas. Já no pilar de cadeia de valor, a estratégia visa desenvolver a rede franqueada, fornecedores e revendedores (e outros stakeholders prioritários) em pautas relacionadas à diversidade e inclusão no ecossistema de beleza da companhia. Já no pilar de comunicação, o Grupo tem a missão de promover que suas comunicações representem a população brasileira, seja livre de estereótipos e acessível para pessoas com deficiência.

Os princípios de diversidade e inclusão integram o marco normativo interno do Grupo, em documentos como o Código de Conduta e a Carta Compromisso de Direitos Humanos. A Política de Diversidade aprofunda o tratamento dado ao tema, com a proibição explícita de assédio de qualquer natureza, a política de tolerância zero para a discriminação/preconceito, a definição do processo de escalonamento no relato de incidentes e das medidas corretivas ou disciplinares a serem adotadas diante de comportamentos discriminatórios/preconceituosos ou casos de assédio. O documento também estabelece a prática de capacitar todos os colaboradores sobre temas relacionados a diversidade e inclusão, bem como a discriminação no ambiente de trabalho.

2.5 Certificações e Reconhecimentos

A jornada ESG do Grupo Boticário é consistente e a companhia vem sendo reconhecida por isso. Abaixo estão os prêmios mais recentes e significativos que o Grupo ganhou por destaques em ESG¹

Top 5% no S&P Global's Sustainability Yearbook: O Grupo Boticário subiu da sexta posição em 2022 para a terceira posição como empresa de beleza mais sustentável do mundo, segundo o Corporate Sustainability Assessment (CSA) da S&P Global na categoria de

¹ Seguindo a jornada sustentável, o Grupo Boticário tem 65 certificações na área ESG, que podem ser consultadas pelo site: [Associações, Parceiros Institucionais e Certificações - Grupo Boticário \(grupoboticario.com.br\)](https://www.grupoboticario.com.br/associacoes-parceiros-institucionais-e-certificacoes)

Produtos Pessoais em resultado divulgado em 22 de dezembro de 2023. A companhia também ocupou o Top 5% S&P do Global's Sustainability Yearbook. O CSA avalia anualmente as práticas de sustentabilidade das empresas e é o principal critério de elegibilidade para o Dow Jones Sustainability Index (DJSI).

Carbon Disclosure Project: O Grupo Boticário responde ao CDP (Carbon Disclosure Project) com relação a mudanças climáticas e segurança hídrica. Em 2023, foi classificado com nota A- em mudanças climáticas e recebeu reconhecimento na categoria de Liderança – dedicada às empresas que atualmente implementam as melhores práticas. A performance do Grupo melhorou em relação ao ano anterior, quando havia sido classificado como B. Já em segurança hídrica, a companhia foi novamente classificada com nota A-, se mantendo na categoria de liderança.

Pioneirismo GHG Protocol: Em 2023, o Grupo foi reconhecido pelo pioneirismo, engajamento e transparência na divulgação de seus inventários corporativos de emissões de gases de efeito estufa (GEE) no Brasil pelo Programa GHG Protocol. O Grupo é membro fundador do Programa, preenchendo o inventário desde 2008.

Melhores do ESG - Revista Exame: Em 2024, o Grupo Boticário foi eleito a “Empresa do Ano” por apresentar o melhor desempenho ESG entre as empresas avaliadas e foi vencedor na categoria Farmacêutico e Beleza.

Melhores Relatórios - Reporting Matters 2023: O Relatório ESG 2022 do Grupo Boticário ficou entre os dez melhores relatórios do Brasil, de acordo com a

primeira edição brasileira do Reporting Matters, elaborado pelo CEBDS (Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável) que aplica a metodologia desenvolvida pelo World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). O CEBDS analisa os relatórios de sustentabilidade dos seus associados, com o objetivo de impulsionar a qualidade dos reportes no Brasil.

Selo Prata Ecovadis: O Grupo Boticário recebeu pelo segundo ano consecutivo o selo Prata em 2023 pelo Ecovadis, referência na avaliação ESG de empresas e sua cadeia de valor. O selo significa que a empresa está entre as 15% mais bem avaliadas do setor.

Ouro em Ecoeficiência: Em 2023, o Grupo Boticário conquistou ouro na categoria Ecoeficiência do Prêmio POPAI Brasil pela implementação de mobiliário sustentável da loja O Boticário na unidade do Shopping Boulevard, em Curitiba. O mobiliário foi 100% construído com materiais recicláveis - em metal e com chapa sustentável. A premiação reconhece os mais originais e eficazes projetos de arquitetura comercial, visual merchandising, comunicação visual, displays e materiais no ponto de venda. O objetivo é que todas as lojas de O Boticário tenham mobiliários compostos por essa matéria-prima inovadora.

Merco Responsabilidade ESG 2023: A companhia está na segunda posição do ranking do Monitor Empresarial de Reputação Corporativa (Merco) sobre Responsabilidade ESG em 2023.

3. Racional do Framework

O Grupo tem objetivo de ser referência nacional e internacional em práticas sustentáveis em seu setor, reconhecendo sua responsabilidade e esforços necessários para potencializar a contribuição à agenda sustentável, posicionada entre as empresas líderes do setor.

Dessa forma, o presente Framework irá permitir que o Grupo Boticário alinhe sua estratégia de financiamento à sua missão, visão e valores, principalmente ao incluir objetivos e metas ligadas aos temas socioambientais e às ODS, reforçando o compromisso de longo prazo com seus acionistas, investidores e com a sociedade como um todo.

Para este fim, o Grupo Boticário se compromete com objetivos claros, relevantes e materiais em aspectos ESG, com uma data final estabelecida e um cronograma factível, ainda que ambicioso.

A companhia poderá participar de diferentes operações financeiras que podem ou não estar alinhadas a este Framework em termos de indicadores, metas, ou outros aspectos. Portanto, recomendamos que os provedores de recursos do Grupo Boticário sempre avaliem a documentação específica de cada uma das emissões da companhia.

Este Framework será aplicável para toda a empresa, bem como para suas subsidiárias e afiliadas.

4. Framework

4.1 Alinhamento aos Princípios que regem os Títulos Vinculados à Metas de Desempenho ESG

Este Framework foi elaborado de acordo com o *Sustainability-Linked Bond Principles* de 2024² (“SLBP”) publicado pela *International Capital Market Association* (“ICMA”).

O SLBP fornece diretrizes que reforçam as boas práticas do mercado para dar transparência para as metas e indicadores definidos pela companhia para utilização em operações vinculadas a desempenho ESG. Este Framework está alinhado com os cinco componentes principais do SLBP, quais sejam:

- Seleção de Metas e Indicadores-chave de desempenho (Key Performance Indicators - KPIs);
- Calibragem de Metas de Desempenho;
- Características do Título;
- Reporte;
- Verificação externa.

Vale pontuar que instrumentos vinculados às metas ESG podem ser qualquer tipo de instrumento financeiro de dívida no qual as características financeiras e/ou estruturais variam de acordo com o atingimento (ou não) das metas de desempenho predefinidas. Nesse sentido, os emissores deste tipo de instrumentos estão, portanto, se comprometendo explicitamente com melhorias futuras em metas que sejam relevantes, essenciais e materiais para seus negócios, dentro de um cronograma pré-determinado.

²

<https://www.icmagroup.org/assets/documents/Sustainable-finance/2024-updates/Sustainability-Linked-Bond-Principles-June-2024.pdf>

4.2 Seleção de metas e indicadores-chave de desempenho (KPIs)

Com base nos objetivos ESG definidos pela companhia, foram selecionadas duas metas de desempenho sustentável. A primeira delas está relacionada à criação de oportunidades para transformar a vida das pessoas através do Programa Empreendedoras da Beleza (“Meta 1”) e, a segunda, está relacionada ao uso de energia de fonte 100% renovável nos pontos de venda próprios do Grupo Boticário (“Meta 2”).

>>> Avanço Socioeconômico e Empoderamento

Meta 1

Criar 1 milhão de oportunidades para transformar a vida das pessoas através do Programa Empreendedoras da Beleza até 2030

Racional para a Seleção da Meta 1

O Programa Empreendedoras da Beleza é uma formação profissionalizante com atuação nacional e internacional na área da beleza cujo objetivo é capacitar e gerar renda para mulheres em situação de vulnerabilidade social. O público-alvo tem alto potencial para compor a base de revendedoras do Grupo Boticário, embora o programa seja de cunho social para a população em geral e não estabeleça este vínculo de forma obrigatória. Esta conexão é relevante para o negócio considerando que uma das principais alavancas de crescimento atual e futuro do Grupo é o canal de Venda Direta, e as participantes egressas dos cursos oferecidos podem impactar aspectos

importantes do negócio como o crescimento da base de revendedoras, sua qualificação e, conseqüentemente, sua lucratividade.

Somente em 2023, o Grupo investiu mais de R\$ 2,4 milhões em formações presenciais – em Salvador (BA) e em São José dos Pinhais (PR) – e online. A versão online do Empreendedoras da Beleza conta com capacitação profissional por meio de vídeos de práticas e desafios de fixação de conteúdo. Com os recursos destinados ao Programa, o Grupo Boticário investe em ações de divulgação, captação e engajamento, bem como infraestrutura do Programa, inclusão de novos cursos, manutenção da plataforma, entre outros, visando alcançar novas mulheres e reforçar a importância de concluir o curso para as que já estão matriculadas.

Em 2023, foram 132.785 pessoas matriculadas e 31.548 formadas (24%). A taxa de conversão de pessoas matriculadas para pessoas formadas no Programa Empreendedoras da Beleza é de 20% em média, enquanto a taxa de conversão média de cursos EAD do mercado é de 10%, de acordo com um estudo de benchmark realizado pela Escola Conquer. Esses números reforçam todo o engajamento do Grupo Boticário para que cada vez mais pessoas tenham a sua vida transformada.³

Acima de 52% do total de participantes são consideradas aptas ao perfil de vulnerabilidade social, composto por um estudo que engloba renda pessoal, raça, nível de escolaridade, PcD e se recebem algum benefício do governo. Além disso, mais de 50% das participantes do

³ Estudo de benchmark realizado pela Escola Conquer.

Empreendedoras da Beleza são mulheres negras.

Cerca de 57% das pessoas que concluíram algum curso e responderam à pesquisa de satisfação autodeclararam ter tido aumento de renda, o que demonstra a força e impacto do Programa. O montante investido compõe uma parcela significativa do orçamento total destinado a iniciativas sociais do Grupo, e sua alta relevância se dá justamente pelo potencial transformador que se alinha diretamente ao propósito do Grupo: “criar oportunidades para a beleza transformar a vida das pessoas, e assim transformar o mundo ao nosso redor”.

O Programa oferece cursos que podem ser realizados pelas alunas dentro da plataforma do Empreendedoras da Beleza. Entre os cursos oferecidos estão: maquiagem básica, maquiagem avançada, penteados, unhas (manicure e pedicure), alongamento de unhas, vendas, empreendedorismo, desenvolvimento pessoal, criação de conteúdo digital e empoderamento feminino. Já o formato presencial tem a metodologia focada em empreendedorismo e maquiagem, com o objetivo de oferecer aprofundamento e aprendizado para atuação no mercado da beleza, com uma carga horária de 63 horas de aula.

Até 2023, a pessoa poderia realizar apenas um curso por ciclo e ao se inscrever na plataforma online precisaria escolher o curso desejado, de modo que inscrição e matrícula fossem realizadas no mesmo momento. A partir de 2024, foi feita uma evolução na plataforma, permitindo que as mulheres possam realizar mais de um curso por ciclo, garantindo mais oportunidades de

formação e capacitação. Neste sentido, a pessoa inscreve-se na plataforma, mas a matrícula nos cursos é realizada em um segundo momento.

Para a meta desta emissão, serão consideradas as matrículas nos cursos do programa, sendo essa a quantidade de oportunidades criadas pelo Grupo Boticário. O Grupo Boticário estimula as mulheres matriculadas, através de comunicação e *gamificação*, a concluírem a formação e dá visibilidade do quanto isso pode impulsionar os negócios e a renda delas. Todavia não existe a possibilidade de fazer com que todas as mulheres inscritas se formem e efetivamente aproveitem a oportunidade oferecida. Com isso, algumas oportunidades criadas e oferecidas pela empresa acabam, por fatores que fogem do poder de atuação da empresa, não atingindo seu pleno potencial.

Esse Programa contribui diretamente para o atingimento do compromisso estratégico de redução da desigualdade social, tendo como meta a criação de um milhão de oportunidades, até 2030, para transformar a vida das pessoas, promovendo a participação em programas de desenvolvimento social focados em empreendedorismo e/ou capacitação profissional.

Linha de Base Selecionada

Foram criadas 158.579 oportunidades acumuladas até Dezembro de 2023.

Só no ano de 2023 foram criadas 132.785 oportunidades. Para o alcance de 1.000.000 de oportunidades dentro do programa Empreendedoras da Beleza até 2030 é considerado o número de oportunidades criadas dentro do programa em 2022 (25.794), somado ao resultado de 2023 (132.785), totalizando

um resultado acumulado de 158.579 ao final de 2023. Isto se dá em virtude da evolução do indicador conforme consta no Relatório ESG de 2023.

Racional para seleção da Linha de Base

A linha de base foi definida considerando que este é o histórico mais recente do Grupo Boticário para este indicador.

KPI 1

Número de oportunidades criadas através do Programa Empreendedoras da Beleza.

Metodologia de Cálculo do KPI 1

Somatório das matrículas realizadas em cursos profissionalizantes de beleza do programa Empreendedoras da Beleza.

Alinhamento aos ODS

ODS 5 – Igualdade de Gênero

Submeta 5.5: Garantir a participação plena e efetiva das mulheres e a igualdade de oportunidades para a liderança em todos os níveis de tomada de decisão na vida política, econômica e pública

ODS 8 – Trabalho decente e crescimento econômico

Submeta 8.5: Até 2030, alcançar o emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todas as mulheres e homens, inclusive para os jovens e as pessoas com deficiência, e remuneração igual para trabalho de igual valor

>>> Energia Renovável nos Pontos de Venda Próprios

Meta 2

Garantir que 75% dos pontos de venda próprios do Grupo tenham energia vinculada à fontes renováveis até 2030.

Racional para a Seleção da Meta 2

O Grupo Boticário é amplamente conhecido como um dos maiores franqueadores do Brasil, com pontos de venda (PDVs) presentes em todos os estados brasileiros. O modelo de negócio do Grupo também contempla uma operação de 561 (ano 2023) lojas próprias localizadas no Brasil em diferentes modelos operacionais, como lojas de shoppings, quiosques, lojas em hipermercados e lojas de rua, que aceleram inovações e soluções sustentáveis no varejo.

Desses, 349 PDVs próprios localizados no Brasil possuem os contratos de energia elétrica gerenciados pelo Grupo, com uma tendência de consumo em crescimento (29% em 4 anos), caracterizado pelo aumento da operação. Esse incremento pode representar crescimento das emissões de gases de efeito estufa, sendo fundamental garantir uma matriz de fontes de energia renovável para as operações de varejo próprio. Para fins do cálculo de linha de base, é utilizado o número de PDVs próprios em que a contratação de energia elétrica é gerenciada pelo Grupo Boticário.

O custo com eletricidade apresenta uma tendência de crescimento de 15% em 4 anos, alcançando cerca de R\$8,0 milhões em 2023. Aderir à energia renovável no modelo de geração distribuída (consumidores em baixa tensão) para essa operação simboliza investir no desenvolvimento de fontes de energia renovável certificadas no país, nas diferentes regiões onde os PDVs estão

localizados. Além dos benefícios ambientais dessa operação, o uso de energia de fontes renováveis garante a proteção de bandeira tarifária, atrelada à escassez hídrica e aumento do custo de eletricidade devido ao acionamento de termelétricas, trazendo previsibilidade do custo dessa operação para o negócio.

A transição de matriz energética contribui diretamente para o atingimento do compromisso estratégico de redução das emissões de Escopos 1 e 2 do Grupo: “Redução de 42% das emissões de gases de efeito estufa em relação a 2022, por meio de atuação nas operações diretas e do uso de energia renovável nas fábricas, centros de distribuição e varejo próprio até 2030“. Em 2023, as emissões relacionadas ao consumo de energia elétrica no varejo próprio seriam equivalentes a 51% das emissões do escopo 2 da Fábrica de São José dos Pinhais, maior operação do Grupo, representando 12% de todo o escopo 2 da organização. Dessa forma, o Grupo criou uma iniciativa para aderir energia renovável através do modelo geração distribuída, buscando alavancar o uso de energia renovável no varejo, reduzindo suas emissões de escopo 2 e alcançando o maior nível possível de fonte renovável em sua matriz elétrica.

Alguns dados sobre o cenário de energia no varejo próprio:

- Mercado Consumidor: 10 milhões de clientes, atendendo 30% dos consumidores totais do Grupo
- Consumo de energia das lojas próprias: 7,8 mil MWh (suficiente para abastecer 3.500 residências no Brasil/ano)
- Orçamento dedicado à energia elétrica em lojas próprias (2023): R\$ 8,0 MM

- Oportunidade de energia renovável no varejo próprio: 267 PDVs, que representam 75% dos PDVs com contratos de energia renovável gerenciados pelo Grupo Boticário, incluindo operações em lojas de rua, shoppings e hipermercados.

Linha de Base Selecionada

A linha de base é de 0% em 2023.

Racional para seleção da Linha de Base

O Grupo Boticário iniciou um projeto piloto em 2023, assinando em setembro do mesmo ano, um contrato para 30 PDVs de Minas Gerais determinando a mudança para energia renovável destas lojas, que após o processo de migração com a distribuidora, passaram a receber energia elétrica de fontes renováveis em fevereiro de 2024.

Considerando a data de recebimento de energia, o ano de 2023 fica zerado. O denominador considera o número de PDVs com contratos de energia elétrica gerenciados pelo Grupo Boticário. Os PDVs com contratos de energia elétrica gerenciados por terceiros, como shoppings e condomínios comerciais, não são incluídos no indicador.

KPI 2

Percentual dos pontos de venda próprios do Grupo Boticário com energia vinculada à fontes renováveis.

Metodologia de Cálculo do KPI 2

Somatório do total de PDVs próprios com energia vinculada à fontes renováveis dividido pelo total de PDVs próprios do Grupo Boticário elegíveis a receberem energia renovável.

Critérios de elegibilidade

PDVs com contratos de energia elétrica gerenciados pelo Grupo Boticário, desde que a classe de consumo seja de baixa tensão (Grupo B).

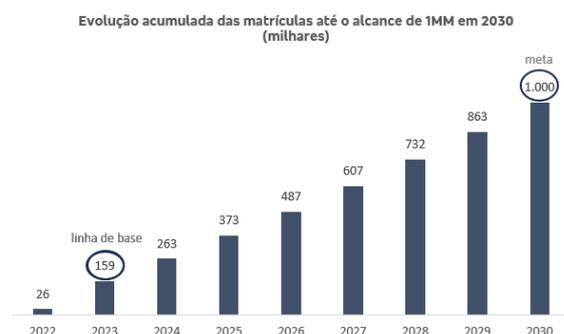
Alinhamento aos ODS

ODS 7 – Energia limpa e acessível

ODS 13 – Ação contra a mudança global do clima

4.3 Calibragem das metas de desempenho

Calibragem Meta 1



Datas de Observação da Meta 1

31 de dezembro de 2027

31 de dezembro de 2030

Fatores que facilitam o atingimento da meta 1:

O Programa Empreendedoras da Beleza é uma iniciativa madura dentro do Grupo

Boticário, que já recebeu mais de R\$2,4 milhões de investimento só em 2023. É o principal projeto social da companhia e tem um plano bem robusto para manutenção da sua continuidade e geração de impacto positivo. Ele é aberto para pessoas que trabalham na área da beleza e trazem resultados consistentes de aumento de renda para elas, pois em 2023 cerca de 57% das pessoas que concluíram algum curso e responderam à pesquisa de satisfação declaram ter tido aumento de renda.

Fatores que impõem riscos ao atingimento da meta 1:

Apesar da empresa ter uma boa estratégia de divulgação do programa, ela depende da proatividade das mulheres que trabalham, ou querem ingressar na área da beleza, para se cadastrarem e se matricularem no programa. Há uma dependência de terceiros para o atingimento da meta.

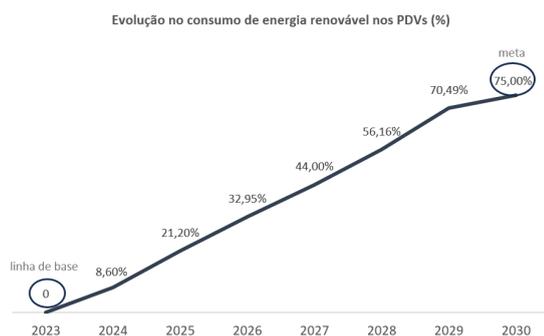
Para a meta desta emissão, serão consideradas as matrículas nos cursos oferecidos dentro da plataforma do programa. Todavia, algumas mulheres que se cadastram acabam não se matriculando nos cursos, e outras mulheres se matriculam, mas acabam não assistindo todas as aulas e não terminando a formação. Com isso, algumas oportunidades criadas e oferecidas pela empresa acabam, por fatores que fogem do poder de atuação da companhia, não atingindo seu pleno potencial.

Calibragem Meta 2

O plano de expansão, partindo do ano base, considera uma análise de mercado onde foram mapeadas as oportunidades de energia renovável no modelo de geração distribuída, que exige que a

energia contratada seja de uma usina de fonte renovável localizada na mesma área de concessão das respectivas distribuidoras de energia elétrica. Para alguns pontos de venda nos estados de São Paulo e Rio de Janeiro pode ser mais difícil conseguir energia renovável no curto prazo.

Figura 1. Evolução anual da meta 2.



Data da Observação da Meta 2

31 de dezembro de 2027

31 de dezembro de 2030

Fatores que facilitam o atingimento da meta 2:

Em 2023, o Grupo iniciou um projeto piloto no modelo de geração distribuída em 30 lojas próprias em Minas Gerais, com expansão planejada para outros estados nos anos subsequentes.

Fatores que impõem riscos ao atingimento da meta:

Os PDVs estão espalhados em 16 estados brasileiros e em diferentes distribuidoras de energia. Para realizar a aquisição de energia de fontes renováveis no modelo de geração distribuída nesses PDVs é necessário que a fonte de geração esteja na mesma área da distribuidora, sendo

necessário a conexão com multi atores para atingir uma cobertura nacional. Nos estados de São Paulo e Rio de Janeiro, por exemplo, ainda não há disponibilidade de energia elétrica renovável no modelo de geração distribuída aptos para serem contratados pelo Grupo Boticário, portanto, este será um esforço necessário a ser realizado pelo Grupo. Um outro fator que pode dificultar o atingimento da meta é o descasamento da assinatura do contrato de fornecimento de energia elétrica com o real fornecimento desta energia, este período tem levado em média 180 dias para ocorrer, portanto, o Grupo Boticário precisará ter todos os seus contratos assinados com antecedência para evitar dificuldades no atingimento da meta.

4.4 Características do Título

O uso dos recursos da emissão será alocado conforme descrito na escritura de emissão da oferta. A emissão contará com uma sobretaxa no caso do não atingimento das metas relacionadas aos KPIs, ambos definidos nas seções anteriores, ou caso não haja entrega do Relatório do Verificador Externo até as respectivas datas definidas para verificação.

O mecanismo de ajuste da taxa de emissão e as datas de verificação serão descritos na escritura da emissão.

Eventos como fusões, aquisições, alienações ou mudanças na legislação, no ambiente regulatório, político e econômico podem impactar o cálculo dos KPIs e apuração das metas, de forma que pode ser necessário ajustar as metas e/ou as linhas de base. Caso isso ocorra, o evento será comunicado formalmente aos investidores, seguido por ajuste deste Framework e nova a verificação externa.

4.5 Reporte

A companhia irá preparar, anualmente, um relatório de acompanhamento dos indicadores e evolução do atingimento das metas descritas no presente Framework (“Relatório de Asseguração”). O Relatório de Asseguração poderá ser incluído no Relatório de Sustentabilidade do Grupo, em um relatório financeiro anual ou ainda, em um relatório específico, a exclusivo critério da companhia. Em qualquer caso, os números de evolução dos indicadores e das metas serão auditados por terceira parte a fim de garantir que estão aderentes ao que foi atestado. O Relatório de Asseguração será disponibilizado publicamente no website da companhia.

No Relatório de Asseguração, haverá detalhamento sobre os seguintes tópicos:

- Informações atualizadas sobre o desempenho dos indicadores selecionados;
- Verificação externa das metas selecionadas, evidenciando o atingimento ou não das mesmas, e respectivo impacto nas características do instrumento (caso houver);
- Outras informações relevantes aos investidores com o objetivo de evidenciar o progresso das metas.

Além disso, a companhia também pode incluir, quando viável, uma explicação qualitativa e/ou quantitativa dos fatores que influenciaram o atingimento das metas, um apontamento dos impactos positivos gerados e dados sobre quaisquer reavaliações dos indicadores, das metas e/ou das linhas de base que sejam necessárias.

4.6 Verificação Externa

A companhia irá contratar consultoria independente (“Consultoria Especializada”) para fornecer o parecer de segunda opinião (Second Party Opinion - “SPO”) na emissão, metas e indicadores definidos neste Framework e seu alinhamento com os Guias e Princípios da ICMA. O SPO será disponibilizado publicamente no website da companhia e da Consultoria Especializada.

Os avanços com relação às metas e seus respectivos KPIs serão auditados por terceira parte, anualmente, nos Relatórios do Verificador Externo (a ser elaborado por um revisor externo qualificado com experiência relevante, como um auditor ou um consultor de sustentabilidade), inclusive para verificar o respectivo KPI associado às metas nas respectivas Datas de Observação definidas, a fim de atestar o atingimento destas metas.

Caso haja necessidade de ajuste das metas e/ou das linhas de base, haverá necessidade de eventual ajuste nesse Framework e nova submissão à auditoria externa.

5. Disclaimer

Este Framework não constitui uma recomendação com relação a quaisquer valores mobiliários da companhia ou de qualquer de suas afiliadas. Este Framework não é, não contém e não pode ser considerado como uma oferta de venda ou uma solicitação de qualquer oferta de compra de quaisquer valores mobiliários emitidos pela companhia ou qualquer de suas afiliadas.

Em particular, nem este documento nem qualquer outro material relacionado pode ser distribuído ou publicado em qualquer jurisdição em que seja ilegal fazê-lo, ainda, qualquer distribuição ou publicação está condicionada a autorização prévia da companhia, exceto em circunstâncias que resultarão no cumprimento de eventuais leis e regulamentos aplicáveis. As pessoas em posse de tais documentos devem estar cientes e observar todas as restrições aplicáveis à distribuição ou publicação deste documento e/ou qualquer outro material relacionado.

Quaisquer instrumentos de dívida que possam ser emitidos pela companhia e/ou por quaisquer de suas afiliadas de tempos em tempos, incluindo quaisquer títulos vinculados à sustentabilidade, devem ser oferecidos por meio de um prospecto separado ou documento de oferta de acordo com todas as leis e regulamentações aplicáveis. Nesse sentido, qualquer decisão de compra de tais valores mobiliários devem ser feitos exclusivamente com base nas informações contidas no respectivo prospecto ou documento de oferta fornecido em conexão com a oferta de tais valores mobiliários, e não com base neste Framework.

Este Framework pode conter informações sobre eventos futuros, tais informações não seriam apenas fatos históricos, mas refletiriam os desejos e as expectativas da direção da companhia. As palavras "acredita", "espera", "planeja", "prevê", "estima", "projeta", "almeja" e similares pretendem identificar afirmações que, necessariamente, envolvem riscos conhecidos e desconhecidos, de modo que podem ou não ser concretizadas.

Riscos conhecidos incluem incertezas, que não são limitadas ao impacto da competitividade dos preços e serviços, aceitação dos serviços no mercado, transações de serviço da companhia e competidores, aprovação regulamentar, flutuação da moeda e outros riscos descritos nos relatórios da companhia.

Este Framework não constitui uma oferta, recomendação ou solicitação de compra de qualquer ativo imobiliário da companhia.

As informações e opiniões contidas neste Framework consideram os princípios do Sustainability-Linked Bond Principles de 2024 emitidas pela International Capital Market Association e são fornecidas na data deste documento, de modo que estão sujeitas a alterações sem aviso prévio. A companhia não se obriga a atualizar este Framework mediante novas informações e/ou novas diretrizes e/ou acontecimentos futuros. Este Framework não se destina e nem pode ser invocado para criar relações jurídicas, direitos ou obrigações.