HINODE GROUP

Relatório de Sustentabilidade

2021

Sumário

03 Mensagem do presidente do Comitê de Acionistas

04 Mensagem da presidente do Comitê de Sustentabilidade

05 Mensagem da CEO

06 O Hinode Group

13 Estratégia

17 A sustentabilidade para a Hinode

22 Ecoeficiência nas operações

- **24** Água
- **25** Emissões
- **28** Energia
- **30** Resíduos

31 Gestão sustentável dos produtos

39 Desenvolvimento integral das equipes

48 Saúde e Segurança do trabalho

50 Cadeia de valor sustentável

- **52** Rede de Empreendedores Hinode
- **55** Franqueadas e Franqueados
- **56** Clientes
- **57** Fornecedores

58 Desenvolvimento Local

67 Governança, Transparência e Integridade

72 Desenvolvimento do negócio

75 Conteúdo GRI

FOTO DA CAPA: Patricie Borkenhagen e Rebeca Rodrigues, empreendedoras Hinode

Mensagem do presidente do Comitê de Acionistas

Em um período marcado pelo empobrecimento da população, impulsionado, principalmente, pela pandemia da Covid-19, o papel social de uma empresa com o perfil da Hinode intensifica-se. Em 2021, contribuímos para garantir a dignidade de centenas de milhares de famílias, ou seja, cumprimos a nossa missão, o objetivo que motivou a criação da companhia no final da década de 1980. Essa dignidade é alcançada com o empreendedorismo, que gera renda para o sustento de muitos lares, mas também pode possibilitar que uma pessoa de origem humilde construa uma equipe e se torne um empresário de sucesso. Desde a sua fundação, a Hinode já ajudou mais de 400 empreendedores a alcançarem a condição de milionários.

Nesses anos de atuação, também formamos centenas de milhares de empreendedores, que utilizam o conhecimento adquirido em nossa plataforma de capacitação, a Universidade Hinode (UH), para prosperar na Hinode ou, até mesmo, abrir qualquer outro negócio. Vejo o empreendedorismo como um caminho para construirmos sociedades saudáveis, resilientes e sustentáveis. Cada um procurando entregar para o mundo um pouco do que melhor faz.

O crescimento alcançado nos últimos anos, combinado com os avanços operacionais implementados, nos dão uma profunda segurança da solidez da Hinode. Digo com total convicção que nunca estivemos tão preparados para vencer os desafios como hoje, com uma equipe motivada e estruturas de gestão e governança robustas. Temos o compromisso de entregar uma empresa melhor a cada dia. E assim seguiremos direcionando todos os nossos esforços para cumprir esse propósito. Em 2021, construímos o planejamento estratégico para os próximos anos, analisando com profundidade o mercado e a operação. No final do dia, queremos ser uma empresa grande e, ao mesmo tempo, ágil e adaptável, com foco na qualidade dos produtos e na sustentabilidade, promovendo a preservação ambiental e endereçando questões sociais negligenciadas, como a elevada desigualdade social. Trabalhamos para que o nosso negócio seja compreendido, admirado e respeitado.

A Hinode que evolui com os avanços da sociedade dará cada vez mais protagonismo aos produtos. Aprimoraremos constantemente as fórmulas, com a ampliação da qualidade e dos aspectos de sustentabilidade humana e ambiental, preservando o perfil acessível e democrático do portfólio. Também aperfeiçoaremos constantemente a distribuição, para que o produto alcance o cliente como e onde ele quiser. Assim, nos tornaremos uma marca mais próxima do consumidor final, o que aumentará as vendas no curto prazo e o nosso potencial para melhorar a vida das pessoas que têm a Hinode como fonte de renda. A sustentabilidade estará presente, ainda, nas embalagens, que consumirão menos matérias-primas e retornarão a diversos outros processos produtivos. E por último, levaremos para o mundo a brasilidade, materializada pela alegria, pela leveza e pela beleza que vem de dentro. Estamos em oito países, atingiremos 15 até 2025.

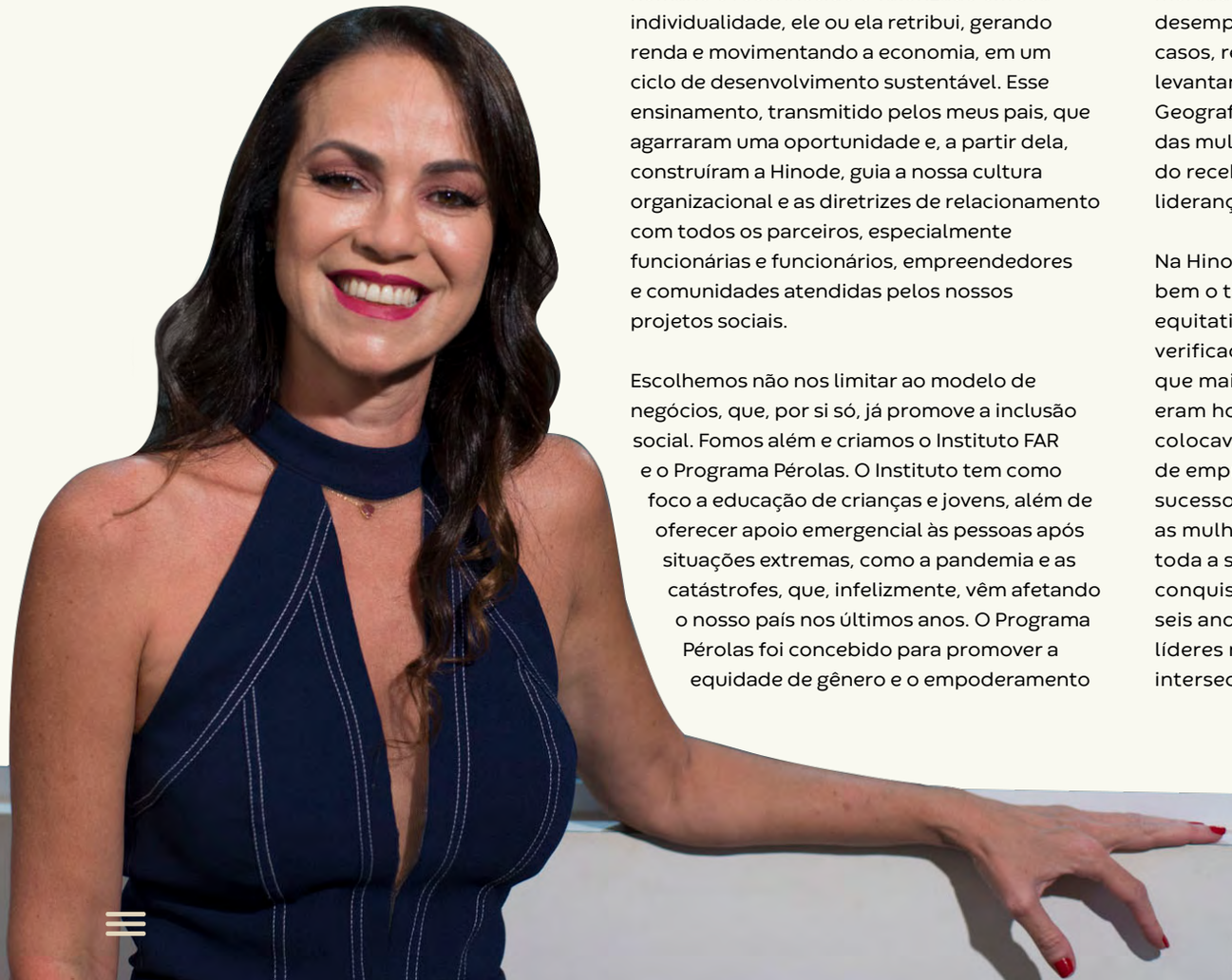
Acredito que temos um potencial para engajar milhares de pessoas para a sustentabilidade, considerando a relação existente com os empreendedores do Brasil e de países da América Latina, público que quando sensibilizado poderá levar esta mensagem adiante. Em sua maioria, são pessoas conectadas com clientes das classes C, D e E, que, infelizmente, ainda têm pouco conhecimento sobre os desafios nesta frente e sobre as oportunidades de negócios que podem ser geradas com a gestão sustentável. A sociedade que valoriza o empreendedorismo pode ver a sustentabilidade como importante direcionadora de negócios, sinalizadora de tendências e de novos produtos e serviços. O nosso papel é dar luz ao tema para que as pessoas comecem a observar e se importar com conceitos e ações que não prestavam atenção.

Registro nesta mensagem a minha profunda gratidão à nossa equipe incrível, que trabalha com paixão e brilho nos olhos; à diretoria, liderada pela Marília Rocca, que movida por um forte senso de propósito vem fortalecendo as bases do negócio; aos empreendedores, que levam os produtos Hinode aos quatro cantos do Brasil e da América Latina; aos franqueados, que oferecem o suporte necessário para o crescimento e expansão da empresa; aos fornecedores, parceiros que atuam ao nosso lado nesta jornada de constante aprimoramento; e aos clientes, que escolhem comprar da Hinode.

Por fim, agradeço aos meus pais, Francisco e Adelaide, e aos meus irmãos, Alessandro, Crisciane e Leandro, que implementaram os avanços que nos trouxeram até aqui, e a Deus, que sempre nos guiou nesta jornada.

Sandro Rodrigues
Presidente do Comitê de Acionistas

Mensagem da presidente do Comitê de Sustentabilidade



Acredito profundamente que a sociedade conseguirá reduzir a extrema desigualdade social e avançar de forma equitativa quando os setores público e privado passarem a dar as condições para que as pessoas tenham oportunidades. Quando o ser humano é reconhecido e valorizado em sua individualidade, ele ou ela retribui, gerando renda e movimentando a economia, em um ciclo de desenvolvimento sustentável. Esse ensinamento, transmitido pelos meus pais, que agarraram uma oportunidade e, a partir dela, construíram a Hinode, guia a nossa cultura organizacional e as diretrizes de relacionamento com todos os parceiros, especialmente funcionárias e funcionários, empreendedores e comunidades atendidas pelos nossos projetos sociais.

Escolhemos não nos limitar ao modelo de negócios, que, por si só, já promove a inclusão social. Fomos além e criamos o Instituto FAR e o Programa Pérolas. O Instituto tem como foco a educação de crianças e jovens, além de oferecer apoio emergencial às pessoas após situações extremas, como a pandemia e as catástrofes, que, infelizmente, vêm afetando o nosso país nos últimos anos. O Programa Pérolas foi concebido para promover a equidade de gênero e o empoderamento da mulher e hoje consolida-se como uma das maiores plataformas de formação de lideranças femininas do Brasil.

Ainda existe um viés inconsciente de valorização do homem sobre a mulher no mercado de trabalho. Profissionais que desempenham a mesma função, em muitos casos, recebem salários distintos. Segundo levantamento do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o rendimento das mulheres representa, em média, 77,7% do recebido pelos homens. Em cargos de liderança, a relação fica ainda pior, 61,9%.

Na Hinode, internamente, conseguimos gerir bem o tema e manter um ambiente mais equitativo. Mas esta mesma situação não era verificada na rede de empreendedores, visto que mais de 70% das lideranças neste grupo eram homens. Muitas mulheres incríveis se colocavam no papel de apoiadoras e não de empreendedoras à frente de times de sucesso. Daí surgiu o Pérolas, que capacita as mulheres para que consigam externar toda a sua capacidade e reconhece as conquistas e os resultados alcançados. Após seis anos de programa, atingimos 50,6% de líderes mulheres. Agora estamos olhando a interseccionalidade, os outros aspectos da diversidade que ajudam a manter a extrema desigualdade social e afetam com mais intensidade as mulheres trans e as mulheres negras, por exemplo. Avançaremos nessas frentes nos próximos anos.

Este movimento que promove a igualdade de oportunidades é poderoso. Incentiva a equidade de gênero no ambiente de trabalho, mas também engaja os nossos públicos, para que se libertem das amarras dos vieses inconscientes e incorporem a diversidade, no sentido amplo da palavra, na forma como enxergam o mundo e se relacionam. Percebi transformações no comportamento dos empreendedores, que começaram a externalizar mais amor e acolhimento, sem julgamentos. Isso ficou perceptível nas abordagens das treinadoras Pérolas, mulheres que capacitam as participantes do programa. A mudança é urgente se queremos deixar para as futuras gerações uma sociedade mais justa, onde as pessoas são valorizadas e respeitadas e vivem com dignidade.

Crisciane Rodrigues
Membro do Conselho de Acionistas,
Presidente do Comitê de Sustentabilidade e
idealizadora do Programa Pérolas

Mensagem da CEO

GRI 102-10, 102-14

Este foi um ano de fortalecimento das bases que sustentam a Hinode, empresa guiada pelo forte propósito de gerar impacto social por meio do empreendedorismo. Nossa visão estratégica apresenta, a partir da força do negócio, soluções para os desafios futuros da sociedade, especialmente para o desemprego estrutural. Nascemos da experiência de vida dos fundadores, que utilizaram o seu próprio exemplo de crescimento e superação com a venda direta para cunhar o objetivo e o modelo de atuação da organização. Temos plena consciência do nosso papel social e de como podemos contribuir ao manter um negócio justo, inclusivo e democrático.

Esse propósito, tão presente no jeito de trabalhar e decidir dos acionistas, e uma experiência anterior na rede de empreendedores Endeavor, fizeram com que eu valorizasse o trabalho desenvolvido pela família Rodrigues e assumisse a diretoria-executiva da Hinode. Antes de aceitar o convite, atuava há alguns anos como conselheira consultiva da empresa e fui chamada para acompanhar uma formatura do Programa Pérolas, importante iniciativa da companhia que capacita o público feminino. Como mulher, me senti inspirada por histórias de outras mulheres, que, por meio do microempreendedorismo, assumiram a gestão dos seus lares e das suas vidas. Este modelo de negócios não impõe limites ao crescimento e não segmenta as pessoas por classe social ou nível de escolaridade.

Em 2019, iniciamos um intenso processo de reestruturação, que objetivou melhorar a gestão para preservar e sustentar o modelo de negócios generoso, de distribuição de grande parcela da receita líquida para a rede de empreendedores. Desde então, ocorreram muitos avanços e mudanças, mas nesta jornada nunca abrimos mão de seguir sendo uma empresa com a gestão voltada para todos os *stakeholders*. Passamos pela fase de construção das fundações e do ferramental necessário e de reformulação das áreas e dos produtos, incorporando a sustentabilidade, a tecnologia e a inovação como itens transversais. Para se ter uma ideia da magnitude de tudo isso, no Brasil revisamos e lançamos 109 produtos e no exterior, 383.

Importante marco deste momento foi o começo da auditoria dos dados financeiros pela KPMG, a partir de 2019, que em 2022 entra no terceiro ciclo.

Encerramos 2021 com a certeza que nos encontramos melhores e mais preparados do que estávamos no final de 2020 para enfrentarmos os desafios do mundo e crescermos de forma sustentável, estruturada e consciente, fazendo frente aos ambiciosos objetivos, de triplicarmos a receita com presença em 15 países até 2025.

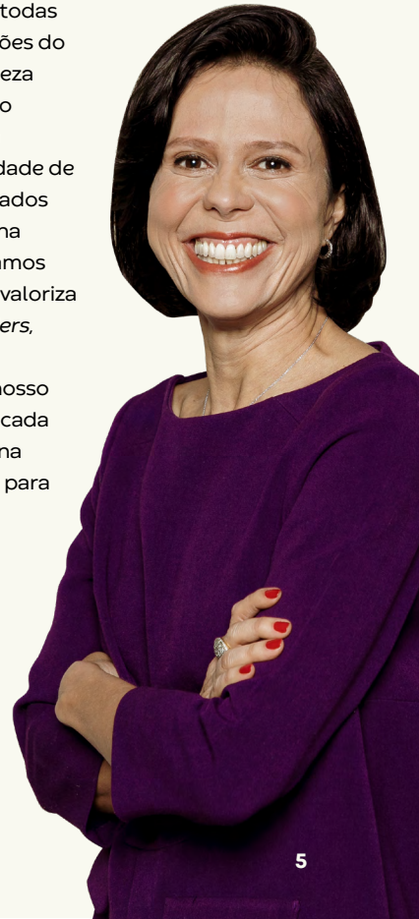
Do ponto de vista dos negócios, tivemos um ano positivo, embora extremamente complexo. Em 2020 vivemos um contexto de explosão de vendas, especialmente a partir do segundo semestre. Isso porque nos adaptamos rápido à pandemia e percorremos caminhos que não havíamos explorado antes, especialmente nas frentes de digitalização, vendas *online* e logística de entrega. Ingressamos em um 2021 que não esperávamos: com a continuidade e intensificação da Covid-19 as pessoas estavam esgotadas, com menos renda, em decorrência das elevadas taxas de desemprego no Brasil e nos outros países onde operamos, consumindo apenas itens básicos. Mesmo assim, abrimos duas novas operações, no Chile e no Paraguai. No primeiro semestre, registramos uma produção elevada, que caiu no segundo semestre. Como reflexo da crise econômica, na comparação com 2020, o melhor ano de nossa história, o volume produtivo foi reduzido em 8%, para 23 milhões de unidades.

Neste período desafiador, conseguimos estruturar uma abordagem estratégica para a sustentabilidade, aterrizando e organizando as boas práticas de impacto social trazidas pelos acionistas, mas também criando novos mecanismos, programas e iniciativas, alinhados à demanda do mercado e aos desafios atuais. O nosso portfólio ficou mais sustentável, com embalagens que usam menos material - houve redução no peso de 23,08% dos lançamentos no ano, que representaram 749.652 peças - e plástico de fonte renovável, presente em 8,65% dos lançamentos. Além disso, uma calculadora de impacto ambiental passou a orientar a criação de novos produtos. Também desenhamos e iniciamos a implementação da jornada ESG, com medição das emissões de gases de efeito estufa, criação de um programa de gestão de fornecedores, um sistema de monitoramento de riscos e um projeto de logística reversa. Nos comprometemos com o Capitalismo Consciente, que busca reduzir as desigualdades a partir da mudança na forma de se fazer negócios. Assinamos o Pacto Global da ONU e assumimos a responsabilidade de conduzir a operação com base em princípios de Direitos Humanos, Trabalho, Meio Ambiente e Anticorrupção.

O fator intangível que contribuiu para a superação dos desafios foi a nossa equipe, um time fortalecido por perseguir um mesmo propósito, unido pelos mesmos valores, que trabalhou incansavelmente, com força e resiliência, mas também com alegria, motivação e, acima de tudo, movido pela vontade de gerar impacto social. Graças a essa dedicação, implementamos as mudanças necessárias para melhorar a empresa como um todo e manter os níveis de rentabilidade. Em tempo recorde colocamos de pé uma nova estrutura de gestão e governança corporativa e um planejamento estratégico de longo prazo. Reposicionamos a marca, atuamos estrategicamente sobre a nossa reputação e revisamos o plano de bonificação, que vincula os incentivos da rede a nossa nova estratégia. Aprimoramos os canais de venda e entrega, o relacionamento com a rede e promovemos a automação de áreas.

Nos próximos anos, a empresa seguirá amadurecendo em todas as esferas e dimensões do negócio. Tenho certeza que esse movimento fará da Hinode uma potência na capacidade de compartilhar resultados e distribuir riqueza na sociedade. Acreditamos neste formato, que valoriza todos os *stakeholders*, principalmente os empreendedores, nosso motivo de existir, e, cada vez mais, parceiros na tarefa de contribuir para um mundo melhor.

Marilia Rocca
CEO do
Hinode Group



O Hinode Group

GRI 102-1, 102-2, 102-3, 102-4, 102-5, 102-6, 102-7, 102-12, 102-13, 102-16, 201-1

Criado em 1988, o Grupo Hinode Participações S.A. ou, simplesmente, Hinode Group surgiu da visão empreendedora de um casal, que começou a fabricar os produtos na garagem da sua antiga residência, na cidade de São Paulo. Naquele momento, Adelaide e Francisco, os fundadores, já conheciam a venda direta e visualizaram o potencial deste segmento para transformar a vida das pessoas de forma justa, democrática e inclusiva, fazendo frente ao desemprego estrutural, tema de extrema relevância na sociedade brasileira. Esta pequena empresa familiar tornou-se uma gigante, a maior de marketing multinível do Brasil, que emprega 664 pessoas e em em 2021 fabricou 23 milhões de unidades, registrou receita bruta de R$ 1,156 bilhão e está presente em oito países. No período, gerou R$ 1,685 bilhão em renda (que considera as bonificações pagas e o lucro com a revenda dos produtos) para uma rede de 600 mil empreendedores.

Fabrica 400 diferentes produtos nos segmentos de cuidados com a pele e cabelo, perfumaria, maquiagem e nutrição e performance com as marcas Hinode, no Brasil, e HND nos demais países*. O portfólio da empresa conta com produtos que cuidam de dentro para fora e de fora para dentro e é liderado pela categoria de fragrâncias, que reúne perfumes premiados. Os itens da marca podem ser adquiridos de empreendedores e no e-commerce. Com sede em Alphaville (SP), o Hinode Group, uma sociedade anônima de grande porte de capital fechado, conta com uma fábrica em Jandira (SP), que ocupa uma área de 12 mil metros quadrados, um centro de distribuição próprio em Extrema (MG), um centro de tecnologia em Piraju (SP) e 367 franquias (dezembro de 2021). No exterior, tem escritórios em todos os países onde atua – Peru, Colômbia, México, Equador, Chile, Bolívia e Paraguai – e HND Centers, espaços de capacitação e interação, exceto no Paraguai e no Chile.

A maior parte dos produtos comercializados é fabricada pela unidade do Hinode Group em Jandira, a Larrus Indústria e Comércio de Cosméticos, enquanto uma parcela menor produzida por fornecedores brasileiros e mexicanos. Os itens feitos pelos terceirizados do México permanecem naquele mercado. No Brasil, do centro de distribuição em Extrema, os produtos são enviados para todas as regiões nacionais.

Os produtos da Hinode chegam ao consumidor final por meio dos empreendedores independentes, responsáveis pelas vendas. Mesmo que o cliente opte por comprar on-line, no e-commerce, o empreendedor recebe uma comissão pela indicação, e quando não

23
milhões de unidades fabricadas em 2021

367
franquias em todos os estados brasileiros

- Franqueadora em Alphaville (SP)
- Fábrica em Jandira (SP)
- Centro de Distribuição em Extrema (MG)
- Centro de Tecnologia em Piraju (SP)
- 6 HND Centers: Lima (Peru), Bogotá (Colômbia), La Paz (Bolívia), Quito (Equador), Chihuahua e Veracruz (México)
- 8 escritórios corporativos (Brasil, Chile, Paraguai, Bolívia, Peru, Equador, Colômbia e México)

* A partir de março de 2022, a organização assumiu o nome Hinode Group e a marca de consumo, em todos os países, apenas Hinode.

há um intermediário a Hinode também distribui um percentual sobre o valor da venda. Neste caso, aquele que encontra-se mais próximo (a) do consumidor, identificado por ferramenta de geolocalização, é beneficiado. Isso ocorre em razão do modelo de negócios, que tem como fundamento sempre distribuir renda aos empreendedores.

O empreendedorismo é a base do Hinode Group, que oferece as condições e ferramentas para que as pessoas desenvolvam o seu próprio negócio, sem distinção de classe social, escolaridade, gênero e raça. Nestas três décadas de existência trabalhou arduamente para que cada um consiga despertar o seu sol e assumir o rumo de sua vida. Tem a certeza que contribuiu para a independência financeira de milhares de empreendedores, especialmente mulheres, 64% do total, das classes D e E (62%). Muitas dessas mulheres são as principais provedoras de renda dos seus lares, o que faz do empoderamento feminino um instrumento poderoso para gerar riqueza e promover sociedades mais prósperas.

No Brasil, assim como em outros países do mundo, os trabalhadores informais representam uma parcela significativa da população, 40,6% segundo o IBGE. Enquanto o desemprego segue elevado, 12,6% em setembro de 2021, o número de empresas abertas aumenta a cada nova medição, o que indica que as pessoas estão migrando para o empreendedorismo. No terceiro trimestre de 2021, houve um crescimento de 19% na comparação com o mesmo período de 2020 e 33% sobre 2019. E nesse ecossistema, as mulheres desempenham papel relevante. Estima-se que mais de 48% dos empreendimentos são de mulheres e, de acordo com o Sebrae, a quantidade de micro e pequenas empresas abertas pelo público feminino aumentou 40%, o que faz com que o Brasil ocupe o 7º lugar no ranking dos países com maior proporção de mulheres entre os empreendedores iniciais.

A empresa segue o modelo de marketing multinível, no qual o empreendedor pode ainda engajar mais profissionais, formando sua própria rede. Neste caso, há o lucro com a comercialização direta dos cosméticos e suplementos, mas também com as vendas efetuadas pelos demais integrantes do grupo. Os empreendedores podem comprar os produtos nas franquias, que oferecem espaços de troca e capacitações, ou diretamente da Hinode.

	2021	2020
Valor adicionado total a distribuir	**705.453**	**840.622**
Distribuição do valor adicionado	**705.453**	**840.622**
Pessoal	**80.526**	**62.615**
Remuneração direta	66.278	51.157
Benefícios	9.903	8.453
FGTS	4.345	3.005
Impostos, taxas e contribuições	**254.326**	**322.666**
Federais	107.064	145.526
Estaduais	140.316	166.298
Municipais	6.946	10.842
Remuneração de capitais de terceiros e capitais próprios	**384.832**	**464.237**
Juros	27.700	19.076
Outros resultados retidos no exercício	342.901	436.265

GERAÇÃO DE VALOR

Fábrica

Unidade de fabricação da maior parte dos produtos comercializados

23 milhões
de unidades produzidas em 2021

Portfólio com
400 produtos

Ocupa área de
12 mil metros quadrados

Centro de Distribuição

É de onde saem os produtos para todo o Brasil

Movimenta
2,7 milhões
de unidades mensais, totalizando
32 milhões
de unidades no ano

Ocupa uma área de
6 mil metros quadrados

Modelo de Negócio

Hoje, a Hinode é a empresa de venda direta que oferece à sua rede a maior margem de revenda do mercado, que pode chegar a 50% do valor do produto, e a que mais compartilha os seus resultados com os empreendedores.

MODELO DE NEGÓCIO

Receita bruta anual de **R$ 1,2 bilhão** **R$ 254,3 milhões** de impostos gerados

FÁBRICA
23 milhões
de unidades produzidas por ano
JANDIRA (SP)

TERCEIROS DE MANUFATURA

FRANQUEADORA
ALPHAVILLE (SP)

Franqueados
367 FRANQUIAS NO BRASIL E
6 HINODE CENTERS NOS PAÍSES DA AMÉRICA LATINA

R$ 104,6 milhões
EM RENDA PARA FRANQUEADOS
(2021)

INSTITUTO FAR
290 mil pessoas
beneficiadas pelos projetos sociais

PROGRAMA PÉROLAS
460 mil mulheres
capacitadas para o empreendedorismo

UNIVERSIDADE HINODE
107,2 mil horas
de treinamentos em 2021

CENTRO DE DISTRIBUIÇÃO
De onde saem os produtos para todo o mercado brasileiro
EXTREMA (MG)
Filiais presentes nos estados MS, BA e CE.

Colaboradores
644 funcionários no Brasil e exterior
2800 horas de capacitação em 2021

ESCRITÓRIOS CORPORATIVOS
Brasil, Bolívia, Chile, Colombia, Equador, México, Paraguai, Peru

E-COMMERCE

Empreendedores
600 mil
empreendedores
6,5 mil
líderes de rede

Clientes
Produtos mais sustentáveis e ferramentas que permitem que os clientes sejam atendidos onde e como quiserem

R$1,3 bilhão
DE RENDA PARA A REDE
(LUCRO DE REVENDA + BÔNUS EM 2021)

LINHA DO TEMPO

1988

Criação Grupo Hinode

2008

Implementação do modelo de marketing multinível

2012

Início das franquias

Novo Plano de Bonificação dos Empreendedores

2015

Criação do Programa Pérolas e do Instituto FAR

2017

Internacionalização, com ingresso no Peru e na Colômbia

2018

Abertura no Equador

2019

A Hinode torna-se signatária da ONU Mulheres

1º ano auditoria independente KPMG (dados financeiros)

Início da atuação na Bolívia e no México

2020

Definição da estratégia e inicio da Jornada ESG

Enfrentamento da pandemia

2021

Planejamento Estratégico 2025

Assinatura dos compromissos com o Pacto Global e com o Capitalismo Consciente

Ingresso em mais dois novos mercados, Chile e Paraguai

Tratados e associações

O Hinode Group submeteu o compromisso com os 10 principios do **Placto Global da ONU*** em 2021, e, com isso, comprometeu-se a seguir no dia a dia das suas operações princípios de Direitos Humanos, Trabalho, Meio Ambiente e Anticorrupção. Também aderiu ao **Capitalismo Consciente Brasil**, instituto que ajuda a transformar a maneira de se fazer investimentos e negócios no país, reduzindo a desigualdade com programas de conscientização, inspiração e educação. Assinou, ainda, a **Coalizão Empresarial para o Fim da Violência contra Mulheres e Meninas 2022**, do Instituto Avon, e os **Princípios de Empoderamento das Mulheres (WEPs)**, da ONU Mulheres.

Além disso, participa ativamente das discussões que buscam o aprimoramento do setor onde atua e do ambiente corporativo como um todo. Assim, integra a **Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec)**, a **Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (Abiad)**, a **Associação Brasileira de Franchising (ABF)** e a **Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas (ABEVD)**.

*O Hinode Group assinou o compromisso em 2021 e aguarda a aprovação do seu ingresso, processo conduzido pelo UN Global Compact

Manifesto

O sol nunca desiste.

Mesmo na escuridão da madrugada,
segue em frente com coragem.

Nada pode ofuscar sua luz: uma hora o dia vai chegar.

Na Hinode, a determinação dos primeiros raios da manhã ilumina nossa jornada desde sempre.

Está no nosso nome, Hinode é "sol nascente", porque somos feitos de gente que acredita que, todo dia, quando o sol aparece, inúmeras possibilidades se revelam.

Novos sonhos, chances, recomeços.

Isso é Hinode.

É acreditar que existe uma escolha de vida a cada amanhecer.

É saber que uma estrela nunca deixa de brilhar.

É decidir, todos os dias, pelo caminho do bem-estar e da beleza, dando o seu melhor para cuidar de si, dos outros e do mundo.

HINODE - Desperte seu sol

PROPÓSITO

Oferecer às pessoas uma oportunidade de transformar suas vidas.

Valores

“Fé e Crença inabalável”

Somos movidos pela nossa Fé. Cremos que com otimismo e resiliência somos capazes de alcançar nossos maiores sonhos. Mesmo em momentos de escuridão, seguimos em frente com coragem.

É sobre nunca deixar de acreditar.

"Sem esforço não há resultado"

Acreditamos que o esforço leva a resultados extraordinários. Para nós, nada importa mais do que a atitude das pessoas e o impacto de suas ações. Essa é nossa forma de agir e reconhecer todos aqueles que fazem acontecer.

É sobre fazer por merecer.

“Sucesso só vale se for no plural”

Somos inspirados pelo poder do coletivo e celebramos juntos os méritos de nossas conquistas. Abraçar a pluralidade é o nosso compromisso com uma sociedade mais democrática, ética e criativa.

É sobre o poder de ser rede.

“Nada é tão bom que não possa ser melhorado"

Não somos perfeitos, mas prometemos ser um pouco melhor todos os dias. Com inconformismo, humildade e proatividade, buscamos diariamente por novas formas evoluir.

É sobre nunca se conformar.

“Cada vez mais simples. Cada vez mais juntos. Cada vez mais fortes.”

Somos apaixonados pelo o que fazemos, orgulhosos de nossa origem e simples por essência. Acreditamos que relações honestas, francas e transparentes nos levam mais longe.

É sobre a força da simplicidade.

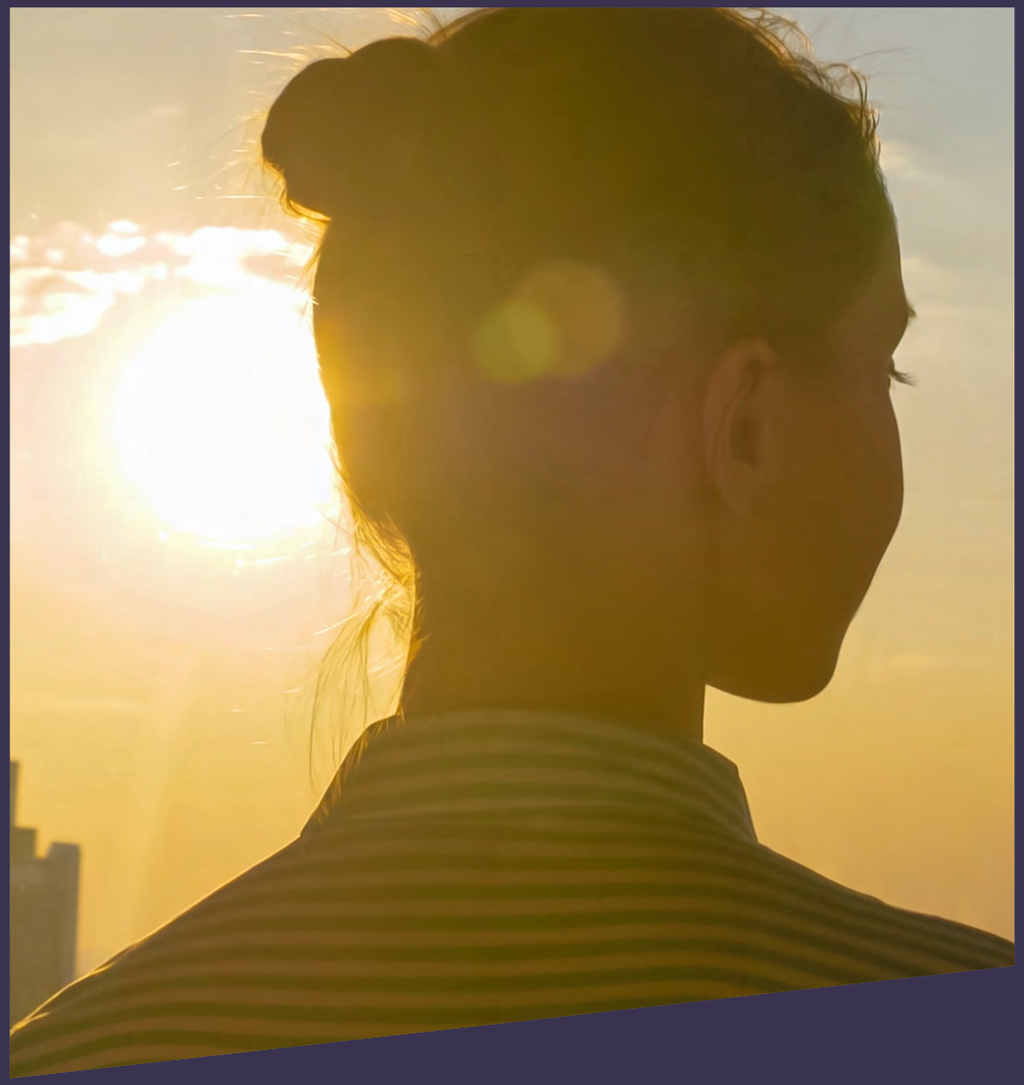
“Cuidar de si, dos outros e do mundo"

Nossa forma de cuidar é generosa e para todos. Todo despertar do sol é uma nova chance de decidir pelo caminho da autoconfiança, da beleza e do bem-estar. Uma oportunidade de transformar nossas vidas e das pessoas ao nosso redor.

É sobre cuidar por inteiro.

Estratégia

JOLI
CUPUAÇU
FAVA TONKA
200ml
JOLI
COFFEE
RED BERRIES
200ml
JOLI
COCONUT
VANILLA
200ml



A Hinode do futuro

A empresa que se prepara para o desenvolvimento e expansão nos próximos anos preserva o legado e a visão dos fundadores, de oferecer às pessoas uma oportunidade de transformar suas vidas. Mas também incorpora um olhar para as mudanças do mundo e se estrutura de forma profissional, ágil e dinâmica, para que esta evolução aconteça de verdade.

Esse legado e visão, expressos no nome Hinode, palavra japonesa que significa o primeiro raio de sol da manhã ou, simplesmente, sol nascente, se baseiam em conceitos que norteiam a organização nesses mais de 30 anos de existência, como acolher, iluminar, revelar, despertar, renovar e evoluir. Têm o objetivo claro de promover o empreendedorismo na sociedade latino-americana e seguem à risca uma frase muito forte na cultura organizacional, que o sucesso só vale se for no plural.

Desde 2019 a companhia vem passando por uma forte reestruturação para proteção de caixa, aumento de eficiência operacional, estabilização comercial e retomada do crescimento. O foco deste processo tem sido gestão, com redução, em 2020, do portfólio de produtos de 680 para cerca de 400, automação, digitalização com implementação de *e-commerce*, internacionalização, profissionalização e desenvolvimento das equipes e da rede, controles rigorosos, criação de áreas e consequente reforço corporativo com a contratação de executivos do mercado, que atuavam em empresas reconhecidas, fortalecimento da estrutura de governança corporativa, entre outras iniciativas, preservando o rendimento da rede.

Neste período, a Hinode iniciou a reestruturação (2019), protegeu a operação em um contexto de incertezas (2020), estabeleceu os alicerces que a sustentarão nos próximos anos e detalhou a sua estratégia de crescimento até 2025 (2021), alcançando um nível maior de maturidade e profissionalização.

Os alicerces de sustentação foram divididos em seis pilares estratégicos trabalhados em 2021: fortalecimento da marca, fortalecimento dos produtos, empresa digital com bases no mundo físico, fidelização, empresa FIT e fortalecimento da internacionalização.

Turnaround

2019

Reestruturação da empresa com forte foco em proteção de caixa, aumento de eficiência operacional e estabilização comercial.

Estruturação dos processos de gestão de caixa e financeiros

Redução de 50% do portfolio

Otimização dos estoques

Renegociação com fornecedores

Otimização operação de entrega

Otimização da fábrica

Reestruturação organizacional

Implantação de sistemas de *supply chain*

COVID-19

2020

Foco em proteger a empresa do cenário de instabilidade econômico-financeira causado pela pandemia da Covid-19

Gestão da crise da Covid-19

Formação do time de executivos

Foundation

2021

Estruturação das equipes, ferramentas, práticas e modelo de gestão que servirão de alicerces para o crescimento da empresa

Implantação da governança corporativa e do modelo de gestão

Investimento em sistemas e ferramentas e gestão de vendas

Desenvolvimento Pilares Estratégicos 2021

Elaboração do Planejamento Estratégico 2025 com a Bain&Co

Growth

2022

Crescimento das ferramentas e práticas implantadas e execução do planejamento

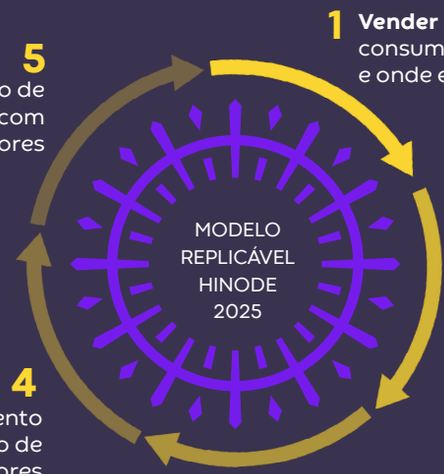
Início da implantação do modelo replicavel Hinode

Início da execução das diretrizes estrategicas 2025, por frentes de atuação

HINODE GROUP

O Planejamento Estratégico 2025

Elaborado com o apoio da Bain & Company, esse robusto planejamento, o primeiro com esta dimensão na história da Hinode, tem como foco cinco frentes prioritárias: aumento da retenção dos empreendedores; ampliação da produtividade da rede; expansão da participação nos mercados onde já atua; obtenção de receita incremental com novos canais; e ingresso em mais países. Essa estratégia almeja, em 2025, triplicar a receita e presença em 15 países, com a priorização de categorias específicas de produtos nas frentes bens de consumo, serviços (como tratamentos de beleza), beleza e vida saudável.



1 **Vender** para consumidores como e onde eles querem

2 **Encantar** consumidores e empreendedores com produtos, serviços e experiências

3 **Remunerar** novos empreendedores com proposta atrativa

4 **Suportar** crescimento e resultado de empreendedores construtores

5 **Aumentar** o número de empreendedores com perfil de construtores

HINODE GROUP

A sustentabilidade para a Hinode

GRI 102-40, 102-42, 102-46, 102-47, 103-1, 102-50, 102-51, 102-52, 102-53, 102-54

Apesar de a sustentabilidade estar presente na razão da existência da empresa, desde a sua fundação – o seu propósito é transformar a vida das pessoas e endereçar questões estruturais, como o desemprego, por meio do empreendedorismo –, e acompanhar as decisões e estratégias até os dias de hoje, a Hinode não contava com a estruturação desse processo, para melhor entender o que já faz, o que deve ser aprimorado e as iniciativas que precisam ser criadas. Até novembro de 2020, quando foi criada a vice-presidência ESG (sigla em inglês, que significa Ambiental, Social e Governança), a área de P&D desenvolvia ações para reduzir os impactos ambientais do negócio. A partir daí, a sustentabilidade ganhou impulso e, já em 2020, teve início o mapeamento dos riscos e a construção da matriz de materialidade. Em 2021, houve a criação de um Comitê de Sustentabilidade, que assessora o Comitê de Acionistas.

Uma jornada ESG de longo prazo foi desenhada, com base nas exigências para a obtenção da certificação de Empresa B* em 2022. A companhia priorizou 24 projetos, que abordam questões essenciais e deixam a Hinode apta para iniciar o processo de obtenção desse certificado. Fazem parte das iniciativas: inventário de carbono, gestão de riscos, mensuração da geração de valor, estrutura robusta de gerenciamento de fornecedores, aprimoramento da governança corporativa, logística reversa e rotulagem das embalagens, entre outras, com implementação iniciada em 2021. Essas ações estão distribuídas dentro de seis frentes de trabalho: Posicionamento e Estratégia de Comunicação ESG, Meio Ambiente, Social, Governança, Gestão de Indicadores, Compromissos e Certificações e Engajamento de *Stakeholders* (ver detalhamento ao lado).

O Hinode Group definiu que a área ESG é responsável por desenvolver e estimular princípios de responsabilidade socioambiental, mapear prioridades e elaborar políticas para guiar os diversos níveis da organização, além de acompanhar os indicadores ESG relevantes para a Companhia. Irá liderar a implementação do programa ESG, mas com o comprometimento das demais áreas da empresa, que assumem a liderança de projetos e, principalmente, a gestão das iniciativas no dia a dia. Os programas voltados a fornecedores, por exemplo, são conduzidos por Suprimentos. Além disso, cada uma das seis frentes de trabalho conta com *sponsors* da alta liderança, que acompanham o avanço das iniciativas e apoiam na tomada de decisões estratégicas.

Posicionamento e Estratégia de Comunicação ESG

Identificar as fortalezas da estratégia ESG frente ao mercado. Base importante para o direcionamento da estratégia de comunicação corporativa.

Meio ambiente

Implantação dos projetos estruturantes para endereçar os principais aspectos ambientais do modelo de negócio e diminuição da exposição da companhia a eventuais riscos regulatórios, operacionais e de imagem, provocados pelos aspectos ambientais.

Social

Implantação de projetos estruturantes para capturar oportunidades presentes no modelo de negócio, com o objetivo de mensurar e potencializar a geração de valor no capital humano.

Governança

Implantação de projetos para atender as boas práticas de governança corporativa e diminuir a exposição aos riscos.

Gestão de Indicadores, Compromissos e Certificações

Estabelecimento de indicadores materiais e acompanhamento da evolução do Programa. Também serão definidos os compromissos para guiar a trajetória a curto e médio prazos e as certificações ESG que atestem o nível de governança para o mercado.

Engajamento de *Stakeholders*

Capacitação e engajamento dos principais *stakeholders* da companhia e fomento do poder da rede, para que os empreendedores sejam os agentes de transformação na sociedade.

* As Empresas B equilibram propósito e lucro. A letra "B" refere-se aos benefícios gerados para os *stakeholders*. O Movimento foi criado em 2006, nos Estados Unidos, pela ONG B Lab. Para uma empresa receber o selo B, ela precisa passar por um rigoroso processo de verificação pela organização do Sistema B, com aprovação do B Lab.

Programa ESG | Governança

O Hinode Group tem como objetivo ser uma empresa B, com riscos de materialidade mitigados e diferenciais devidamente comunicados.

Papéis e Responsabilidades

Patrocínio do Programa

Acompanhamento da agenda estratégica

Assessoramento ao conselho de acionistas sobre questões socioambientais

Consulta e apoio nas tomadas de decisão estratégica dos projetos do Programa ESG

Estabelecimento do Escopo

Execução do cronograma

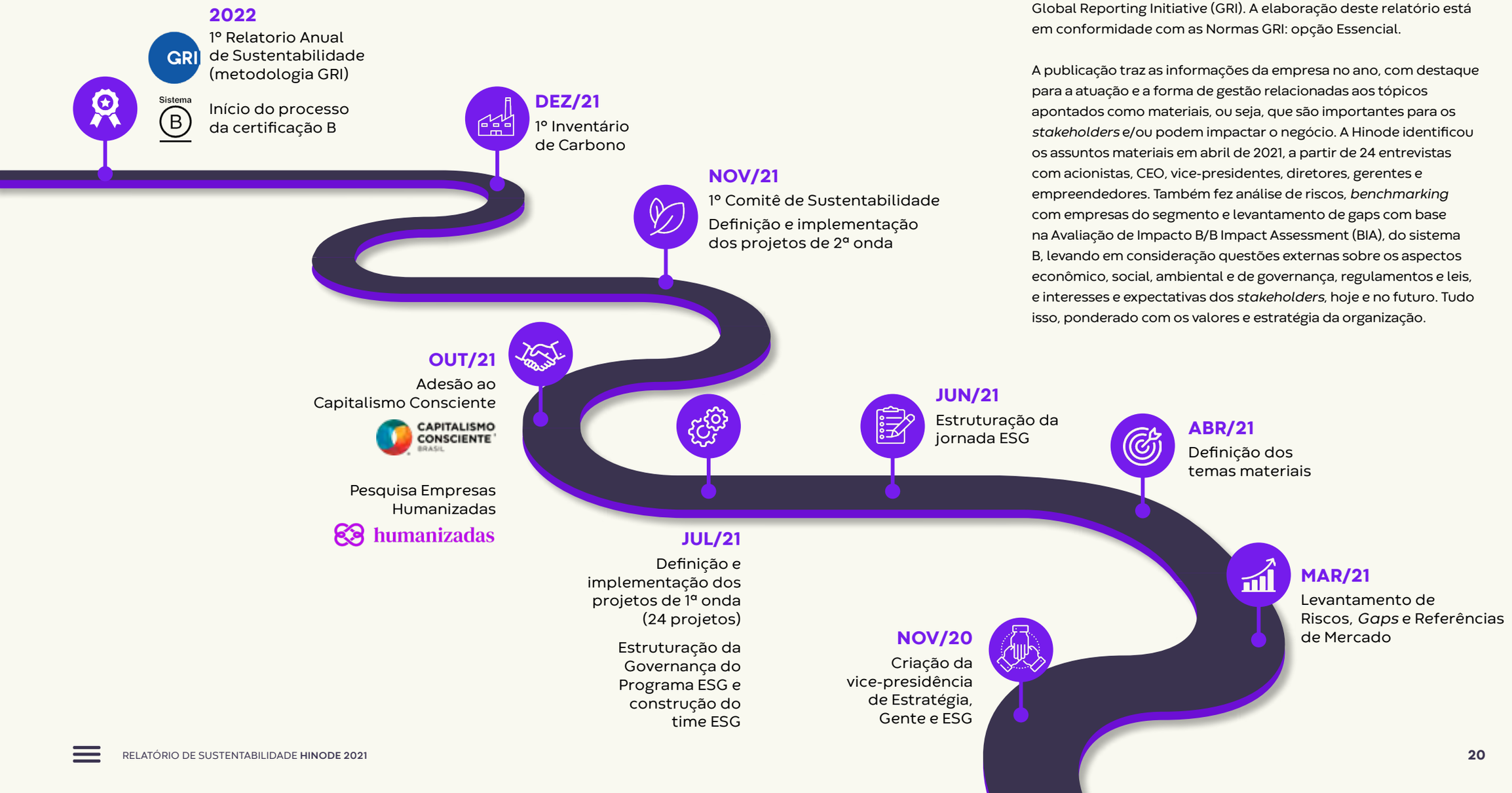
Monitoramento do Programa (olhar sistêmico e transversal)

Garantir o atendimento aos principais *frameworks* ESG do mercado

Acompanhamento das Ações do cronograma

Apontamento de desvios/ riscos e *issues*

Programa ESG | Principais Marcos 2021



Parte importante deste processo foi a decisão de publicar anualmente, a partir de 2022, com as informações de 2021, o primeiro relatório de sustentabilidade na história da empresa, que já nasce seguindo o principal padrão de reportes do mundo, o da Global Reporting Initiative (GRI). A elaboração deste relatório está em conformidade com as Normas GRI: opção Essencial.

A publicação traz as informações da empresa no ano, com destaque para a atuação e a forma de gestão relacionadas aos tópicos apontados como materiais, ou seja, que são importantes para os *stakeholders* e/ou podem impactar o negócio. A Hinode identificou os assuntos materiais em abril de 2021, a partir de 24 entrevistas com acionistas, CEO, vice-presidentes, diretores, gerentes e empreendedores. Também fez análise de riscos, *benchmarking* com empresas do segmento e levantamento de gaps com base na Avaliação de Impacto B/B Impact Assessment (BIA), do sistema B, levando em consideração questões externas sobre os aspectos econômico, social, ambiental e de governança, regulamentos e leis, e interesses e expectativas dos *stakeholders*, hoje e no futuro. Tudo isso, ponderado com os valores e estratégia da organização.

Temas materiais

E

Ecoeficiência nas operações

Engloba emissões diretas e indiretas de carbono, gases de efeito estufa, poluentes atmosféricos, compostos e outras substâncias significativas que potencializam impactos ambientais; resíduos gerados na indústria e no centro de distribuição; consumo de energia e de combustíveis renováveis e não-renováveis; consumo de água, reutilização e tratamento de efluentes.

Gestão sustentável do produto

Desenvolvimento de pesquisa e inovação para a criação de produtos com insumos mais sustentáveis para os consumidores e para o meio ambiente, assim como para a gestão das embalagens desde a sua concepção até o pós-consumo e descarte, o que envolve consumidores, franquias e HND Centers.

Cadeia de valor sustentável

Este tópico considera o relacionamento e as iniciativas voltadas para fornecedores, empreendedores, franqueados e franqueadas, especialmente o fomento ao empreendedorismo e a manutenção de um relacionamento transparente, e consumidores.

S

Saúde e Segurança do Trabalho

Comprometimento com um ambiente de trabalho seguro e saudável, livre de acidentes, fatalidades e doenças, o que inclui investimentos em estrutura e equipamentos, sistemas e programas de gestão da segurança, treinamentos e auditorias.

Desenvolvimento local

Engajamento, avaliações de impacto, investimentos e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local e grupos vulneráveis.

Desenvolvimento do negócio

Desempenho econômico e financeiro sustentável, com o fortalecimento da marca e a transparência sobre o modelo de negócios.

Desenvolvimento integral das equipes

Capacitação, igualdade de oportunidades, apoio e estímulo à diversidade e saúde mental.

G

Governança, transparência e integridade

Estrutura de governança, ética, integridade e o fortalecimento da presença da cultura ESG em todas as etapas do negócio.

O relatório também detalha o relacionamento com os *stakeholders* engajados pela organização: funcionários, empreendedores, franqueadas e franqueados, consumidores, comunidade e fornecedores. Esses públicos foram priorizados a partir de um processo que, primeiramente, levantou todos os grupos com os quais a Hinode interage e, em um segundo momento, identificou os mais relevantes para a operação como um todo, classificados de acordo com seu poder e influência. Também estabeleceu-se uma frequência de contato e formas de monitoramento, consulta e compartilhamento de informações. O relatório descreve em capítulos específicos como ocorre o engajamento com cada um desses *stakeholders*.

Caso tenha dúvidas ou comentários sobre o relatório e seu conteúdo, envie um email para: **sustentabilidade@grupohinode.com**

Ecoeficiência nas operações

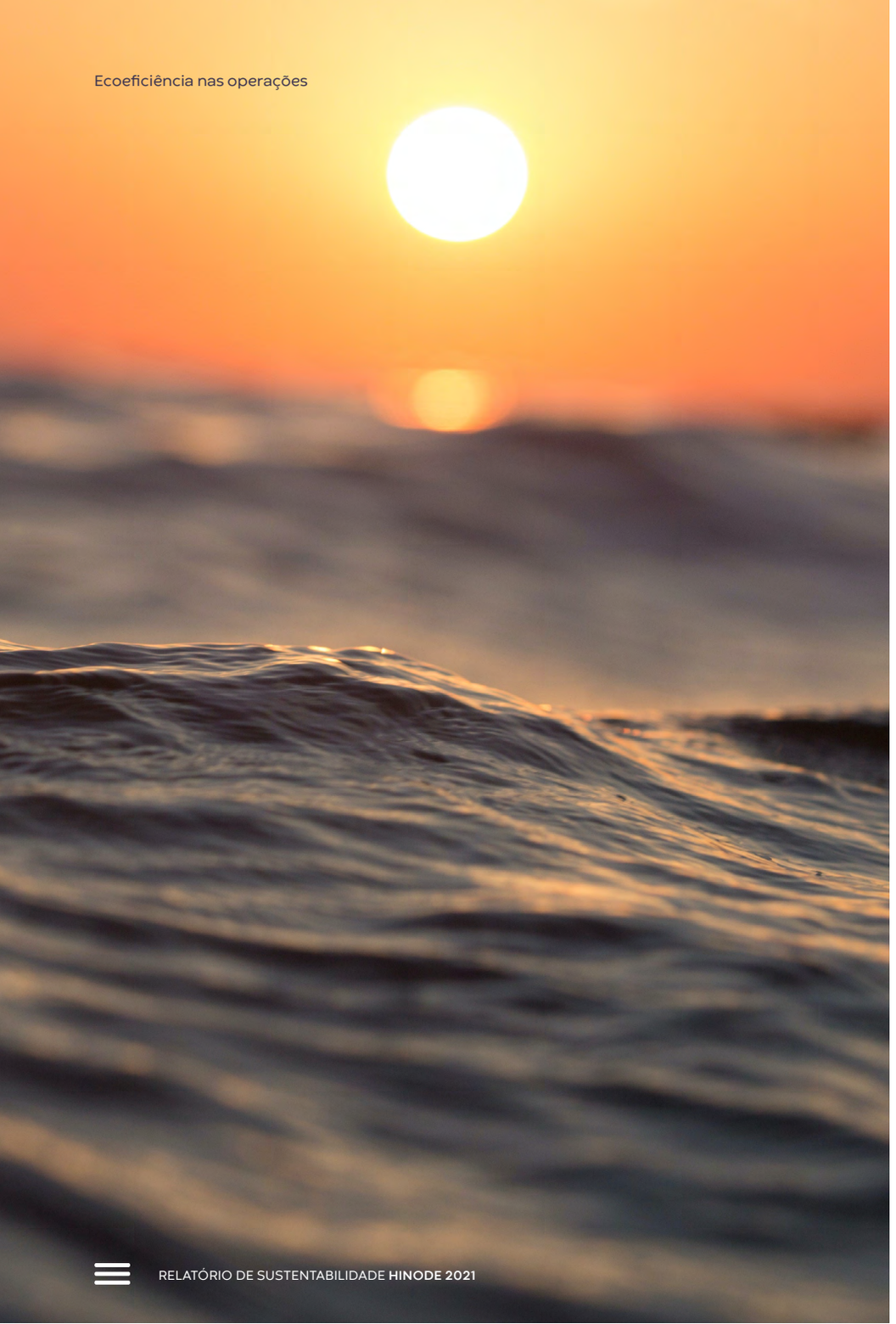
GRI 103-1, 103-2, 103-3

O compromisso com o meio ambiente demanda esforços para a melhoria contínua dos processos, para a gestão inteligente de recursos, para a inovação e para a disciplina de execução, buscando aprimorar constantemente o desempenho ambiental. A empresa está comprometida com a busca de modelos operacionais mais eficientes e, a partir de 2021, com avanços ambientais na própria operação e na dos fornecedores.

Este foi um ano de entendimento dos impactos gerados pela operação. Esta jornada conta com iniciativas e projetos que objetivam o uso mais inteligente do capital natural, o que inclui o controle do consumo de água e energia, da geração de resíduos sólidos e das emissões de gases de efeito estufa. A companhia também avaliou a efetividade da forma atual de gestão ambiental e os resultados obtidos. As metas e os compromissos públicos de longo prazo serão estabelecidos em 2022, em linha com a estratégia de geração de valor.

Estas metas serão incorporadas ao painel de metas dos funcionarios, que também passaram a fazer parte de pequenos grupos de trabalho que tentam encontrar soluções mais sustentáveis. Os colaboradores começaram a apoiar as principais frentes de atuação no campo ambiental. Já a alta liderança, em 2022, terá como meta, com impacto na remuneração variável, a obtenção da pontuação necessária no questionário B Impact Assessment, para iniciar o processo de certificação Empresa B, de responsabilidade socioambiental.

Carolina Vieira (11 meses no Hinode Group), analista de Pesquisa e Desenvolvimento II, e Raquel Tolentino da Silva Santos (10 meses de empresa), técnica de Laboratório



Água

GRI 303-1, 303-2, 303-3, 303-4, 303-5

A água representa 80% da composição de alguns produtos, como shampoos e cremes. Além disso, é utilizada na higienização das áreas de produção, que precisam estar muito limpas para garantir a integridade dos itens e do processo. Essa água é proveniente do sistema de abastecimento público.

Para otimizar o consumo, a empresa promove ações de rotina que previnem vazamentos e o desperdício, como leitura diária de hidrômetros e vistorias em todos os espaços. Também acompanha mensalmente os indicadores, assim como a análise dos efluentes da fábrica e do centro de distribuição. Em 2022, passará a monitorar o consumo dos principais fabricantes terceirizados.

Em 2021, o grupo utilizou 13,6 megalitros de água, sendo que a unidade industrial de Jandira (SP) respondeu pela maior parte deste volume. Os efluentes desta planta são tratados externamente, por empresa terceirizada, que segue todos os critérios regulatórios, e os devolve para a rede coletora de acordo com as exigências previstas no Decreto nº 8468/76. Os escritórios no Brasil e demais países e os HND Centers lançam seus efluentes nas redes municipais de tratamento. O centro de distribuição em Extrema (MG) trata os efluentes em sumidouro, em linha com a Resolução Conama 430/2011, que orienta os padrões, considerando a classificação dos corpos hídricos de cada região.

Captação de água (em megalitros)

	2020	2021
Superficial	0	0
Subterrânea	0	0
Água de terceiros	13,54	13,60

Descarte de água (em megalitros)

	2020	2021
Superficial	0	0
Subterrânea	0	0
Água de terceiros	8,04	8,079

Emissões

GRI 305-1, 305-2, 305-3, 305-4

O Hinode Group começou a mapear suas emissões em 2021, nos escopos 1, 2 e 3, na metodologia do Programa brasileiro GHG Protocol, acompanhamento que faz parte dos projetos da primeira onda do Programa ESG. O objetivo é ter o levantamento para, então, identificar os gargalos e definir as estratégias de atuação.

O inventário elaborado mostrou que o modelo operacional atual não emite elevados níveis de gases de efeito estufa diretos (emissões pertencentes aos escopos 1 e 2), pois os insumos e materiais de embalagens são adquiridos prontos, dos fornecedores. Os principais emissores de fonte direta são o GLP utilizado na caldeira da planta industrial em Jandira (SP) e o diesel que alimenta um gerador no centro de distribuição. Para mensurar as emissões indiretas, alocadas ao longo de sua cadeia de valor, e quantificar a pegada de carbono dos produtos, foi criada a calculadora de impacto ambiental

Escopo do Inventário GEE 2021 - Grupo Hinode

Transporte e Distribuição - *Upstream*

Deslocamento casa-trabalho

Escopo 1

Combustão Estacionária (bomba de incêndio, caldeira, gerador e gás de cozinha)

Combustão Móvel (veículos operacionais)

Emissões fugitivas (extintores e ar condicionado)

Escopo 2

Consumo de Energia Elétrica do Sistema Interligado Nacional

emissões diretas

Escopo 3

Transporte e Distribuição - *Dowstream*

Viagens aéreas

Tratamento de resíduos gerados na operação

emissões indiretas

Empilhadeiras elétricas utilizadas na fábrica em Jandira (SP)

As ações buscam contribuir com o objetivo global de limitar o aumento da temperatura da Terra em 1,5ºC, em linha com o Acordo de Paris. O grupo entende que a concentração de GEE na atmosfera pode impactar suas operações, com a redução na oferta de recursos, desastres e eventos extremos com potencial para atingir suas operações e seus *stakeholders*, assim como com o surgimento de novas pandemias - que como vimos com a Covid-19, prejudicam a economia como um todo, reduzindo o poder de compra das pessoas.

Soma-se a esses fatores, a regulação do mercado de carbono, que impõem um custo às empresas que ultrapassarem os limites de emissões, ou seja, terão que pagar pela poluição gerada. São estabelecidos limites de emissões durante um determinado período e as companhias devem reduzir no nível estabelecido. As que não conseguirem, terão que adquirir créditos de carbono de outras organizações que têm excedente - sistema de comércio de emissões, o mercado de crédito de carbono - ou receberão punições.

As empresas têm um papel preponderante na agenda climática, na adequação de suas operações, na mobilização dos públicos e em ações e na participação em iniciativas que envolvam os setores público e privado. E a Hinode participará ativamente deste esforço. Em 2021, a intensidade de emissões de GEE, medida pela relação entre as emissões nos escopos 1, 2 e 3 (em tCO_2e) e a receita bruta, foi de 0,001251354.

Emissões de GEE (tCO_2e) - Escopos 1, 2 e 3

CATEGORIA	ESCOPO I	ESCOPO II	ESCOPO III	EMISSÕES TOTAIS	%
Efluentes	0,00	0,00	12,53	12,53	0,87
Energia Elétrica	0,00	200,74	0,00	200,74	13,94
Equipamentos	193,43	0,00	0,00	193,43	13,43
Infraestrutura	11,00	0,00	0,00	11,00	0,76
Manutenção	88,07	0,00	0,00	88,07	6,11
Resíduos sólidos	0,00	0,00	934,22	934,22	64,86
Transporte de resíduos	0,00	0,00	0,46	0,46	0,03
Total	**292,50**	**200,74**	**947,21**	**1.440,44**	**100,00**

GHG - Emissão por escopo (t)

GHG	ESCOPO I	ESCOPO II	ESCOPO III	ESCOPO I CO_2e	ESCOPO II CO_2e	ESCOPO III CO_2e	TOTAL CO_2e
CH_4	0,02	0,00	33,81	0,55	0,00	946,75	947,30
CO_2	204,44	200,74	0,45	204,44	200,74	0,45	405,63
HFC-125	0,02	0,00	0,00	71,96	0,00	0,00	71,96
HFC-32	0,02	0,00	0,00	15,37	0,00	0,00	15,37
N_2O	0,00	0,00	0,00	0,18	0,00	0,00	0,19
Total				**299,50**	**200,74**	**947,21**	**1.440,44**

Emissão de Gás Carbônico renovável e biogênico (t)

ESCOPO I	ESCOPO II	ESCOPO III	TOTAL
5,88	0,00	0,00	5,88
5,88	**0,00**	**0,00**	**5,88**

Observações: 1) Em 2020 emissões de carbono não eram monitoradas; 2) Metodologia do Inventário é controle operacional - Programa brasileiro GHG protocol. Os valores finais GEE do Escopo 3 estarão publicados no Registro Público de Emissões em maio de 2022 – as emissões do Escopo 3 divulgadas contêm apenas a categoria Tratamento de Resíduos Gerados na Operação

A estratégia de atuação da companhia está pautada em três principais pilares: **A) mitigação, B) neutralização e C) adaptação às mudanças climáticas.**

No campo da mitigação, a empresa buscou modelos operacionais que gerem menos GEE, como a migração da unidade de Jandira para o mercado livre, a partir de fevereiro de 2022, com garantia de utilização de 100% de energia renovável via certificação internacional REC Standard (I-REC). As tratativas para esta mudança ocorreram em 2021, com implantação em fevereiro de 2022. O efeito desta migração energética será apurado no escopo 2 do Inventário de GEE de 2022. Também ocorreu a criação da calculadora de impacto ambiental (ver mais informações em **Gestão Sustentável dos Produtos**). Em neutralização, a Hinode estuda formas de compensar os impactos das emissões que não puderam ser reduzidas previamente, como com a aquisição de créditos de carbono, frente que terá início em 2022. Em adaptação, o foco é gestão de riscos e oportunidades derivados da mudança do clima, com investimentos em novos formatos, menos carbono intensivos, adaptando a operação a possíveis cenários complexos.

HINODE GROUP

Nossa Resiliência Climática

Pilar MITIGAÇÃO

Ações focadas na redução de emissões de GEE **(iniciadas em 2021)**

Energia limpa e renovável: migração da planta industrial de Jandira para o mercado livre, com o uso de 100% de energia renovável, comprovada pela emissão de certificados RECs

Calculadora de Impacto Ambiental: Desenvolvimento de produtos com menor pegada de carbono ao longo de seu ciclo de vida (avalia a pegada de carbono dos produtos)

Pilar COMPENSAÇÃO

Ações para compensar as emissões que não poderiam ser evitadas nos processos operacionais.

Avalia algumas possibilidades de atuação, a partir de 2022, como:

Aquisição de créditos de carbono provenientes de projetos de redução de emissões ou sequestro de carbono

Apoio a iniciativas de preservação de vegetação nativa e/ou reflorestamento

Pilar ADAPTAÇÃO

Ações para compensar as emissões que não poderiam ser evitadas nos processos operacionais.

Avalia algumas possibilidades de atuação, a partir de 2022, como:

Mapeamento de riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas

Plano de continuidade dos negócios Frente a novos cenários climáticos

As emissões de GEE passaram a fazer parte, de forma transversal e estratégica, da gestão de diferentes áreas da empresa. Dois exemplos importantes são a calculadora ambiental (já mencionada) e o estudo de um novo modelo logístico, iniciado em 2021, a ser implementado em 2022, que considera a variável emissões de GEE como fator relevante na tomada de decisões, com potencial para mudar a estrutura de de distribuição e logistica atual dos produtos.

Energia

GRI 302-1, 302-2, 302-3, 302-4

O processo de gestão do consumo de energia está inserido nas ações para reduzir as emissões de gases de efeito estufa (GEE). Dessa forma, em 2021, as iniciativas trabalhadas nesta frente objetivaram a otimização do consumo e o compromisso com a diversificação da matriz energética, privilegiando o uso de energias renováveis. Essa estratégia está alinhada ao esforço para mitigar os efeitos da operação sobre as mudanças do clima, diminuindo a exposição da companhia a possíveis cenários regulatórios relacionados à precificação de carbono.

Em 2022, a planta industrial de Jandira (SP) consumirá energia com certificação de origem renovável (ver mais em **Emissões**).

No ano, houve um aumento de 15% no consumo de energia, consequência do retorno dos funcionários ao formato presencial – em 2020 a equipe trabalhou em *home office* em todas as instalações, com exceção dos colaboradores da operação. Em relação ao diesel e ao GLP, houve uma melhora na forma de coleta de dados, o que explica o aumento contabilizado.

Consumo de energia na organização (em GJ)

	2020	2021
Combustíveis de fontes renováveis	0	0
Combustíveis de fontes não renováveis	7400,28	9041,09

2020

FONTE	TIPO	VALOR	UNIDADE	ENERGIA EM GJ	ENERGIA EM MWH
Diesel	Não-renovável	13.096,00	Litros	461,72	128,263
GLP	Não-renovável	66,49	m3	1.699,40	472,055
Eletricidade (rede)	Não-renovável	1.455.323,52	kwh	5.239,16	1.455,32

2021

FONTE	TIPO	VALOR	UNIDADE	ENERGIA EM GJ	ENERGIA EM MWH
Diesel	Não-renovável	20.353,18	Litros	717,71	199,363
GLP	Não-renovável	97,06	m3	2.480,79	689,108
Eletricidade (rede)	Não-renovável	1.622.942,10	kwh	5.842,59	1.622,94

OBSERVAÇÕES:

1) O combustível GLP é utilizado para o aquecimento da Cadeira presente no área de produção e no refeitório, ambos da planta industrial de Jandira (SP).

2) O combustível Diesel é utilizado para abastecimento de gerador para uso emergencial, instalado na planta industrial em Jandira. Também abastece o gerador do centro de distribuição em Extrema (MG), que funciona oito horas ao dia para fornecimento de energia para a área de automação do centro logístico, que não está interligada ao sistema nacional.A mitigação das emissões deste gerador, em Extrema, faz parte do estudo do novo modelo logístico, citado no capítulo Emissões.

3) Em 2021 não foi possível quantificar o uso de etanol para abastecimento dos veículos operacionais, pois este levantamento não era feito pela companhia. O monitoramento teve início em 2022 e, por este motivo, as emissões renováveis não foram apuradas e reportadas.

2020

FONTE	ENERGIA EM GJ	ENERGIA EM MWH
Eletricidade	5.700,88	1.583,577
Aquecimento	1.699,40	472,055
Refrigeração		
Vapor	1.699,40	472,055

2021

FONTE	ENERGIA EM GJ	ENERGIA EM MWH
Eletricidade	6.560,30	1.822,305
Aquecimento	2.480,79	689,108
Refrigeração		
Vapor	2.480,79	689,108

Em 2021, o Hinode Group não monitorava a energia consumida fora da organização, pertencente ao escopo 3 da metodologia de inventários corporativos do Programa Brasileiro GHG Protocol: viagens de negócios, deslocamento casa-trabalho, transporte e distribuição *downstream*.
O acompanhamento teve início em 2022 e será publicado em abril, no Inventário de GEE, a ser disponibilizado no Registro Público de Emissões.

Intensidade energética (em WatsHora)

	2020	2021
Consumo de energia dentro da organização	2055708980	2511506309
Unidades produzidas (denominador)	24.728.779,00	23.304.050,00
Intensidade energética (WH/Unidade)	83,13022572	107,7712376
Tipos de energia incluídos na taxa de intensidade (combustível, eletricidade, aquecimento, refrigeração e vapor)	todos	todos

Resíduos

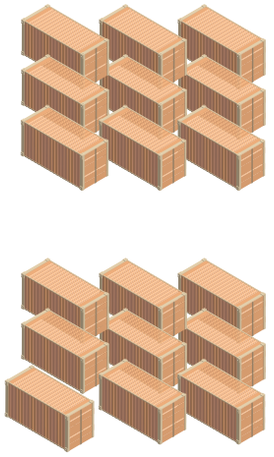
GRI 301-1, 306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5

Pelo perfil do negócio, o principal impacto relacionado à geração de resíduos está nas embalagens dos produtos colocados no mercado. Em 2021, consolidou-se internamente o objetivo de oferecer o máximo, usando o mínimo de recursos. Isso será possível com a eliminação do desperdício nas operações, com a redução no uso de materiais, com a coleta dos resíduos gerados e com a inovação, como as ferramentas de análise de ciclo de vida.

Atualmente, a Hinode recupera 22% das das embalagens produzidas e vendidas por meio da aquisição de créditos de logística reversa do Programa Dê a Mão para o Futuro, da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec). Com a criação do projeto Hinode Recicla, este nível será ampliado nos próximos anos (ver mais informações em **Gestão Sustentável dos Produtos**), excedendo as exigências do Plano Nacional de Resíduos Sólidos. As emissões de carbono provenientes da destinação final das embalagens passarão a fazer parte do inventário de carbono a partir de 2022 – o inventário de GEE já contempla as emissões geradas pelas destinações dos resíduos operacionais.

Os resíduos do Hinode Group são compostos por restos de matérias-primas utilizadas na fabricação dos produtos, por materiais de embalagens, caixas de papelão e paletes para armazenamento e transporte das mercadorias. Em 2021, foi criado o projeto Cubo Mágico, liderado pela área de P&D e Operações, que modificou as embalagens de 56 produtos e redimensionou a paletização de cargas, otimizando o transporte e diminuindo o uso de materiais de armazenamento, como caixas de papelão e paletes – boa parte das caixas são reaproveitadas do próprio processo. Com isso, houve um aumento médio de 36% de carga por palete em itens de perfumaria e de 27% em produtos de cuidado pessoal, o que reduziu a quantidade de fretes em 30%. Em 2021, o plástico bolha usado para proteger os produtos enviados via e-commerce foi substituido por papel reciclado, eliminando a necessidade de 140 quilos de plástico bolha por mês e 1680 quilos no ano.

PROJETO **CUBO MÁGICO**



-30% de frete

A empresa investiu na organização da fábrica, ampliando o nível de controle e qualidade. Esta estruturação foi essencial para diminuir o desperdício e as perdas e, consequentemente, a geração de resíduos. Em 2020, de 100 itens produzidos, oito vinham com defeito e precisavam ser descartados – em dezembro de 2021, a Hinode conseguiu zerar esse indicador, ou seja, não houve perdas. Em 2022 terá início o monitoramento da geração de resíduos dos fornecedores críticos.

Materiais utilizados nas embalagens

TIPO DE RESÍDUOS (toneladas)	2021
Plástico, incluindo flexíveis	417,04
Alumínio	12,47
Aço	9,83
Papel e Papelão, incluindo longa vida	201,66
Vidro	1.240,38

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	ATIVIDADE	PONTO DE MEDIÇÃO	2020 (t)	2021 (t)
Resíduos Sólidos	Classe I	Tratamento Anaeróbico	Caixa de gordura	12,81	29,25
Resíduos Sólidos	Classe I	Aterro industrial	Lâmpadas quebradas	0,00	0,00
Resíduos Sólidos	Classe I	Aterro industrial	Pilhas e baterias	0,01	0,00
Resíduos Sólidos	Classe I	Aterro Classe 1	Produtos de Avaria	0,00	6,76
Resíduos Sólidos	Classe II	Reutilização	Bombonas de 200 litros - plástico	0,00	7,31
Resíduos Sólidos	Classe II	Reutilização	Bombonas de 50 litros - plástico	0,00	2,17
Resíduos Sólidos	Classe II	Coprocessamento	EPIs, Embalagens cont e diversos	0,00	37,97
Resíduos Sólidos	Classe II	Coprocessamento	Matérias-primas Vencidas	132,01	141,45
Resíduos Sólidos	Classe II	Reutilização	Palete	0,00	75,88
Resíduos Sólidos	Classe II	Reciclagem	Papel	348,11	165,60
Resíduos Sólidos	Classe II	Reciclagem	Plástico	0,07	82,35
Resíduos Sólidos	Classe II	Aterro Classe II	Resíduo orgânico	172,30	10,39
Resíduos Sólidos	Classe II	Aterro sanitário	Resíduo orgânico	0,00	48,78
Resíduos Sólidos	Classe II	Reciclagem	Resíduos eletrônicos	0,00	0,00
Resíduos Sólidos	Classe II	Aterro Classe II	Resíduos orgânicos	0,00	0,00
Resíduos Sólidos	Classe II	Recciclagem	Resíduos Recicláveis	0,00	0,00
Resíduos Sólidos	Classe II	Reutilização	Tambores de 200 litros - metal	0,00	6,97
Resíduos Sólidos	Classe II	Coprocessamento	Vidro	0,00	0,00
TOTAL				**665,31**	**614,87**

OBSERVAÇÕES: 1) Resíduos não destinados para disposição final: encaminhados para reciclagem,reutilização e reaproveitamento 2) Resíduos destinados para disposição final: encaminhado para tratamento anaeróbio, coprocessamento (com recuperação de energia), aterro industrial, aterro sanitário.

Gestão sustentável dos produtos

GRI 301-2, 416-1, 416-2, 417-2, 417-1, 103-1, 103-2, 103-3, 304-4

Desde 2019, como parte do processo de reestruturação, a Hinode reduziu consideravelmente o seu portfólio. Foram mantidos apenas produtos essenciais, desejáveis e reconhecidos, fundamentais para a rotina de higiene e cuidados com uma vida mais saudável. É um portfólio que entrega valor para todas as partes relacionadas e a crença da marca, de promover a beleza de dentro para fora e de fora para dentro. O objetivo não é ter a maior quantidade de produtos no mercado, mas ser a melhor na equação qualidade e preço. E permeando esta estratégia está a sustentabilidade, do ponto de vista humano e ambiental, que passou a ser item relevante na definição das fórmulas, dos ingredientes e das embalagens. Hoje, a empresa combina propósito, tecnologia e inovação com respeito ao planeta e às pessoas. Há uma priorização em agregar ao portfólio produtos com fórmulas minimalistas e multifuncionais.

Os produtos são primordiais para o cumprimento do legado da Hinode, de oferecer às pessoas uma oportunidade de transformar suas vidas com o desenvolvimento de um negócio próprio. Dessa forma, para garantir que novos itens sejam criados e/ou melhorados, com foco na geração de impacto positivo nos campos social (renda para empreendedores e franqueados), ambiental (fórmulas e embalagens com menor impacto ao meio ambiente e um sistema de logística reversa pós consumo) e humano (segurança e eficiência para o usuário), a empresa montou uma estrutura de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) e um Comitê de Inovação de Produtos. Este Comitê, formado por diretores, vice-presidentes, pela CEO Marilia Rocca e pelo acionista Alessandro Rodrigues, reúne-se semanalmente para discutir as estratégias de desenvolvimento do portfólio.

Hoje, para um produto ser criado, deve-se considerar inovação, qualidade, segurança e meio ambiente, além da viabilidade técnica e econômica e o conceito. As fórmulas existentes estão sendo aprimoradas para seguirem a evolução da ciência e das regulamentações dos órgãos sanitários. Todo o processo de P&D objetiva a saúde e a segurança dos consumidores, na pesquisa de novos ingredientes, no desenho conceitual do produto, na disponibilização ao mercado e no acompanhamento do uso pelos clientes para captar oportunidades de melhora. A partir de 2021, P&D também começou a dar ênfase para a gestão do pós-uso, como resultado do Programa ESG.

Desde 2020, a empresa vem perseguindo o caminho da simplicidade, expressa na ampliação no uso de ingredientes naturais (minerais ou biotecnológicos), vegetais e renováveis e no minimalismo, pois acredita que o menos é mais: menos matérias-primas, menos embalagens e menos complexidade. Atualmente, 2,5% do portfólio de matérias-primas é composto por materiais de origem natural e 12,5%, vegetal. A Hinode não faz testes em animais e está implementando processos internos para avançar no monitoramento da cadeia.

São seguidos, ainda, os protocolos para respaldo científico, que comprovam a eficácia das fórmulas. Os ingredientes utilizados respeitam os regulamentos da Anvisa e dos órgãos regulatórios dos países que consomem os itens da Hinode. A empresa monitora listas

de ingredientes controversos e as discussões da comunidade científica e de formadores de opinião sobre essas matérias-primas alvo de críticas e preocupações, mas que não foram banidas. Esse acompanhamento subsidia constantemente as decisões e pode levar à eliminação gradual de um ingrediente ou à proibição de seu uso em novos produtos. Este é o caso dos filtros solares, que têm potencial para prejudicar os corais, o que fez com que os componentes do produto fossem reformulados. Além disso, todos os produtos passam por estudos clínicos que garantem a segurança do consumidor.

A empresa não tem o levantamento de ingredientes incluídos na Lista Vermelha da União Internacional para a Conservação da Natureza e dos Recursos Naturais (International Union for Conservation of Nature ou IUCN) e em listas nacionais de conservação com habitats em áreas afetadas pelas suas operações.

A Hinode avalia ainda a origem dos insumos, inclusive os países de onde vêm, e o impacto gerado na extração. Este processo está sendo melhorado com as novas regras de homologação de fornecedores críticos. Em 2021 não houve autuações, sanções ou multas por violação à lei e/ou regulamentos que regem questões de saúde e segurança dos produtos, informações e rotulagens.

Há também a ambição de reduzir a pegada ambiental em todas as novas formulações a partir da análise do ciclo de vida dos produtos. Em 2021, o Hinode Group criou uma calculadora de impacto ambiental, que irá orientar, a partir de 2022, as tomadas de decisão da equipe de P&D sobre o desenvolvimento de produtos, desde a formulação, na qualidade e origem das matérias-primas, até a escolha das embalagens. A calculadora garantirá que todos os produtos incorporem ganhos ambientais quando comparados a itens similares da mesma categoria. A ferramenta foi criada e parametrizada no âmbito do projeto de Avaliação de Ciclo de Vida, liderado pelas áreas de P&D e ESG, como fruto do Programa ESG.

Essa iniciativa permitirá identificar as pegadas hídrica e de carbono, a geração de resíduos e as intervenções na vegetalização, guiando a forma de produzir, distribuir, embalar e conduzir o pós-consumo.
Os produtos Hinode já contêm informações sobre o modo de uso, orientações sobre as formas corretas de disposição das embalagens e todos os requisitos exigidos pela legislação vigente.

Impactos avaliados pela calculadora ambiental

CATEGORIA	DESCRIÇÃO
Aquecimento global (kg CO_2 eq)	Está relacionado ao impacto de emissões, denominadas emissões de gases de efeito estufa, no forçamento radiativo da atmosfera
Depleção da camada de O_3 (kg CFC-11 eq)	Representa o impacto na Terra, reduzindo a concentração de ozônio na estratosfera
Acidificação (kg H+ eq)	A acidificação afeta ecossistemas aquáticos e terrestres, alterando o equilíbrio ácido-básico
Eutrofização (kg PO_4---eq)	Eutrofização inclui os impactos devidos a níveis excessivos de macronutrientes em ecossistemas
Toxicidade humana (CTUh)	Inclui impactos das emissões no ar, água e solo que ameaçam a saúde humana
Ecotoxicidade (CTUe)	Inclui impactos gerados por emissões no ar, água e solo que ameaçam a saúde das espécies
Oxidação fotoquimica (Kg NMVOC eq)	A formação de ozônio fotoquímico é a criação de substâncias reativas que afetam a saúde humana e os ecossistemas
Inorgânicos inaláveis (kg PM 2,5 eq)	Abrange os efeitos de partículas finas primárias e secundárias, para as quais já foi demonstrada correlação com doenças respiratórias
Recursos minerais (kg Sb eq)	Escassez de recursos minerais
Ocupação do solo (m^2 a)	Refelete a redução de área disponível para outras culturas
Uso da água (m^3)	Reflete o consumo de água
Combustíveis fósseis (MJ)	Reflete o consumo de combustíveis fósseis

GERAÇÃO DE VALOR

Redução de peso de 23,08% do portfólio lançado no ano, representando 749.652 peças que deixaram de trazer itens que podiam ser eliminados, como válvulas, e diminuição do consumo de papel nas embalagens

Lançamento de refis, que geram uma queda, média, de 75% no volume de plástico usado (nas categorias que apresentam refis)

46% do papel das embalagens com certificação Forest Stewardship Council (FSC)

Desenvolvimento de novos produtos orientado por calculadora de impacto ambiental, que mapeará **12 categorias de impacto**

8 Ícones autodeclaratórios estarão nas embalagens, de forma gradual a partir de 2022, para comunicar com transparência os atributos sustentáveis dos produtos

8,65% dos lançamentos no ano utilizaram plástico de fonte renovável nas embalagens, que representam 36 toneladas de plástico proveniente da cana-de-açúcar

Início de programa de logística reversa das embalagens pós-uso, implementado na fase piloto em 15 franquias

← Modelo de Negócio

Atributos sustentáveis dos produtos

Conheça a seguir as características sustentáveis, que buscam reduzir o impacto ambiental dos produtos, que estão sendo incorporadas, gradualmente, às fórmulas e às embalagens.

Embalagens

Ecodesign

- Uso de um único material na produção de todos os componentes, facilitando a reciclagem, pois elimina a triagem
- Desmontagem simples; sinalização do tipo de material
- Menos peso
- Refilável
- Transporte ecoeficiente, com menos papelão e paletes

Material sustentável

- Manejo florestal adequado
- Proveniente de fonte renovável (mínimo de 50% de polietileno derivado da cana-de-açúcar)
- 100% de acordo com as regulações, não existindo produtos banidos por provocar toxicidade humana, biodegradabilidade e impacto social

Fórmulas

- Ingredientes naturais (maior representatividade das matérias-primas de origem vegetal, biotecnológica ou mineral)
- Seguras para corais, sem substâncias que podem gerar o branqueamento desses corpos marinhos
- Biodegradáveis, gerando menos impacto nas águas; sem plástico, como, por exemplo, o glitter
- Fórmulas minimalistas, que utilizam menos ingredientes
- Incorporam ativos tecnológicos e inovação, o que proporciona melhores resultados para os clientes

Linha Sublime foi reconhecida na categoria Inovação, com o Prêmio Grandes Cases de Embalagem da ABRE. É a primeira linha de cosméticos do mundo a utilizar a tecnologia Flex, da C-Pack, com efeito metalizado e sem o uso de lâminas de alumínio, o que torna a bisnaga 100% reciclável. As embalagens da linha sublime também são de plástico verde (proveniente da cana de açúcar).

Ícones e certificações

Os atributos sustentáveis serão divulgados nas embalagens a partir de 2022, de forma gradual, respeitando o estoque atual de embalagens, por meio de ícones autodeclaratórios, que terão seus dados e evidências comprovadas com a calculadora de impacto ambiental. A iniciativa de seleção e criação de icones ocorreu no âmbito do Programa ESG. Ainda em 2022, a empresa irá em busca dos selos certificados por organizações internacionais, como, por exemplo, a PETA, para comprovar que não há teste em animais em toda a cadeia de suprimentos.

	NOME	CATEGORIA DE USO	DESCRIÇÃO
	Polietileno (PE) derivado da cana-de-açúcar	Cosméticos e vida saudável	Embalagens que possuem no minimo 50% de PE verde (plástico verde) derivado da cana-de-açúcar.
	Beleza limpa	Cosméticos	Beleza Limpa (Clean Beauty) é um movimento que se preocupa com a relação de um produto de beleza e seus impactos no meio ambiente (fórmulas minimalisas e cadeia responsável) e na saúde do consumidor (Ingredientes Seguros, livres de controversos).
	Com ativo tecnológico	Cosméticos	Ingredientes que entregam tecnologia e inovação, trazendo resultados eficientes e diferenciação para o produto. Beleza por trás da Ciência.
	Fórmula segura para corais	Cosméticos	Não Agride os Corais Livre de Ingredientes controversos que podem gerar o branqueamento de corais - condição que os deixa vulneráveis e impede que obtenham os nutrientes necessários para sobreviver. Não contém oxibenzona e octinoxato.
	Ingreditentes vegetais	Cosméticos	Com Ingredientes vegetais: benefícios cientificamente comprovados a partir dos bioativos vegetais, promovendo uma conexão dos consumidores com a natureza.
	Embalagem reciclável	Cosméticos e vida saudável	Pode passar pelo processo de reciclagem e se tornar matéria-prima para a indústria novamente.

Embalagens mais sustentáveis

O Hinode Group acredita na importância da transição para uma economia circular. Essa é uma discussão essencial hoje, visto que o consumo de recursos ultrapassou a capacidade de regeneração da Terra. Assim, existe um grande esforço interno, que envolve diversas áreas da organização, para repensar a forma de desenvolvimento, entrega e gestão do pós-consumo. Este é um processo complexo e coletivo, que exige inovação na concepção de produtos e embalagens e articulação com os diferentes elos da cadeia, tais como fornecedores de matéria-prima, empreendedores, franqueados, transportadoras e consumidor final, responsável por separar e destinar corretamente os resíduos.

Uma frente importante, acelerada em 2020, foi a do ecodesign, que direcionou esforços para entregar ao mercado produtos que utilizam menos recursos e, consequentemente, geram menor impacto ambiental. Em 2021, a empresa reduziu o peso de 23,08% do seu portfólio lançado no ano, o que representou 749.652 peças que deixaram de trazer itens que podiam ser eliminados, como válvulas, e diminuiu o consumo de papel nos cartuchos das embalagens - 46% passaram a ser certificados pelo Forest Stewardship Council (FSC).

No mesmo ano, 8,65% dos lançamentos contemplaram embalagens produzidas com plástico de origem renovável (proveniente da cana de açúcar), o que representou 30 toneladas de plástico verde. Também inseriu, pela primeira vez, refis às suas linhas, que geram uma queda média de 75% no volume de plástico usado (1,6 milhão de toneladas em apenas cinco meses).

Reduzir o consumo de materiais, reutilizar e reinserir recursos na cadeia são ações que geram ganhos de eficiência e agregam valor à marca. Mais do que uma atividade a gerenciar, os resíduos representam uma oportunidade de alavanca para o fortalecimento de grupos sociais menos favorecidos, como cooperativas de reciclagem, ajudando a combater as desigualdades sociais. Esse é um dos fundamentos do Hinode Recicla, projeto de logística reversa.

José Romero, imigrante venezuelano, trabalha há 2 anos no Brasil com reciclagem de materiais e atua no projeto Hinode Recicla

Logística reversa de embalagens pós consumo

O Hinode Recicla, projeto-piloto implementado inicialmente em 15 franquias, promoverá a reciclagem das embalagens dos produtos. Os empreendedores serão os agentes de transformação, disseminando boas práticas sociais e ambientais e recolhendo esses materiais com seus clientes, levando-os às franquias, sem estímulo financeiro, apenas por acreditar no propósito da causa. A iniciativa, estruturada em 2021, integra as ações de logística reversa desenvolvidas pelo programa ESG e entra em operação em 2022. Atualmente, por meio do projeto Dê a Mão para o Futuro, da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec), a Hinode recupera 22% das embalagens produzidas e vendidas (ver mais em **Ecoeficiência nas Operações**).

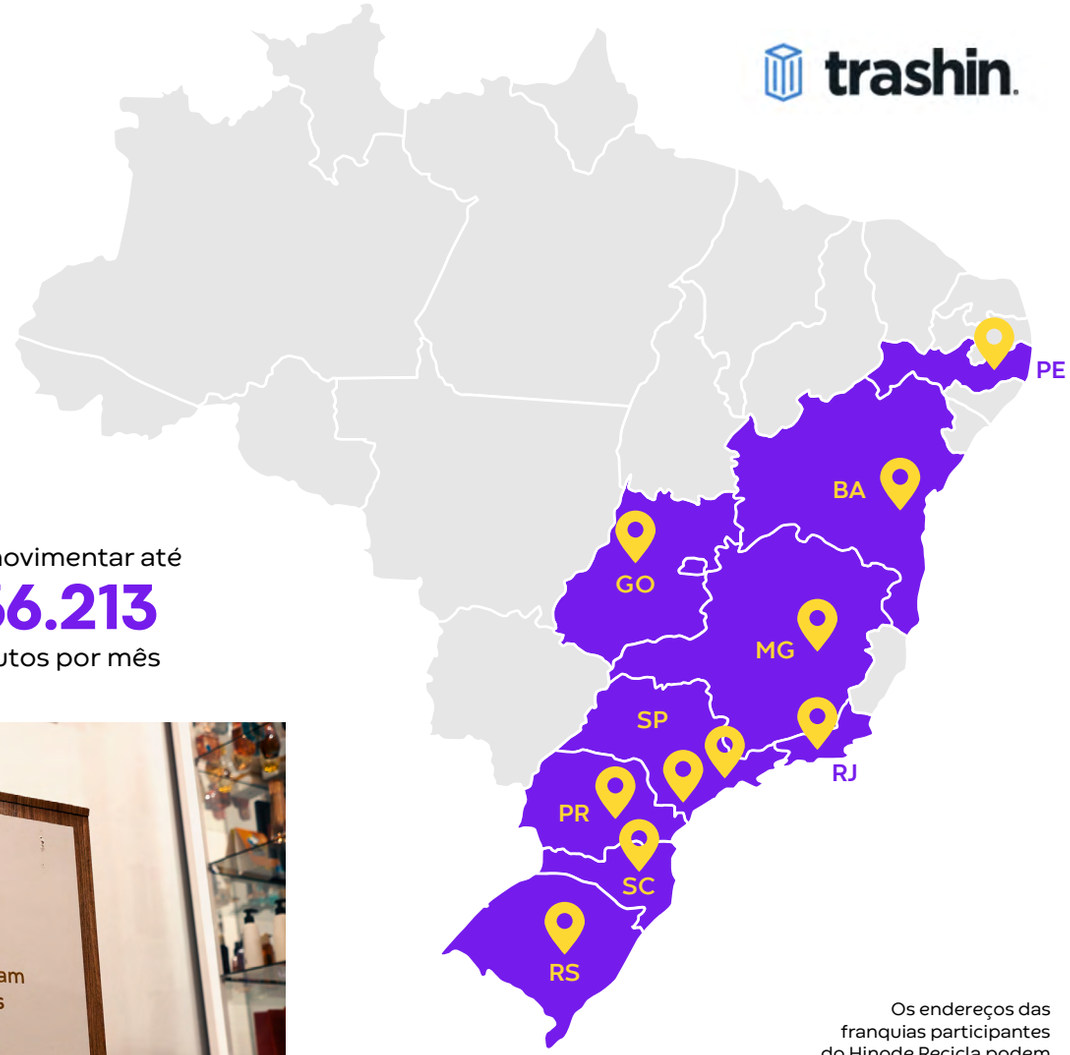
Na primeira fase, os pontos de coleta serão instalados em franquias localizadas nas cidades de São Paulo, Campinas, Florianópolis, Porto Alegre, Curitiba, Salvador, Rio de Janeiro, Recife, Brasília, Goiânia e Belo Horizonte, que possuem uma cadeia de reciclagem desenvolvida. Por esta razão, as cooperativas dessas localidades têm mais condições para disponibilizar dados e informações importantes para este momento do projeto, visto a importância da análise dos dados gerados para o aprimoramento do Hinode Recicla.

Hinode Recicla | Escopo do Piloto (1ª fase)

MAPA DE ATUAÇÃO

Estados com cadeia de reciclagem menos desenvolvida e/ou não desenvolvida
(2ª fase- 2022/2023)

Estados com cadeia de reciclagem desenvolvida
Escopo do Projeto-Piloto de Logística Reversa do Grupo Hinode (1ª fase)



Tem potencial para impactar
14.789
empreendedores/ mês

Pode movimentar até
236.213
produtos por mês

Os endereços das franquias participantes do Hinode Recicla podem ser encontrados no site **trashin.com.br/hinode/**

A iniciativa conta com a parceria de uma *startup* de gestão de resíduos, a TrashIn, que apoia a empresa a estruturar esse sistema próprio de logística reversa, com foco na economia circular. Também garante o cumprimento legal das exigências documentais e operacionais das cooperativas.

Na fase de formatação do Hinode Recicla, a TrashIn conduziu um estudo que avaliou todas as embalagens para identificar os produtos utilizados em sua composição. *In loco*, nas cooperativas, identificou as destinações e usos possíveis, ou seja, quais processos produtivos podem ser beneficiados com os materiais gerados pela Hinode, e a viabilidade de comercialização e capacidade de trazer retorno financeiro que compense o processamento. Esta avaliação confirmou que 100% das embalagens podem ser recicladas e pequenos ajustes ocorreram para garantir o bom aproveitamento do material na etapa de reciclagem, como, por exemplo, a inserção, nas embalagens, da descrição dos materiais que as compõem, informação essencial para o processo.

Este programa busca contribuir com o meio ambiente e com o desenvolvimento social, pois 100% dos resíduos serão doados para cooperativas, que lucrarão com a sua venda.

Logística Reversa Hinode | Princípios Norteadores

Conexão com propósito, atitude empreendedora e estratégia ESG da companhia.

O PODER DE SER REDE - AGENTES DE TRANSFORMAÇÃO

Engajamento da rede de empreendedores para que seja agente de transformação na sociedade, disseminando boas práticas ambientais nos meios em que está inserida. Unindo retorno e propósito a favor de uma sociedade sustentável, inclusiva e próspera.

INOVAÇÃO EM PRODUTOS

Repensar a forma como os produtos são desenvolvidos e entregues e cuidar do seu fim de vida. Inovação tem papel fundamental na busca por soluções para lidar com o resíduo, com a priorização dos Três R's: Reduzir, Reutilizar e Reciclar.

RESÍDUOS COMO FONTE DE RENDA E TRANSFORMAÇÃO SOCIAL

Aumentar o poder econômico e reciclabilidade dos resíduos, para que sejam tratados como um ativo para geração de renda e transformação social de catadores e cooperativas de reciclagem.

DESIGN PARA A SUSTENTABILIDADE

Utilizar embalagens elaboradas a partir de insumos circulares, impulsionando a economia circular ao longo da cadeia de valor e uso consciente dos recursos naturais (redução das emissões associados à extração de matérias-primas virgens).

ESTÍMULO AO EMPREENDEDORISMO DE CATADORES E COOPERATIVAS DE RECICLAGEM

Incentivo ao empreendedorismo dos representantes dos elos mais vulneráveis da cadeia de reciclagem, endereçando informações sobre o universo de gestão de resíduos e habilidades empreendedoras.

CONTRIBUIÇÃO PARA OS OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS)

Contribuir para o aumento das taxas de reciclagem nos países onde a empresa atua.

Em sua segunda fase, o Hinode Recicla avançará para diversas regiões do país onde a cadeia de reciclagem não é desenvolvida, assim como para os demais países de atuação, por meio do estabelecimento de parcerias. Nesta etapa, a Hinode quer coletar mais materiais e formar cooperativas, ampliando a profissionalização desses empreendimentos e ajudando no desenvolvimento local. Os profissionais da reciclagem participarão de trilhas de capacitação em empreendedorismo e gestão financeira, nos mesmos moldes dos treinamentos que ocorrem há décadas com empreendedores da Hinode, para que convertam-se em microempreendedores preparados para contribuir com a sociedade através da gestão eficiente de resíduos. Nesta fase, o Hinode Group estuda reincorporar parte desses resíduos coletados no pós-consumo em seu processo de produção. Em 2021, não houve utilização de material reciclado no portfólio da empresa.

Hinode Recicla | Processo na prática

Empreendedores
Coleta as embalagens vazias e disponibiliza posteriormente nas franquias

Franquias
Pontos de Entrega Voluntários localizadas em franquias estratégicas

Coleta
Logística otimizada para menor impacto ambiental (Carbono Neutro)

Doação das embalagens coletadas para cooperativas locais (geração de impacto positivo local)

Cooperativas
Cooperativas venderão as embalagens recicláveis à indústria de reciclagem, gerando renda para seu negócio

Reciclagem

Indústria da Hinode
Material reciclado poderá retornar para o processo produtivo da companhia (*closed loop*)

Indústria terceira
Material reciclado poderá ser vendido para indústrias terceiras (*open loop*)

Consumidor
Separa as embalagens vazias e entrega ao empreendedor em uma próxima compra

Hinode
Trash In
Fase futura

Desenvolvimento integral das equipes

GRI 102-8, 102-41, 202-1, 401-1, 401-2, 401-3, 405-2, 405-1, 102-43, 102-44, 103-1, 103-2, 103-3

Leonardo Melo, assistente de Relacionamento, Kaue Rodrigues, gerente de Inovação Vida Saudável, e Lais Trevizano, especialista de Branding

Este foi um ano importante para a consolidação das práticas e políticas de gestão de pessoas, com avanços no fortalecimento da cultura organizacional, nas capacitações e na construção de uma nova perspectiva de carreira e crescimento, que dá ao colaborador ferramentas para que assuma o protagonismo no seu desenvolvimento e trajetória profissional. Os programas e iniciativas tiveram como direcionadora a pesquisa de engajamento anual feita com base no Great Place to Work (GPTW), e que representou a principal fonte de dados para o endereçamento dos temas da área. Em 31 de dezembro de 2021, o Hinode Group contava com 644 funcionários, 52 % mulheres e 48% homens.

As funcionárias e funcionários trabalham motivados pelo mesmo propósito da empresa, a vontade genuína de transformar a vida das pessoas, contribuindo para o desenvolvimento da sociedade. Esse objetivo fez com que boa parte das lideranças contratadas nos últimos anos deixasse seus empregos em organizações conhecidas e respeitadas no contexto brasileiro e internacional e aceitasse o desafio na Hinode. Esse impacto é destacado, semanalmente, no programa Propósito na Prática, que traz vídeos com depoimentos de empreendedores, que evidenciam os benefícios alcançados e as transformações que a Hinode fez em suas vidas.

Suelen Silva (1 ano e 6 meses de empresa), assistente administrativa de Assuntos Regulatórios, e Marcelo Werneck (3 anos de empresa), designer gráfico

Número total de empregados por contrato de trabalho (permanentes e temporários), por região.

TIPO DE CONTRATO/REGIÃO	2020			2021		
	FEMININO	MASCULINO	TOTAL	FEMININO	MASCULINO	TOTAL
Permanente	**322**	**338**	**660**	**331**	**310**	**641**
BRASIL	308	323	631	283	276	559
BA		1	1		2	2
CE	1	1	2		1	1
GO					1	1
MG	19	34	53	14	35	49
MS		1	1	1		1
PB					2	2
PR	1	2	3	1	1	2
RJ					1	1
RS					1	1
SP	287	284	571	267	232	499
INTERNACIONAL	14	15	29	48	34	82
BOLÍVIA	1		1	7	4	11
CHILE	2	3	5	2	3	5
COLOMBIA	1	1	2	8	6	14
EQUADOR		4	4	5	5	10
MÉXICO	6	5	11	15	4	19
PARAGUAI	3	1	4	4	2	6
PERU	1	1	2	7	10	17
Temporário				**3**		**3**
BRASIL				3		3
SP				3		3
Total Geral	**322**	**338**	**660**	**334**	**310**	**644**

Número total de empregados por contrato de trabalho (permanentes e temporários), por gênero.

TIPO DE CONTRATO	2020			2021		
	FEMININO	MASCULINO	TOTAL	FEMININO	MASCULINO	TOTAL
Permanente	322	338	660	331	310	641
Temporário	0	0	0	3	0	3
Total Geral	**322**	**338**	**660**	**334**	**310**	**644**

Observação: todos os funcionários atuam em tempo integral; os dados são de 31 de dezembro de 2020 e 31 de dezembro de 2021; não foram contabilizados estagiários, terceiros e empreendedores.

RAÇA/COR	2020	2021
AMARELA	0%	0,2%
BRANCA	50,8%	58,4%
NAO INFORMADO	1%	0,5%
PRETA/PARDA	48,2%	40,9%

OBS: a categoria " nao informado" abrange os colaboradores que se recusaram a informar qual sua raça ou cor; as planilhas acima trazem apenas as informações dos funcionários do Brasil. Não existe este tipo de monitoramento nas operações do exterior.

ANO/ GRUPO CARGO	AMARELA	BRANCA	NÃO INFORMADO	PRETA/ PARDA	PCD
2020					
ADMINISTRATIVO	0%	70%	1%	29%	3%
COORDENADOR	0%	72%	0%	28%	0%
DIRETOR	0%	73%	0%	27%	0%
ESPECIALISTA	0%	63%	0%	38%	0%
GERENTE	0%	88%	0%	13%	0%
GERENTE EXECUTIVO	0%	78%	0%	22%	0%
OPERACIONAL	0%	30%	1%	69%	2%
2021					
ADMINISTRATIVO	0%	73%	0%	26%	2%
COORDENADOR	0%	77%	0%	23%	0%
DIRETOR	0%	73%	0%	27%	0%
ESPECIALISTA	0%	80%	0%	20%	0%
GERENTE	0%	92%	0%	8%	0%
GERENTE EXECUTIVO	0%	80%	0%	20%	0%
OPERACIONAL	0%	33%	1%	67%	3%

GRUPO DE CARGO	FEMININO				MASCULINO			
	Abaixo de 30 anos	Entre 30 e 50 anos	Acima de 50 anos	Total	Abaixo de 30 anos	Entre 30 e 50 anos	Acima de 50 anos	Total
2020	**83**	**225**	**14**	**322**	**158**	**163**	**17**	**338**
ADMINISTRATIVO	43%	61%	57%	129	57%	39%	43%	116
COORDENADOR	33%	49%	0%	18	67%	51%	100%	22
DIRETOR	0%	33%	50%	4	0%	67%	50%	7
ESPECIALISTA	0%	43%	0%	3	100%	57%	0%	5
GERENTE	0%	48%	0%	11	100%	52%	0%	13
GERENTE EXECUTIVO	0%	63%	100%	6	0%	37%	0%	3
OPERACIONAL	28%	61%	42%	151	72%	39%	58%	172
2021	69	250	15	334	117	172	21	310
ADMINISTRATIVO	45%	61%	50%	151	55%	39%	50%	126
COORDENADOR	100%	57%	0%	26	0%	43%	100%	21
DIRETOR	0%	36%	50%	6	0%	64%	50%	10
ESPECIALISTA	0%	82%	0%	9	0%	18%	0%	2
GERENTE	100%	55%	50%	26	0%	45%	50%	21
GERENTE EXECUTIVO	0%	60%	0%	6	0%	40%	0%	4
OPERACIONAL	23%	60%	41%	110	77%	40%	59%	126

No período houve uma redução de 2,42% no número de colaboradores, reflexo de uma queda na produção no segundo semestre do ano e de automações em alguns processos que até 2020 eram manuais. Todos os funcionários são cobertos por acordos de negociação coletiva.

NÚMERO TOTAL DE NOVAS CONTRATAÇÕES POR FAIXA ETÁRIA	BRASIL 2020				INTERNACIONAL 2020					BRASIL 2021				INTERNACIONAL 2021						
	NORDESTE	C. OESTE	SUDESTE	SUL	BOLÍVIA	COLÔMBIA	EQUADOR	MÉXICO	PERU	NORDESTE	C. OESTE	SUDESTE	SUL	BOLÍVIA	COLÔMBIA	EQUADOR	MÉXICO	PERU	PARAGUAI	CHILE
Abaixo de 30 anos	0	0	96	0	0	2	1	1	0	0	2	52	1	1	2	1	2	1	2	0
Entre 30 e 50 anos	0	0	131	1	4	2	1	9	1	3	0	111	1	0	1	3	5	1	4	5
Acima de 50 anos	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	6	0	0	0	0	1	0	0	0
Total	0	0	228	1	4	4	2	10	1	3	2	169	2	1	3	4	8	2	6	5
% Rotatividade Abaixo de 30	**0%**	**0%**	**27%**	**0%**	**0%**	**20%**	**0%**	**0%**	**0%**	**0%**	**100%**	**35%**	**100%**	**0%**	**0%**	**100%**	**50%**	**0%**	**0%**	**0%**
% Rotatividade de 30 a 50	**0%**	**0%**	**28%**	**0%**	**0%**	**50%**	**60%**	**60%**	**36%**	**20%**	**0%**	**45%**	**0%**	**14%**	**0%**	**13%**	**0%**	**0%**	**0%**	**20%**
% Rotatividade Acima de 50	**0%**	**0%**	**67%**	**0%**	**0%**	**0%**	**0%**	**0%**	**0%**	**0%**	**0%**	**60%**	**0%**	**0%**	**0%**	**0%**	**0%**	**0%**	**0%**	**0%**

NÚMERO TOTAL DE NOVAS CONTRATAÇÕES POR GÊNERO	BRASIL 2020				INTERNACIONAL 2020					BRASIL 2021				INTERNACIONAL 2021						
	NORDESTE	C. OESTE	SUDESTE	SUL	BOLÍVIA	COLÔMBIA	EQUADOR	MÉXICO	PERU	NORDESTE	C. OESTE	SUDESTE	SUL	BOLÍVIA	COLÔMBIA	EQUADOR	MÉXICO	PERU	PARAGUAI	CHILE
Feminino	0	0	120	1	2	2	1	9	0	0	1	101	1	1	2	0	5	2	4	2
Masculino	0	0	108	0	2	2	1	1	1	3	1	68	1	0	1	4	3	0	2	3
Total	**0**	**0**	**228**	**1**	**4**	**4**	**2**	**10**	**1**	**3**	**2**	**169**	**2**	**1**	**3**	**4**	**8**	**2**	**6**	**5**
% Rotatividade Feminino	**0%**	**0%**	**37%**	**0%**	**0%**	**50%**	**40%**	**38%**	**33%**	**100%**	**0%**	**40%**	**0%**	**13%**	**0%**	**20%**	**0%**	**0%**	**0%**	**50%**
% Rotatividade Masculino	**0%**	**0%**	**22%**	**0%**	**0%**	**20%**	**100%**	**100%**	**25%**	**0%**	**100%**	**42%**	**100%**	**0%**	**0%**	**40%**	**25%**	**0%**	**0%**	**0%**

Capacitações

O Programa ESG também estabeleceu entre as frentes prioritárias de atuação o desenvolvimento dos colaboradores. Por esta razão, a Hinode definiu como estratégia relevante do negócio a criação da Universidade Hinode Corporativa, em 2021, iniciativa que faz parte do Programa ESG. Esta é uma plataforma de capacitação completa, desenvolvida em parceria com a Saint Paul Escola de Negócios. A UH Corp tem a missão de fomentar a cultura de aprendizagem dos funcionários, alinhada aos desafios do negócio e às oportunidades de transformarem suas vidas. A universidade corporativa é virtual, embora também agregue a gestão dos treinamentos presenciais. Conta com um espaço físico, com computadores, instalado na fábrica em Jandira (SP).

Na plataforma online, os colaboradores têm acesso a centenas de conteúdos que buscam aprimorar as competências profissionais e o conhecimento geral, divididos em seis pilares educacionais:

1. Negócio e Cultura:
aborda o modelo de atuação da Hinode.

2. Liderança e Gestão:
desenvolvimento de líderes.

3. Técnico: conteúdos e trilhas relacionadas às áreas de competência da empresa.

4. Estratégia e Inovação: estratégia, concorrência, tendências e inovação.

5. Nossa Gente: protagonismo, autodesenvolvimento e autocuidado.

6. Sustentabilidade:
disseminação da cultura ESG e promoção do desenvolvimento sustentável.

A UH Corp reúne os conteúdos integrais do LIT, plataforma digital de estudos da Saint Paul, todos com certificação, além de realizar curadoria de cursos de outras plataformas e instituições de ensino renomadas. Existem ainda parcerias relevantes com esses centros de educação (conteúdos de qualidade com condições comerciais diferenciadas) para o desenvolvimento dos colaboradores e seus dependentes, como, por exemplo, em: cursos de idiomas, graduação, pós-graduação, MBA, pré-vestibular, preparatório para o Enem, assim como supletivos para conclusão dos ensinos fundamental e médio, estes 100% gratuitos. Para todos os níveis de liderança, no ano, a UH Corp construiu e lançou trilhas de desenvolvimento específicas em parceria com a Saint Paul Escola de Negócios, que somaram, em média, 281 horas de estudo por pessoa.

A UH Corp abre espaço para as instituições parceiras ministrarem palestras e *webinars* sobre conteúdos técnicos e comportamentais relevantes à equipe, como gestão do tempo, inteligência emocional, aprendizado contínuo, entre outros. Em 2021, foram 2800 horas de capacitação, que representam cinco horas por colaborador.

Em 2021, ocorreu ainda o lançamento do programa Futuros Engenheiros da Hinode, de formação de engenheiros, voltado para colaboradores das operações. A empresa selecionará em 2022 os profissionais que integrarão a iniciativa e arcará com 100% das despesas com a universidade. Com o avanço da automação industrial, resultado das inovações incorporadas ao processo, as áreas de produção demandarão menos funcionários e mais qualificados. Assim, este programa tem como objetivo preparar essas pessoas para que possam assumir novas posições dentro da organização.

Nicolle Gobara (1 ano e 6 meses de Hinode Group), gerente de Produtos LATAM

Avaliações

Com o objetivo de dar mais clareza sobre o que valoriza nos seus funcionários, contribuindo para o crescimento profissional das pessoas, a Hinode criou em 2021 um Ciclo de Avaliação de Desempenho, que considera as dimensões Performance e Comportamento. A performance dos líderes e especialistas é medida pelas metas individuais anuais, elaboradas a partir do desdobramento das estratégias do ano, enquanto que os demais funcionários passam por uma avaliação subjetiva, que utiliza critérios padronizados.

No pilar Comportamento, o parecer é dado pelos Comitês de Avaliação, que atribuem notas com base em fatos e evidências. Este formato estimula a imparcialidade. Os 15 comportamentos esperados da equipe no dia a dia foram desdobrados dos Valores da empresa e são os pilares da Cultura Organizacional.

Após a etapa dos Comitês, o Ciclo de Avaliação de Desempenho contempla ainda discussões sobre movimentações, méritos, promoções e mapeamento de sucessores, com base em uma Política de Meritocracia transparente. A última etapa do processo são as reuniões de *feedback*, que englobam: *feedback* formal do líder aos seus liderados; uma conversa franca sobre perspectivas de carreira (Papo de Carreira); e a construção do Plano de Desenvolvimento Individual (PDI). As lideranças foram capacitadas para que pudessem desempenhar de forma adequada essas atividades.

Em 2021, a Hinode criou o Mapa de Carreiras, que reestruturou o plano de cargos e salários e construiu todas as trilhas possíveis de carreira na empresa para que o colaborador saiba exatamente os pré-requisitos necessários para ocupar cada uma das posições e o que precisa ser feito para receber promoções e/ou atuar em outros cargos.

Valores	Comportamentos Avaliados
Fé e Crença inabalavel	Coragem Resiliência Brilho nos Olhos
Sem esforço não há resultados	Imparcialidade
Sucesso só vale se for no plural	Trabalho em equipe Relacionamento
Nada é tão bom que não possa ser melhorado	Incorformismo Atitude empreendedora Orientação para resultado Agilidade
Cada vez mais simples Cada vez mais juntos Cada vez mais fortes	Comunicação efetiva Orgulho de pertencer Confiança
Cuidar de sí, dos outros e do mundo	Paixão por servir Atitude sustentável

No ano, pela primeira vez na história da empresa, a avaliação de desempenho abrangeu 100% dos colaboradores, incluindo todos os Operadores. O Ciclo de Avaliação de Desempenho, com todas as suas etapas, é hoje uma das mais importantes ferramentas para o crescimento profissional dos funcionários.

Programa Viva Bem

A pandemia da Covid-19 trouxe medos e inseguranças que afetaram diretamente o bem-estar das pessoas. Nunca estiveram tão em evidência termos como depressão, ansiedade e *burnout*. Dessa forma, o Hinode Group criou o Programa Viva Bem, que incentiva a saúde integral dos seus funcionários, com o estímulo a uma melhor qualidade de vida e bem-estar das pessoas por meio da disponibilização de conteúdos quinzenais e ações internas voltadas à saúde física, emocional e social.

Pilares:

Saúde Física:
atitude que te move

Saúde Emocional:
atitude que te equilibra

Saúde Social:
atitude que te desperta

O programa trouxe temas como Novembro Azul: seja protagonista da sua saúde; Saúde e Equilíbrio; Saúde Emocional; Uma Vida de Luz; entre outros. Contou com 985 participações de colaboradores e alcançou um total de 2.114 horas de apresentações.

Outras ações integraram essa frente, como a aprovação do Total Pass, que dará acesso a academias de ginástica a partir de 2022, e o relançamento do programa de voluntariado, via Instituto FAR, gerido pelo Hinode Group, como um dos incentivos para a saúde social.

Diversidade

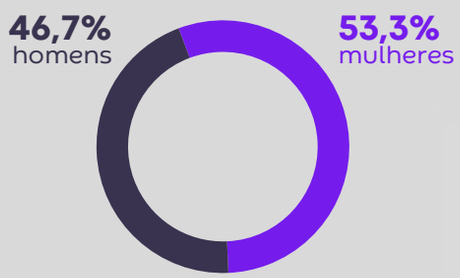
A diversidade é fator importante na organização e recebe destaque no Código de Ética e Conduta. O Hinode Group defende a igualdade de gênero, a inclusão às pessoas com deficiência, o respeito às diferentes etnias, as crenças e religiões e a diferentes opiniões políticas. Abomina qualquer forma de discriminação e espera que todos os colaboradores sejam comprometidos com a diversidade.

Hoje o tema é tratado principalmente sob a ótica de gênero. A empresa foi criada por uma mulher, que sempre teve muita força dentro da estrutura e das decisões. Assim, o entendimento do papel feminino na linha de frente da organização está internalizado nos sucessores, que levaram essa premissa para o dia a dia dos negócios. Tanto que a atual CEO é mulher, assim como 52% dos funcionários e 53,3% dos ocupantes das posições de liderança (a partir de coordenação).

Para 2022 está prevista a implantação da segunda fase do programa ESG, que, entre outras iniciativas, contemplará o projeto de Valorização da Diversidade. A iniciativa formalizará práticas inclusivas já adotadas pela companhia desde a sua criação, com a instituição de políticas e o fortalecimento de ações para ampliar a presença dos grupos sub-representados na estrutura organizacional, principalmente em cargos de gestão, com o estabelecimento de metas e indicadores.

LIDERANÇA POR GÊNERO	2020	%REP.	2021	%REP.
Feminino	39	46,4%	64	53,3%
Masculino	45	53,6%	56	46,7%
Total geral	**84**		**120**	

Representatividade de Liderança por gênero



Proporção dos salários das mulheres sobre a remuneração dos homens por categoria funcional

Região/ Grupo de Cargo	Razão salário mulheres/homens
BRASIL	**93.3%**
OPERACIONAL	84.2%
ADMINISTRATIVO	101.7%
ESPECIALISTA	86.2%
COORDENADOR	98.6%
GERENTE	85.9%
GERENTE EXECUTIVO	98.2%
DIRETOR	116.2%
INTERNACIONAL	**99.0%**
OPERACIONAL	82.2%
ADMINISTRATIVO	101.4%
COORDENADOR	102.1%
GERENTE	116.5%
DIRETOR	67.6%

A diversidade também faz parte da estratégia de desenvolvimento de produtos e recebe destaque, inclusive, nos catálogos: Betina Korbes, modelo deficiente auditiva que inspira milhares de pessoas no Brasil.

Modelo de trabalho Hinode

Após uma avaliação detalhada do retorno da equipe pós-pandemia, a empresa decidiu adotar o modelo híbrido de trabalho para os profissionais que atuam nos escritórios. Neste formato, em dois dias fixos na semana, segundas e sextas-feiras, a equipe opera em sistema *home office* e nas terças, quartas e quintas-feiras, nas unidades. Chegou-se à conclusão que cada funcionário manteria a sua mesa fixa como forma de fortalecer o convívio e as relações entre as pessoas. A única área que fica 100% em *home office* é a de tecnologia, para a qual foi desenhada uma agenda de encontros presenciais e ações de engajamento. Por outro lado, as equipes que atuam na operação e no desenvolvimento de produtos mantiveram o formato 100% presencial.

Covid-19

O Hinode Group criou uma estrutura de apoio aos colaboradores e prestadores de serviços que foi um dos destaques no ano, pela eficiência e qualidade. Há um controle de todos os casos suspeitos e um acompanhamento individual das pessoas contaminadas. Em uma situação, no Peru, pela falta de disponibilidade dos serviços de saúde, a empresa instalou na residência do funcionário uma central médica, que também auxiliou sua família. Além disso, por meio de palestras e campanhas compartilhou conteúdo baseado na ciência e incentivou a vacinação, que abrangeu 99% da equipe. Protocolos internos rígidos e ações de conscientização protegerem a empresa de situações internas de disseminação do vírus. A pandemia é um tema fixo no encontro semanal, que reúne todos os colaboradores.

GERAÇÃO DE VALOR

644 colaboradores

2800 horas de capacitação em 2021

Avaliação de desempenho que abrange **100% da equipe**

53,3% de mulheres em posições de liderança

Incentivo à saúde integral dos funcionários, por meio do **programa Viva Bem**

← Modelo de Negócio

Benefícios-padrão oferecidos para empregados	Obrigatório pela legislação local	Público beneficiado
Seguro de vida	Sim (em alguns Acordos Coletivos)	Colaboradores próprios, aprendizes e estagiários
Plano de Saúde	Não	Colaboradores próprios, aprendizes e estagiários
Licença maternidade/paternidade[1]	Sim	Colaborador próprio e aprendizes
Plano de aquisições de ações	Não	Colaboradores próprios nível Executivo
Vale Alimentação	Sim	Colaborador próprio, aprendizes
Vale Refeição/ Restaurante	Sim (em alguns Acordos Coletivos)	Colaboradores próprios, aprendizes e estagiários
Vale Transporte/Fretado[2]	Sim	Colaboradores próprios, aprendizes e estagiários
Coroa de flores	Não	Colaboradores próprios, aprendizes e estagiários
Empréstimo Consignado	Não	Colaborador próprio
Cooperativa de crédito	Não	Colaborador próprio
Programa Parcerias	Não	Colaboradores próprios, aprendizes e estagiários
Assistência Odontológica	Não	Colaboradores próprios, aprendizes e estagiários
Confraternização / Cartão Natal	Não	Colaboradores próprios, aprendizes e estagiários
Homenagem por tempo de casa	Não	Colaborador próprio
Auxílio Creche	Sim (em alguns Acordos Coletivos)	Colaborador próprio (exclusivo a mães)
Auxílio Filho Especial	Sim (em alguns Acordos Coletivos)	Colaborador próprio
Auxílio Natalidade/kit bebê	Não	Colaboradores próprios, aprendizes e estagiários
Universidade Corporativa	Não	Colaboradores próprios, aprendizes e estagiários
Remuneração variável	Não	Colaboradores próprios nível Especialista acima
PLR	Sim (em alguns Acordos Coletivos)	Colaboradores próprios, aprendizes

1. Sobre a licença maternidade/paternidade, a Hinode não aderiu ao Programa de Empresa Cidadã.
2. A Hinode oferece o vale-transporte e o vale fretado, sendo que apenas o primeiro está previsto na legislação trabalhista.

Proporção entre o salário mais baixo e o salário mínimo, por gênero, em unidades operacionais importantes

*Não aplica-se às demais unidades, pois não representam uma parcela significativa. Unidades operacionais importantes: fábrica e centro de distribuição.
Esta proporção mostra que os salários mais baixos são quase 50% superiores ao salário mínimo vigente.

	2020		2021	
Região	F	M	F	M
Região Sudeste (São Paulo)	135%	149%	149%	149%
Total Geral	**135%**	**149%**	**149%**	**149%**

Licença maternidade e paternidade

A Licença Maternidade é concedida à mãe pelo período de 120 dias e a Licença Paternidade soma cinco dias de abono. Durante este período, que tem início na data de nascimento do bebê, os pais recebem o salário normalmente, inclusive com a garantia de não serem desligados sem justo motivo pela empresa.

Número total de empregados que tiraram licença maternidade/paternidade, discriminados por gênero.

GÊNERO	M	F	TOTAL
2020	9	16	**25**
2021	17	15	**32**

Número total de empregados que retornaram ao trabalho depois do término da licença maternidade/paternidade, discriminados por gênero.

GÊNERO	M	F	TOTAL
2020	9	16	**25**
2021	17	15	**32**

Número total de empregados que retornaram ao trabalho depois do término da licença maternidade/paternidade e continuaram empregados doze meses após seu retorno ao trabalho, discriminados por gênero.

GÊNERO	M	F	TOTAL
2020	4	10	**14**
2021	16	14	**30**

Taxas de retorno ao trabalho e retenção de empregados que tiraram licença maternidade/ paternidade, discriminadas por gênero.

GÊNERO	M	F
2020	44%	63%
2021	94%	93%

Saúde e segurança no trabalho

GRI 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-8, 403-9, 403-10, 103-1, 103-2, 103-3

O Hinode Group conta com um sistema de gestão de saúde e segurança, que abrange colaboradores e prestadores de serviços que atuam em suas operações, cobrindo 100% das funções e das áreas administrativa e operacional (657 próprios e 68 terceiros). A estrutura atende às exigências do artigo 168, da Lei nº 7.855, de 1989, as Normas Reguladoras (NRs) 7, programas de controle médico de saúde ocupacional, e 9, avaliação e controle das exposições ocupacionais a agentes físicos, químicos e biológicos.

Nas atividades rotineiras, os profissionais devem ser habilitados antes da execução das ações, tomando conhecimento das normas básicas, pré-definidas, e da análise preliminar de riscos. Só assim, são liberados pelo técnico de segurança do trabalho, que emite uma permissão de trabalho (PT). As atividades não rotineiras são avaliadas por profissional de segurança, que emite laudo técnico de periculosidade, que aponta os perigos e riscos (LPR).

As ferramentas utilizadas para relato de situações de risco ou periculosidade são a Oportunidade de Prevenção de Acidentes (OPA), a Inspeção de Segurança e o registro via o canal Alô Ética, instrumento que ampara o denunciante e garante o anonimato.

Apesar de estimular a participação da equipe, a área de segurança atua de forma proativa na identificação de situações que podem levar a incidentes e acidentes, afetando colaboradores, visitantes e prestadores de serviços. Diariamente, ocorre um diálogo entre os trabalhadores e a área de segurança, com o objetivo de reforçar o comportamento seguro, e, mensalmente, é realizada uma reunião com toda a área industrial para apresentar os indicadores, as ocorrências e os planos de ação. Uma vez por mês, a Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (Cipa), que representa todos os funcionários e terceiros, leva para as lideranças as oportunidades de melhora em saúde e segurança, coletadas sistematicamente ao longo do período com o time. Além disso, a empresa realiza inspeções periódicas que avaliam as condições de conservação das áreas, das máquinas e dos equipamentos e o uso adequado de Equipamentos de Proteção Coletiva (EPCs) e Equipamentos de Proteção Individual (EPIs).

Os colaboradores podem aferir o andamento das iniciativas e o cumprimento das regras no quadro de gestão, que fica exposto na área. A companhia também incentiva o envolvimento de todos no programa de saúde e prevenção de acidentes de trabalho, com as regras de ouro, que dão ao funcionário carta branca para paralisar qualquer atividade que possa representar um risco.

Os treinamentos disponibilizados estão baseados no Programa de Prevenção de Riscos Ambientais (PPRA), com foco na segurança do ambiente de trabalho, e no Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional (PCMSO), para promover e preservar a saúde de seus colaboradores. Também existem treinamentos específicos relacionados às atividades diárias. Em 2021, as capacitações, que abrangeram funcionários e prestadores de serviços que trabalham dentro das operações, somaram 7.808 horas.

No período, foram registrados, entre os funcionários, sete acidentes com comunicação obrigatória (Taxa de Frequência de 11), em 641.668,57 horas trabalhadas, sendo que 72% estavam relacionados a questões comportamentais. Geraram contusão, luxação e cortes. Não houve nenhum óbito ou caso com consequência mais grave. Em relação aos prestadores de serviços, a Hinode não registrou

nenhum tipo de acidente. Também não houve caso de óbitos ou doenças provocadas por questões profissionais entre os colaboradores e terceirizados. Em 2020, foram dois acidentes graves (TF 4) e seis com comunicação obrigatória (TF 11). A TF utiliza como base 1 milhão de horas.

Também não houve caso de óbitos ou doenças provocadas por questões profissionais entre os colaboradores e terceirizados.

Para contribuir com a saúde das pessoas, a Hinode realiza exames, de acordo com o PPRA e com o PCMSO, oferece plano médico e acompanha e acolhe os funcionários com doenças crônicas e/ou hospitalizados e gestantes. Disponibiliza ainda acesso a um programa de Qualidade de Vida, o Viva Bem, e à Telemedicina, apoio psicossocial, seguro de vida, vacinação e campanhas sobre o tema, ginástica laboral e monitoramento dos indicadores de riscos de saúde para gestão. Aos prestadores de serviços, a empresa oferece vacinação, PPRA e PCMSO, acolhimento da equipe de saúde em caso de doenças, monitoramento da saúde ocupacional e orientação em situações que exigem tratamentos especializados. Se identificada uma doença crônica, a pessoa passa a fazer parte do grupo crônico de saúde, acompanhado e assistido periodicamente. Na pandemia da Covid-19, a Hinode implementou uma série de iniciativas (ver mais em **Desenvolvimento Integral das Equipes**).

Cadeia de valor sustentável

GRI 102-43, 102-44, 103-1, 103-2, 103-3

Eline Palma, empreendedora Imperial Diamante, que trabalha há 33 anos com a Hinode

A Hinode nasceu com o forte propósito de endereçar questões sociais prementes na sociedade, como a elevada desigualdade social decorrente do desemprego estrutural. Assim, criou um modelo de negócios que distribui valor de maneira justa, consciente e diferenciada para todas as partes com as quais se relaciona. Ter uma cadeia de valor sustentável, baseada no respeito aos líderes de rede, empreendedores, franqueados, consumidores, fornecedores e colaboradores, é premissa de atuação.

Em 2021 realizou pela primeira vez a Pesquisa Humanizadas, que mede o nível de humanização nas relações que mantém com todos os públicos. Ao avaliar o impacto positivo sob o olhar dos *stakeholders* e a capacidade que tem de gerar e distribuir valor, a Hinode também identifica as oportunidades de aprimorar suas práticas. Em 2021, teve a participação de 324 respondentes, entre funcionários, clientes, parceiros e sociedade. O nível de confiança ultrapassou 80% e a qualidade dos relacionamentos atingiu 90,2%, o que significa relações positivas e bastante saudáveis. Na percepção dos públicos, a organização expressa alto nível de engajamento com oportunidades de melhora.

humanizadas

Lucas Battistoni e Tamile Camargo, empreendedores Imperial Five Stars, atuam há oito anos com a Hinode

Patricie Borkenhagen, empreendedora Diamante Elite, há cinco anos com a Hinode

Rede de Empreendedores Hinode

A rede de empreendedores, o motor que impulsiona o negócio Hinode, materializa o empreendedorismo em sua melhor forma: democrático e inclusivo, que não limita ninguém por nível de escolaridade, classe social, gênero, raça, crença, entre outras classificações encontradas na sociedade. As 600 mil pessoas que fazem parte deste grupo são porta-vozes da marca e dos produtos no Brasil e em mais sete países da América Latina.

A dedicação e o engajamento são recompensados, de forma meritocrática, com as comissões, bonificações e premiações, as mais altas deste segmento, que ultrapassam 50% do faturamento bruto da Hinode, o que permite que cada um cresça até o limite dos seus sonhos. Existem vários perfis de profissionais, desde aqueles que com as vendas conseguem pagar contas básicas, como outros que chegam a ganhar milhares de reais. Em 2021, a Hinode gerou R$ 1,685 bilhão em renda para a rede, montante que considera o lucro com a revenda, as bonificações e os prêmios.

Em geral, os empreendedores conservam o brilho nos olhos e a vontade de realizar, com dedicação e busca constante pelo aprimoramento. São especialistas no que fazem e gostam de ensinar, aprender, trocar conhecimento e inspirar os outros para o autocuidado e o empreendedorismo.

Este foi um ano difícil para a economia brasileira, o que fez com que a empresa criasse mecanismos de apoio a sua rede. Durante todo o período reduziu os preços de diversos produtos e a margem de lucro; ampliou o parcelamento de cinco vezes para 12 vezes; criou uma nova alternativa (mais econômica) de acesso ao negócio, o Combo Light, vendido por R$250; e doou produtos para que os empreendedores pudessem ter mostruários, retroalimentando a cadeia empreendedora. Essas iniciativas custaram R$ 51 milhões à empresa.

Para apoiar a evolução e o desenvolvimento da rede, a empresa oferece uma robusta estrutura de treinamentos, a Universidade Hinode, que disponibiliza trilhas de empreendedorismo, permitindo que o conhecimento seja aplicado também em outros negócios. Dessa forma, a empresa entrega para a sociedade empreendedores capazes de criar um negócio de sucesso e gerar valor para o país (mais informações em **Desenvolvimento Local**). Com o aumento do desemprego, o empreendedorismo passa a representar uma alternativa importante para o combate à pobreza. A taxa de empreendedorismo potencial, composta por cidadãos que não têm um negócio, mas pretendem abrir uma empresa em até três anos, avançou de 30%, em 2019, para 53%, em 2020, segundo pesquisa do Sebrae e Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBPQ).

Os empreendedores têm acesso a um programa cuidadosamente desenhado para eles e elas, o cONecta. Por meio dessa plataforma, experienciam o poder de fazer parte de uma grande comunidade, uma rede de apoio, que se encontra a cada 15 dias (cerca de 30 mil participações) e discute as melhores práticas, os desafios e as conquistas. O programa também inclui os eventos periódicos, que passaram a ocorrer de forma *online* com a pandemia, um

canal para motivar, compartilhar experiências e levar conhecimento. Anualmente, ocorre a Convenção Internacional, um momento de celebração, reconhecimento e capacitação, que em 2021 foi realizada online e presencialmente, durante quatro dias, a partir do Cristo Redentor, no Rio de Janeiro, e reuniu mais de 205 mil pessoas. No período, a Hinode promoveu oito eventos presenciais e virtuais, no Brasil, Chile, Peru, Bolívia e México, que atingiram um pico de 21.519 visualizações online.

Em 2021, a Hinode avançou na disponibilização de ferramentas digitais para que sua rede consiga fazer negócios mesmo em um contexto de pandemia, que dificulta os encontros presenciais. Assim, lançou um *e-commerce* primeiramente no Brasil e, logo em seguida, no México. Este canal, integrado a um catálogo digital, permite que o empreendedor venda à distância ao cliente final, que escolhe o produto e efetua o pagamento pela internet. No caso de o consumidor comprar diretamente pelo site, sem o auxílio, uma ferramenta de geolocalização identifica o empreendedor mais próximo do local da operação *online*, que recebe uma comissão de 10%.

Este relacionamento próximo e de confiança é um importante atributo que está sendo utilizado no planejamento ESG da empresa. Os empreendedores, como porta-vozes, quando engajados no tema da sustentabilidade, podem atuar como agentes de transformação da sociedade, sensibilizando milhares de clientes e contribuindo para mudar padrões de consumo e de comportamentos. Além disso, o sucesso da frente de logística reversa, que está em fase de implementação, depende desses parceiros estratégicos.

GERAÇÃO DE VALOR

R$ 1,3 bilhão
em renda distribuídos para a rede, montante que considera o lucro com a revenda, as bonificações e os prêmios

É a empresa de venda direta que
mais divide os resultados com os empreendedores

600 mil empreendedores
empreendedores formados para a sociedade

107,2 mil horas
de capacitação promovidas pela Hinode em 2021

cONecta reúne quinzenalmente, em média, **30 mil pessoas**

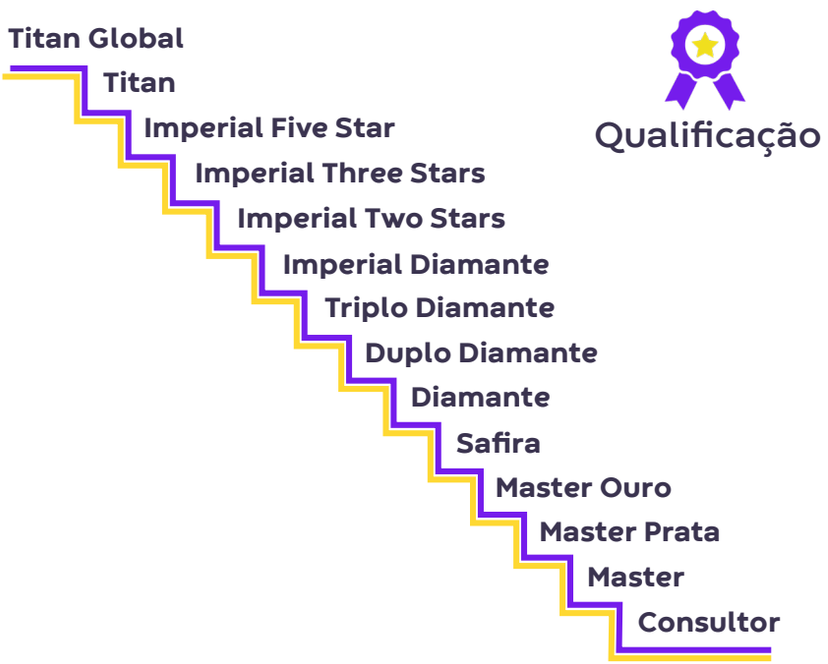
Grandes eventos realizados durante o ano – o maior chegou a reunir até
200 mil pessoas online

← Modelo de Negócio

Graduações

No modelo de marketing multinível, utilizado pela Hinode, o empreendedor lucra com a comercialização dos produtos, como ocorre no formato tradicional de venda direta, mas também pode evoluir dentro da rede à medida que ganha pontos. As pontuações são conquistadas com a formação e ampliação de uma equipe - no marketing multinível, cada empreendedor pode ter o seu time de pessoas que trouxe para a rede - e com as vendas próprias ou efetuadas pelos membros do seu grupo. Após o atingimento de uma Graduação, há um reconhecimento, materializado por premiações, bônus, viagens e carros. São 14 categorias, que vão desde a Consultor até a Titan Global. Quanto mais se avança nas Graduações, mais altos são os lucros, o que torna o empreendedor um empresário, com receitas que podem ultrapassar R$ 480 mil mensais.

Dentro desta estrutura, à medida que o empreendedor forma a sua equipe, ela ou ele torna-se uma liderança. A Hinode estimula os líderes inspiradores e mobilizadores, que estão sempre em busca de fazer mais e melhor. São aquelas pessoas que acreditam na força do coletivo e que o sucesso só vale se for no plural. Assim, são apaixonadas por ensinar os outros e por contribuir.



Henrique Ventura (esquerda), há cinco anos com a Hinode, e Sebastião Furlan (direita), há nove anos com a empresa, ambos Imperial Diamante

Satisfação

Em 2021, pela primeira vez, a Hinode foi indicada para o Prêmio ReclameAQUI e conquistou o selo RA 1000, que destaca as empresas que possuem excelentes índices de atendimento no ReclameAQUI. No segmento de venda direta, é a empresa que conta com a melhor nota. Este canal é utilizado por clientes finais, mas também por empreendedores.

Vários ajustes em processos foram realizados com o objetivo de melhorar o nível de satisfação, tais como redução no tempo de resposta e entrega de soluções para menos de oito horas. A empresa alocou um time focado em encontrar as alternativas mais adequadas para as reclamações, transmitindo empatia e fluidez. Outra estratégia importante foi o acompanhamento próximo dos grupos de WhatsApp compostos por líderes e empreendedores, que passaram a contar com pessoas da equipe de atendimento ao cliente. As demandas começaram a ser tratadas imediatamente após serem relatadas neste canal. O avanço na automação também contribuiu para agilizar algumas atividades, como, por exemplo, o pagamento de bônus.

Comunicação

A Hinode aprimorou a comunicação com a rede, com a integração das informações ao Sales Force. Com isso, foi possível entender o perfil dos empreendedores, permitindo a criação de trilhas de comunicação, com conteúdos direcionados para as necessidades de cada perfil. Hoje, são 49 réguas, contra três no ano anterior, as quais abordam as mais diferentes situações, como primeira compra, cadastro de um novo empreendedor para compor um grupo, conquista de bonificação, entre muitas outras.

Também criou um hub de conteúdo, um portal agregador que disponibiliza vídeos dos produtos e do negócio, *posts* que destacam atributos para ajudar na venda, links para plataformas virtuais, *outlet*, promoções do mês, materiais de divulgação dos lançamentos para que o empreendedor consiga iniciar a venda por diferentes canais digitais, entre outras funcionalidades. O cONecta tem ainda lives quinzenais e o cONecta News, disparado por WhatsApp.

Ivana Reis trabalhou dos 12 aos 29 anos como catadora em um lixão na cidade de Lauro de Freitas, na Bahia. Na gravidez do seu segundo filho precisou se ausentar do local e buscar uma fonte alternativa de renda, que garantisse, ao menos, os R$ 250 mensais que ganhava na atividade que exercia. Assim, conheceu a Hinode, comprou o kit inicial com um cartão de crédito emprestado e viu ali a oportunidade de mudar a sua vida. Em apenas um dia vendeu todo o kit e no primeiro mês alcançou uma renda mensal de R$ 1800. Em cinco dias, já havia se tornado uma empreendedora prata e recebeu por isso um bônus de R$ 678,00 e em 25 dias assumiu a posição de empreendedora ouro, com premiação de R$ 1200,00. O sonho de Ivana é seguir crescendo para dar aos filhos a oportunidade que não teve em sua infância e adolescência.

Franqueadas e Franqueados

A Hinode tem hoje 367 franquias em todos os estados brasileiros, que vendem os produtos para empreendedores e atuam como centros de distribuição espalhados por todo o Brasil, ampliando a agilidade na entrega dos produtos. As franquias promovem eventos e as que contam com estrutura para treinamentos, chamadas de Hinode Centers, oferecem capacitações. Nos demais países onde está presente, a Hinode conta com outro formato de atuação, os HND Centers, lojas próprias que apoiam a rede com a comercialização dos produtos e com treinamentos. Atualmente, as franquias respondem por 99% do faturamento bruto no Brasil.

A Hinode contribui com o desenvolvimento das franquias por meio da capacitação das lideranças. A Universidade Hinode disponibiliza treinamentos com foco em gestão e vendas, habilidades essenciais para o avanço do negócio (ver mais em **Desenvolvimento Local**).

Esse público é um importante agente da estratégia ESG da companhia e participa do projeto-piloto de logística reversa. As franquias são um ponto de coleta voluntário do Hinode Group, recebem as embalagens vazias de produtos e estimulam os empreendedores a recolherem os resíduos com seus clientes.

Em 2021, em razão da crise econômica que afetou o Brasil, a Hinode apoiou os franqueados com crédito, viabilizando a compra dos produtos. No período, a empresa destinou R$ 80 milhões para esta frente de atuação. O objetivo é proporcionar uma estrutura que mostre ao empreendedor que ele não está sozinho.

Inovações estão sendo incorporadas para aprimorar a qualidade dos serviços e a satisfação dos usuários. Durante a pandemia, as franquias criaram sistemas de *delivery* e passaram a levar os produtos diretamente para as residências de empreendedores, prática que entrou na rotina de entrega. Também houve uma melhora da tecnologia que atende aos franqueados, o que deu mais agilidade às lojas. Um novo sistema, com gestão e controle financeiro, amplia a profissionalização.

Houve ainda um alinhamento do fluxo de lançamentos e da disponibilização do produto, que hoje só é apresentado ao mercado após ser entregue às franquias. Para que essa mudança fosse possível, o processo precisou ser redesenhado com foco na ampliação da eficiência. A Hinode também avançou na comunicação nos pontos de venda, padronizando e melhorando os materiais visuais e o layout do mobiliário.

GERAÇÃO DE VALOR

367 franquias
e 6 HND Centers, com estrutura de treinamento

R$ 104 milhões
em renda gerados para os franqueados e franqueadas

Modelo de Negócio

Clientes

GRI 418-1, 417-3

O olhar da Hinode tem se voltado cada vez mais para o cliente final, importante pilar dentro do planejamento estratégico. Hoje, a empresa busca encontrar as ferramentas adequadas para atender o consumidor como e onde ele quer, assim como gerar encantamento por meio de serviços e experiências. Entende que o seu público é composto por pessoas que não abrem mão da qualidade e que buscam um portfólio minimalista, para a rotina dos cuidados diários, acessível e que promova o cuidado de dentro para fora e de fora para dentro.

Em 2021, a empresa investiu em um novo site de *e-commerce*, uma plataforma moderna que permite que o cliente escolha o produto que deseja, efetue o pagamento e receba as compras em sua residência. Este canal também auxiliou as vendas dos empreendedores durante a pandemia, que se valeram do ambiente digital para manter o ritmo de faturamento (ver mais em **Rede de Empreendedores Hinode**). Assim, hoje o consumidor ou consumidora pode comprar a qualquer hora, lugar ou canal.

Este espaço digital mais moderno melhorou a experiência de navegação e ampliou a taxa de conversão dos que entram e adquirem um produto, de 0,3% para 0,8%. Em 2022, a Hinode irá inaugurar uma loja virtual dentro do Mercado Livre, mantendo a política de repartir a geração de valor com sua rede, mesmo que a venda não tenha sido intermediada. Uma ferramenta de geolocalização identificará o empreendedor mais próximo do cliente, o qual receberá 10% sobre o valor da venda.

Um catálogo virtual foi criado para melhorar a experiência com a marca. Este canal possibilita a compra pelo ambiente digital, mas também permite enviar um WhatsApp para o empreendedor mais próximo/a ou, então, ao profissional de confiança, para esclarecimento de dúvidas. A Hinode paga 30% de comissão para vendas intermediadas e 10% para aquelas sem mediadores, neste caso utilizando a geolocalização.

O consumidor terá mais clareza sobre a composição dos produtos e das embalagens com o projeto poliglota, que está em andamento. Em português e espanhol, os itens passarão a trazer informações legais e indicações para a reciclagem, como composição dos materiais, alergênicos, entre outros dados.

Para garantir a segurança dos seus clientes, a Hinode segue integralmente a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) e vem investindo consideravelmente em sistemas de segurança que evitem invasões e ataques virtuais, como no novo *data center*, que entrou em operação no início de 2022. Hoje, se ocorrer um ataque, a empresa consegue estabelecer o sistema completo em outro ambiente virtual em algumas horas. No período, não houve nenhum caso de queixa de cliente por violação da privacidade ou perda de dados e atuações, sanções ou multas por não conformidade em relação à comunicação de marketing.

Em 2021, a Hinode conquistou o selo RA 1000, que destaca as empresas que possuem excelentes índices de atendimento no ReclameAQUI (ver mais em **Rede de Empreendedores Hinode**). Uma pesquisa respondida por 1399 pessoas de todos os países onde a Hinode opera apontou um índice de satisfação do atendimento de 6,61 no ano, em uma escala que vai de 0 a 10 – nível que deve crescer nos próximos anos como resultado das ações direcionadas à melhora do relacionamento, que estão em curso.

Fornecedores

GRI 102-9, 308-1, 308-2, 408-1, 409-1, 414-1

A relação do Hinode Group com seus mais de 900 fornecedores foi aprimorada em 2021, especialmente com a cadeia de produtivos, 150 parceiros ligados diretamente à produção. A empresa estruturou a governança, com políticas, processos e ferramentas que contribuem para a gestão integral, essencial para a criação de valor mais abrangente dentro do seu modelo de negócios.

O Programa Juntos, lançado no período, consolida a jornada do fornecedor dentro do Hinode Group, aprimorando o diálogo e ampliando a eficiência na gestão da qualidade. Irá mapear o alinhamento dos fornecedores críticos a quatro dimensões: sustentabilidade, inovação, eficiência e adaptabilidade. Ao longo de 2023 evoluirá com a definição de padrões mínimos e um plano de ação, que poderá levar à eliminação do fornecedor ou à necessidade de adequação. São considerados fornecedores críticos os mais intrínsecos ao negócio, sobretudo atrelados a cadeia produtiva (fabricantes e distribuidores de matérias-primas, de materiais de embalagens, de produtos acabados e prestadores de serviços).

Em 2021, houve um avanço significativo na formalização do relacionamento com os fornecedores críticos. Hoje, 90% têm contrato, contra apenas 20% em 2020. Com a relação oficializada, esse grupo deverá seguir, a partir de 2022, o código de conduta, assumindo compromissos de qualidade, éticos, sociais e ambientais, como, por exemplo, zero tolerância a violações de direitos humanos e a práticas que prejudiquem o meio ambiente.

Pesquisa realizada em 2021 com 62% da base de fornecedores apontou que 86% dos respondentes estão satisfeitos com o relacionamento e 98% têm interesse em continuar a parceria.

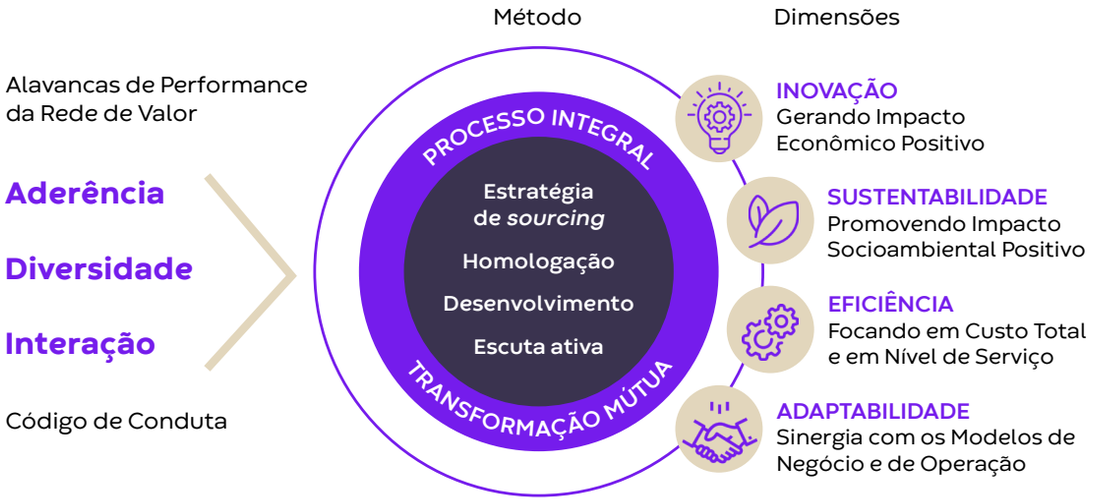
Atualmente, a Hinode não conta com um sistema de capacitação de fornecedores, mas planeja desenvolver jornadas específicas para os que fazem parte da categoria ouro - os mais importantes por questões estratégicas ou de volume de gastos.

Ainda em 2021, foi criada a Política de Gestão de Fornecedores, que formaliza e estrutura a jornada do parceiro dentro da companhia, descrevendo como funciona o processo de homologação, monitoramento e desenvolvimento. O Hinode Group aprimorou as variáveis ESG entre os critérios de homologação e, em 2022, aumentará a quantidade de fornecedores que passarão por esse processo, incluindo os Críticos. No ano, 21% das compras diretas utilizaram a avaliação de critérios ambientais e sociais. Esta política, assim como o código de conduta, integra a Estratégia ESG, que reúne ações que permeiam toda a organização.

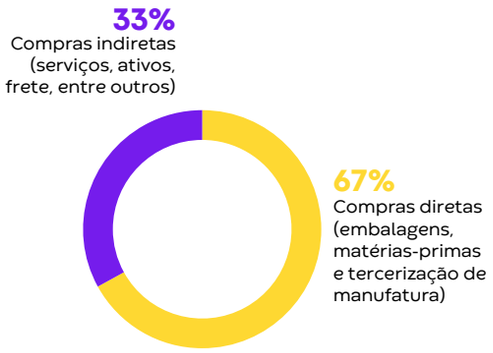
Em 2021, foi criada a área de compras indiretas centralizada, que engloba fretes, restaurantes, papelarias, entre outros parceiros que não entregam serviços e produtos relacionados diretamente ao core do negócio. Esta política direcionará a contratação de fornecedores indiretos locais, sediados próximos às operações. Em relação ao outro grupo, de compras diretas, há uma maior complexidade, pois são fornecedores nacionais e internacionais. Para esta categoria, o principal objetivo será o fortalecimento dos aspectos ESG na gestão. No ano, os provedores localizados nas cidades das operações (Barueri, Jandira e Extrema) responderam por 11,7% das compras diretas e 14,9% das compras indiretas.

No período não houve nenhum caso identificado ou fornecedores com risco de violação de direitos humanos, como trabalho infantil, análogo à escravidão ou violência de qualquer tipo, e de parceiros com práticas ambientais inadequadas. Este processo será aprimorado em 2022, com os avanços nos critérios de qualificação trazidos pelo Programa Juntos.

Framework de gestão de fornecedores



Cadeia de fornecedores



Desenvolvimento local

GRI 413-1, 102-43, 102-44, 103-1, 103-2, 103-3, 203-1

Crianças beneficiadas por projetos do Instituto FAR

A Hinode apoia o desenvolvimento local por meio do Instituto FAR, do Programa Pérolas e da Universidade Hinode, além de contribuir com a sociedade ao promover o empreendedorismo e gerar renda.

As iniciativas e o modelo de negócios beneficiam milhares de famílias, mulheres, crianças e jovens. Este tema material, assim como essas três frentes, fazem parte do Planejamento ESG, que traz ações concretas de aprimoramento, indicadores, processo de monitoramento e cronograma definido. Além disso, iniciativas complementam a atuação da empresa, como o lançamento de produtos que destinam uma parte das vendas para causas sociais.

INSTITUTO**FAR**

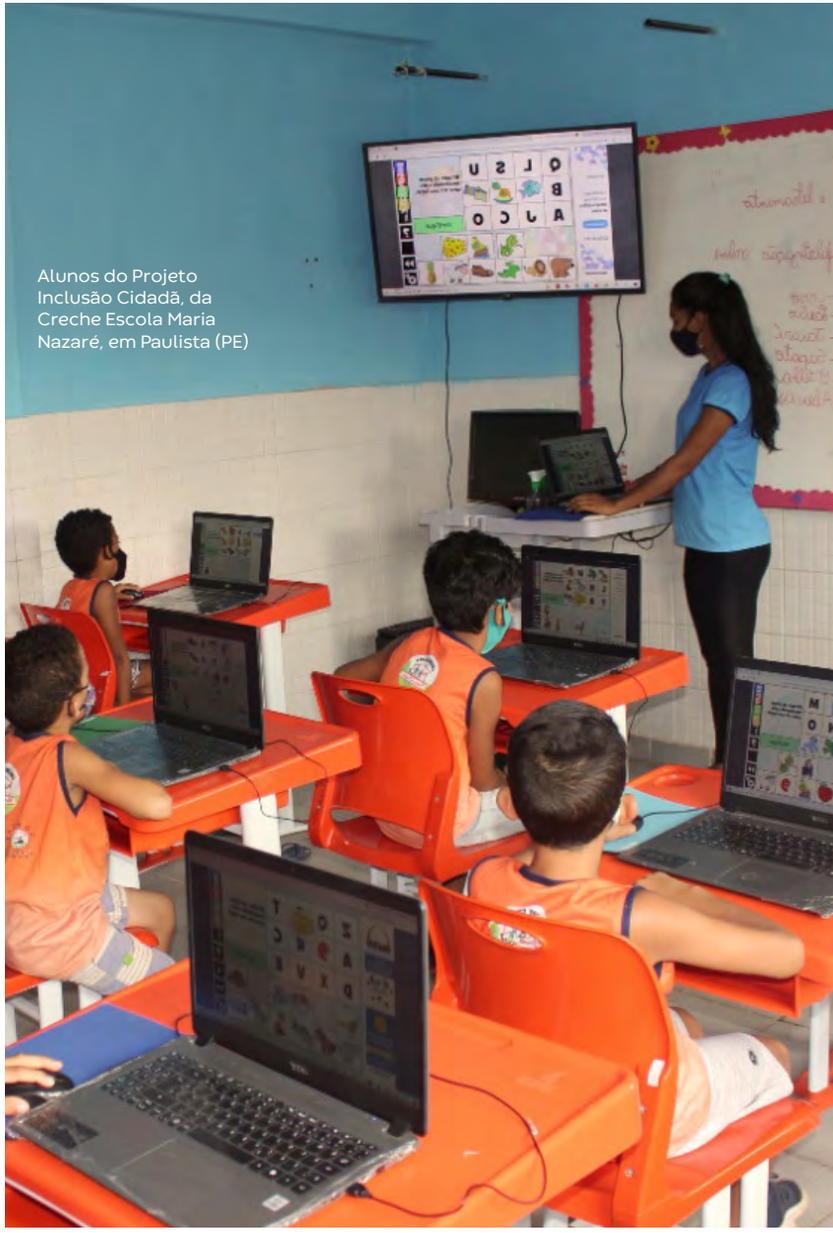
Os programas sociais do Hinode Group estão concentrados no Instituto FAR (Instituto Francisco e Adelaide Rodrigues), cujo nome homenageia os fundadores da empresa. Criado em 2015 para apoiar projetos de educação voltados a crianças e adolescentes e causas humanitárias, recebe recursos da companhia e também da equipe e da rede de empreendedores e franqueados, que são estimulados a contribuir com as causas sociais.

EDUCAÇÃO
+
CAUSAS HUMANITÁRIAS

ajudar & transformar

Como a Hinode, a instituição busca melhorar a vida da população. Traz em sua essência a crença de que cada um, dentro de suas possibilidades, pode contribuir para transformar o mundo. Por isso, o Instituto FAR tem como símbolo o beija-flor, que segundo uma fábula, durante um grande incêndio na floresta, levava gotas d'água no bico para ajudar a apagar o fogo, certo de que estava fazendo a sua parte. Nesses anos de atuação, a organização destinou R$ 10 milhões para projetos que alcançaram 290 mil pessoas de todos os estados do Brasil, assim como da Bolívia, do Chile, da Colômbia, do Equador, do México, do Paraguai e do Peru.

No ano, o Programa ESG estruturou o projeto Fortalecimento do Instituto FAR, consolidando-o como o braço de investimento social da empresa. Esta frente de trabalho trouxe boas práticas utilizadas por institutos filantrópicos, como processos de governança, políticas e métricas, buscando ampliar a geração de valor para todos os *stakeholders* envolvidos. Estes ajustes visaram expandir o potencial do FAR em capturar oportunidades de impacto positivo.



Alunos do Projeto Inclusão Cidadã, da Creche Escola Maria Nazaré, em Paulista (PE)

A Hinode lançou em 2021 as fragrâncias H/pe Street Art for Her e H/pe Street Art for Him, cujas embalagens são ilustradas pelo grafiteiro Grego, que tem uma história de superação que inspira muitos jovens. Este é o primeiro lançamento global da marca realizado de forma simultânea no Brasil, Colômbia, México, Equador, Peru e Bolívia. Parte do lucro com as vendas em três meses, 2,5%, assim como os royalties de Grego, que abriu mão do que ganharia com o produto, estão sendo doados para o Instituto FAR. No período, o perfume gerou mais de R$ 80 mil em recursos para as iniciativas sociais.

GERAÇÃO DE VALOR

RESULTADOS EM 2021

76.540 pessoas beneficiadas

52 projetos parceiros
nos programas

R$ 1.329.529,55
investidos na nossa causa

26 estados
do Brasil + Distrito Federal

E nos países:
Bolívia, Chile, Colômbia, Equador, México, Paraguai e Peru

← Modelo de Negócio

As instituições engajadas são escolhidas com base na Política de Investimento Social, que avalia critérios como dimensão, histórico institucional, contexto social, localização, relacionamento com a comunidade, planejamento e organização, indicadores, relevância e causa social defendida, considerando sempre as necessidades locais.

Há ainda uma análise de impacto social, feita por meio do acompanhamento e monitoramento, em frequência que depende da periodicidade da parceria. Atualmente este levantamento não faz recorte de gênero. Os resultados são divulgados nos canais de comunicação do Instituto FAR - redes sociais, site, newsletter e WhatsApp - e na imprensa.

*O Instituto FAR não fez uso de leis de incentivo fiscal.

Jovens beneficiadas pelo Fly Educação, projeto do Instituto FAR

manifesto

Os nossos motivos são ajudar e transformar. Buscamos atender às necessidades básicas de populações vulneráveis (ajudar) e deixar um legado entre crianças e jovens por meio do conhecimento e da educação empreendedora (transformar). É assim que, a partir das pessoas, mudaremos o mundo.

Nossa promessa é trabalhar para que realidades sejam transformadas e que as pessoas sejam protagonistas das suas próprias histórias.

causas

Educação e ajuda humanitária.

visão

Nosso trabalho estará em todos os continentes. Será tão grande que impactará, de forma integral, profunda e transformadora, as vidas alcançadas. Buscando responder aos desafios sociais, seremos inspiração em ações de produção de conhecimento, promoção da atitude empreendedora e desenvolvimento social.

valores

Ética
Respeito
Inconformismo
Mão na massa
Amor
Fé
Consciência Social

Programas desenvolvidos

O Instituto FAR atua com os programas Avance, que capacita jovens, Solidários, frente de ajuda humanitária, e Parceria Social, que apoia projetos conduzidos por instituições parceiras. Além disso, de forma transversal está o Amor na Massa, o braço de voluntariado da organização.

Avance

O Avance é o primeiro programa próprio do Instituto FAR, que leva conhecimento para jovens de 14 a 17 anos. Os conteúdos *online* estimulam os participantes a descobrirem seus potenciais e enxergarem seu protagonismo na sociedade e na construção do futuro. Desde o lançamento, em julho de 2021, beneficiou 750 jovens do Brasil, Bolívia, Colômbia, Chile, Equador, México e Peru.

Mais informações estão disponíveis em **https://www.avancecomfar.org/**

ODS: 4

Solidários

O principal objetivo do Instituto FAR é apoiar causas relacionadas à educação, mas sem deixar de lado o olhar para as situações emergenciais. Por esta razão tem uma frente de atuação voltada à ajuda humanitária, o programa Solidários, que reúne doações próprias e da rede. No ano, 31 iniciativas de várias regiões do Brasil receberam 57,4 toneladas de alimentos, 16,3 toneladas de álcool em gel Hinode e 6,8 toneladas de itens de higiene também da marca. Duas parceiras importantes beneficiadas no período foram a União BR, movimento nacional voluntário que ajuda as comunidades mais vulneráveis em razão da pandemia, e o Programa Brasileiros pelo Brasil, da Fundação Banco do Brasil, que distribui cestas com alimentos produzidos por agricultores familiares.

ODS: 1 e 10

Amor na massa

Este é o programa de voluntariado do grupo, que reúne 200 pessoas, entre funcionárias, funcionários e empreendedores. Por meio dele, os doadores podem participar ativamente dos projetos que apoiam. Criado em 2019, os voluntários já fizeram ações em Brasília, Manaus e Aracaju.

ODS: 10

Mobilizações de voluntários que participam do Programa Amor na Massa

Parceria Social

Foram apoiadas 21 iniciativas em 2021, detalhadas a seguir:

Programa	Descrição
Recode	Desenvolve habilidades digitais e competências socioemocionais em jovens em situação de vulnerabilidade de São Paulo e Rio de Janeiro.
Fly Educação	Ensina habilidades socioemocionais para jovens e educadores de São Paulo (SP), preparando-os para atuarem com proatividade. O Instituto FAR apoia 250 pessoas.
Núcleo Comunitário e Cultural Belém Novo	Capacita 160 crianças e adolescentes de Porto Alegre (RS) com aprendizado significativo, que promove inserção social, constrói valores e fortalece os vínculos familiares.
Associação Santo Agostinho	Oficinas semanais de contação de histórias, musicalização e brincadeiras para 466 crianças de 2 a 6 anos, de São Paulo (SP).
CEFOR	Beneficia 157 crianças e adolescentes, de 5 a 15 anos, de Piraju (SP), com a oficina Tecnologia para Todos.
Instituto Educ 360°	100 jovens de Cotia (SP) participam dos cursos de tecnologia, com foco em programação, game designer e metodologias ágeis.
Instituto Dell'Arte	O projeto Orquestrando Vidas atende 320 crianças e jovens de Campos dos Goytacazes (RJ), promovendo o aprendizado musical e a prática artística com a formação de orquestras sinfônicas.
Juntos pelo Bem	80 crianças e adolescentes, de Engenho de Dentro (RJ), são apoiados com reforço escolar, importante ação no contexto atual de defasagem educacional por conta da Covid-19.
Obras Sociais Jerônimo Candinho	2700 pessoas de Sobradinho (DF) recebem educação gratuita, do infantil ao ensino fundamental , além de atividades culturais, de esporte, lazer, capacitação para geração de renda e reforço alimentar.
Instituto Novo Sertão	O projeto Educação que Transforma, em Betânia do Piauí (PI), desenvolve 150 crianças e jovens em esporte e cultura.
Associação Vagalume	86 comunidades de 22 municípios dos nove estados que fazem parte da Amazônia Legal são beneficiadas com bibliotecas comunitárias.
Associação Vamos Criança	Oficinas de informática, capoeira e música, assim como acompanhamento sociopedagógico e aulas de reforço escolar, para 80 crianças e adolescentes, de Bacabal (MA).
CCB Social	O projeto Cognitivo Infantil, em Recife (PE), promove para 60 crianças, no contraturno escolar, atividades lúdicas e dinâmicas, estimulando o desenvolvimento cognitivo, intelectual e afetivo.
Pisada do Sertão	Projeto que fomenta a educação de 600 jovens da Paraíba por meio da formação de professores e oficinas de empoderamento digital e empreendedorismo para os estudantes.
Creche Escola Maria Nazaré	O projeto Inclusão Cidadã atende 130 crianças e adolescentes de Paulista (PE) com leitura, desenvolvimento de raciocínio lógico, informática, alfabetização tardia, iniciação musical, esportes e apoio psicológico e alimentar.
Amigos do Bem	Crianças e jovens de Pernambuco, Alagoas e Ceará são beneficiados com iniciativas de promoção da educação com o apoio do Instituto FAR. O projeto alcançou 170 mil pessoas neste ano.
Associação Ação Mão Amiga	Atende 360 crianças e adolescentes de Pojuca (BA), com cursos profissionalizantes, preparando-os para o mercado de trabalho.
Instituto Serginho 10	500 crianças e jovens de Guarulhos (SP) recebem aulas de reforço escolar e desenvolvem a prática do esporte.
Bairro da Juventude	O Projeto S.O.S Alfabetização, em Criciúma (SC), realiza ações pedagógicas para alfabetizar 200 crianças de 6 a 8 anos.
CPCD Projeto Ser Criança	160 meninos e meninas de Araçuaí (MG) participam de atividades lúdicas no contraturno escolar, que incluem brincadeiras, plantios, jogos, música, dança, oficinas, entre outras práticas.
Junior Achievement Brasil	Apoio na preparação de jovens brasileiros para o futuro do trabalho por meio de aulas de empreendedorismo e educação financeira.

Em 2022, a atuação nas quatro frentes foi aprovada pelo Conselho Deliberativo. A Parceria Social irá buscar até 15 super-projetos, projetos novos e renovações de contrato; o Solidários manterá as ações periódicas de ajuda humanitária; o Avance finalizará as jornadas em andamento e implementará régua de relacionamento e gestão dos alunos; e o Amor na Massa direcionará esforços para as comunidades no entorno dos locais onde a Hinode está presente e o corporativo.

Saiba mais sobre a atuação do Instituto FAR em: **www.institutofar.org** e nas redes sociais **@institutofar_hinode**

Programa Pérolas

O Hinode Group tem uma das maiores plataformas de formação de lideranças femininas do Brasil, o Programa Pérolas, que foi ampliado, em 2021, para o Peru, Colômbia, Bolívia, Equador e México. A iniciativa inspira e capacita as empreendedoras que integram a rede da empresa a se tornarem líderes de alta performance.

Os treinamentos abordam temas como empoderamento feminino, sororidade (aliança entre mulheres em prol de objetivos comuns), gestão, liderança e performance, todos alinhados aos Princípios de Empoderamento das Mulheres (WEPs), da ONU Mulheres, assinados pelo Hinode Group.

As raízes que sustentam a Hinode também são a base do Pérolas. O empoderamento feminino representa fator essencial da cultura corporativa desta empresa, que foi fundada por uma mulher, Adelaide Rodrigues, e é liderada por outra mulher, Marilia Rocca. O programa busca eliminar todos os vieses inconscientes e transformar as empreendedoras em líderes de sucesso, que coordenam redes e contribuem para a ascensão de outras milhares de mulheres. É a materialização do sonho de gerar impacto positivo, promovendo a equidade de gênero e combatendo a discriminação no ambiente de trabalho.

Como parte da Estratégia ESG, em 2021 foi realizado o fortalecimento do Pérolas, com o objetivo de ampliar a geração de valor do programa. Uma consultoria especializada em gestão feminina criou novas trilhas e jornadas para potencializar os resultados obtidos pelas alunas.

Desde quando foi lançado, em 2015, o Programa Pérolas capacitou 460 mil mulheres. As participantes, chamadas de Pérolas, após formadas, conseguem aumentar os ganhos em 36% e ampliar as atividades de negócios em 141%.

As integrantes podem atingir níveis mais elevados dentro do programa, de acordo com o grau de engajamento nos eventos e capacitações: Pérolas, VIP, Princess e Queen. A iniciativa engloba treinamentos mensais

Antes do programa

+ de 70%

de líderes eram homens

Depois do programa

50,6%

de líderes mulheres

PÉROLAS HINODE

Sobre o que estamos falando?

Sororidade
Empoderamento Feminino
Gestão
Liderança
Performance

Danielli Carvalho, empreendedora Hinode Imperial Three Stars e treinadora oficial do Programa Pérolas, atua há 25 anos com a Hinode. Ajuda a transformar a vida de milhares de mulheres.

"Uma mulher pode tudo! Por isso o Programa Pérolas se dedica a encorajar tantas mulheres e empoderar cada uma delas!"

Crisciane Rodrigues,
fundadora do Programa Pérolas

e encontros nacionais. A partir de 2020, em razão da pandemia, os módulos ocorreram no formato *online*.

Em 2021, participaram 49,7 mil empreendedoras e se formaram 1.348 pessoas. O programa forma ainda treinadoras, capacitadas na Academia de Treinadoras com cursos mensais e reciclagens anuais. Atualmente são 757 mulheres que desempenham esse papel de levar conhecimento para empreendedoras de diversas localidades da América Latina. Em 2021, elas criaram 365 cursos, que também são ministrados na Universidade Hinode.

GERAÇÃO DE VALOR

460 mil
mulheres capacitadas no Brasil,Peru, Colômbia, Bolívia, Equador e México

757 treinadoras formadas, que criaram 365 cursos em 2021

Participantes, após formadas, aumentaram ganhos em **36%**
e as atividades de negócios, em **141%**

2021:

49,7 mil
participantes

1.348
formadas

Modelo de Negócio

UNIVERSIDADE HINODE

APRENDA | DUPLIQUE | EVOLUA

Universidade Hinode

A Universidade Hinode (UH) foi fundada em 2016 e oferece uma robusta estrutura de formação de empreendedores, que concentra mais de 500 treinamentos em temas como Produtos, Negócios e Desenvolvimento Pessoal. O conhecimento compartilhado neste espaço é amplo e dinâmico e pode ser aplicado em qualquer outra atividade, ajudando os participantes a conduzirem empreendimentos de sucesso, independentemente se estão ou não relacionados à Hinode.

Nesses anos de atuação, a UH formou mais de 265 mil pessoas, das quais muitas seguem na rede, mas outras abriram seus próprios empreendimentos, em diferentes ramos de atuação. As capacitações atingiram 107,2 mil horas em 2021, beneficiando mais de 26 mil empreendedores, o que representa 4,12 horas por empreendedor.

Este espaço também traz conhecimento para as franquias, contribuindo para a gestão. No ano, participaram mais de 350 franqueados. A plataforma é bilíngue, com cursos em português e espanhol, todos gratuitos.

GERAÇÃO DE VALOR

107,2 mil horas
de capacitação em 2021

26 mil empreendedores beneficiados no ano

500 treinamentos disponíveis

Desde quando foi criada, já beneficiou
265 mil pessoas

← Modelo de Negócio

Governança, transparência e integridade

GRI 103-1, 103-2, 103-3, 405-1, 406-1, 102-11, 102-16, 102-18, 205-1, 205-2, 205-3, 206-1, 307-1, 415-1, 419-1

Adelaide e Francisco Rodrigues, fundadores do Hinode Group, e seus 4 filhos (da esquerda para a direita), Leandro Rodrigues, Alessandro Rodrigues, Crisciane Rodrigues e Sandro Rodrigues

No final de 2018, Marília Rocca assumiu como CEO do Hinode Group, sendo a primeira executiva contratada para uma posição na alta liderança, inaugurando uma nova fase de profissionalização da empresa. A partir de 2020, iniciou-se um movimento de migração dos acionistas para as posições de conselheiros e a contratação de profissionais do mercado, com vasta experiência em empresas referência em suas áreas de atuação, como Natura, Mary Kay, CVC, Ernst & Young, L'Oréal e Vivo, que assumiram os cargos executivos na estrutura organizacional. Neste processo, houve o fortalecimento da Vice-presidência de Vendas e Marketing, com a criação da Diretoria Comercial e da Diretoria de Marketing, a renovação das áreas de Finanças e Tecnologia e a criação de uma nova Vice-presidência de Estratégica, Gente e ESG e outra Vice-presidência de Branding e Inovação de Produtos.

Atualmente a estrutura de governança do Hinode Group conta com um Comitê de Acionistas que é composto pelos quatro acionistas majoritários, Sandro Rodrigues, que atua como Presidente desta instância, Alessandro Rodrigues, Crisciane Rodrigues e Leandro Rodrigues; por Eduardo Frayha, acionista minoritário e Chief Sales Marketing Officer (CSMO); por Eduardo Wurzmann, conselheiro independente; e por Marília Rocca, CEO. Desempenha o papel de um Conselho Consultivo, discutindo questões estratégicas e deliberando sobre esses temas, além de responder pelo acompanhamento e controle da gestão da organização. Como a Hinode é uma empresa fundada e controlada por uma família (acionistas majoritários), há o Conselho de Família, formado apenas pelos membros da família, que discute os assuntos relevantes para a empresa antes da reunião do Comitê de Acionistas.

O Comitê de Acionistas é assessorado por outros comitês, que possuem um regimento próprio e uma governança formalizada, e focam os principais temas estratégicos da Hinode. São eles:

Comitê de Finanças, Riscos e Auditoria

Delibera sobre temas relacionados aos resultados financeiros do Grupo e associados à Gestão de Riscos e Auditoria. Participantes: Leandro Rodrigues (acionista e presidente do comitê), Marilia Rocca (CEO), Eduardo Wurzmann (conselheiro externo) e Marcelo Silvestre (CFO).

Comitê de Estratégia de Redes e Transformação Digital

Tem como foco a estratégia comercial e os projetos de tecnologia com impacto nos indicadores de vendas e na rede. Participantes: Sandro Rodrigues (acionista e presidente do comitê),Crisciane Rodrigues (acionista), Marilia Rocca (CEO), Carla Gama (VP de Estratégia, Gente e ESG), Eduardo Frayha (CSMO), Ronie Piovezan (Diretor Comercial), Diego Dias (Diretor Internacional), Liana Moreira (Diretora de Marketing) e Luciano Ciccotti (Diretor de Tecnologia).

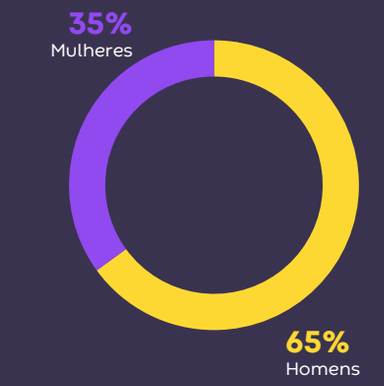
Comitê de Pessoas e Cultura Organizacional

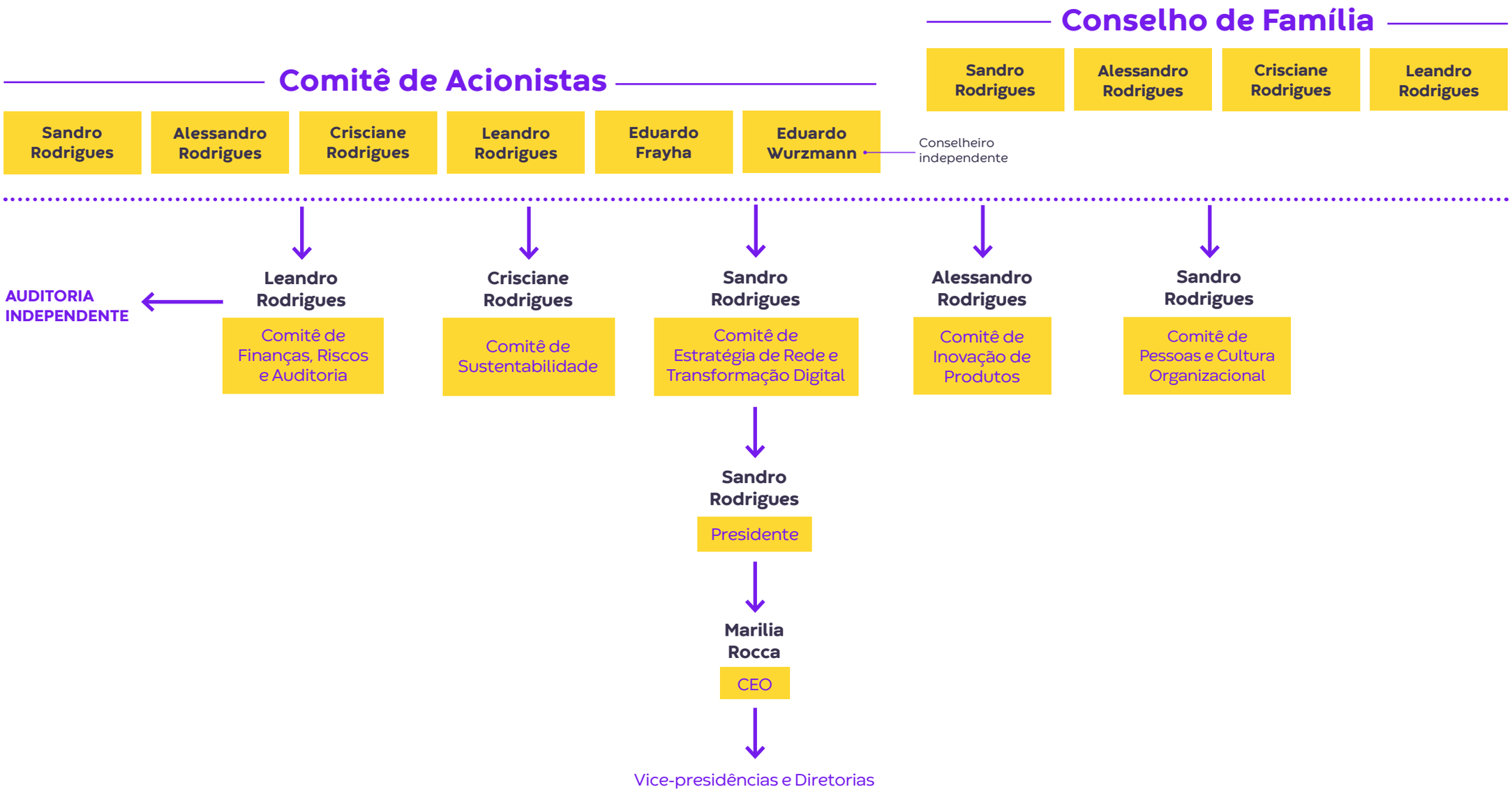
Delibera sobre temas com impacto na relação com os colaboradores e na cultura e desenvolvimento organizacional, além de temas relacionados a Governança Corporativa. Participantes: Sandro Rodrigues (acionista e presidente do Comitê), Marilia Rocca (CEO), Carla Gama (VP de Estratégia, Gente e ESG) e André Varandas (Gerente Executivo de Gente e Gestão).

Comitê de Sustentabilidade/ESG

Assessora o Comitê de Acionistas no cumprimento das suas atribuições legais com relação à Política Corporativa de Sustentabilidade, supervisionando questões de responsabilidade socioambiental. Presidido por Crisciane Rodrigues (acionista), é composto ainda por Marilia Rocca (CEO), Carla Gama (Vice-presidente de Estratégia, Gente e ESG) e Lívia Friseira (Gerente ESG). Em 2022, passará a contar com as participações de executivos de outras áreas da companhia, tornando-se multidisciplinar e ampliando o seu potencial de inserir a sustentabilidade em todas as instâncias do grupo.

Diversidade nos órgãos de governança - Conselho e Comitês




Conselho de Família
Sandro Rodrigues
Alessandro Rodrigues
Crisciane Rodrigues
Leandro Rodrigues
Comitê de Acionistas
Sandro Rodrigues
Alessandro Rodrigues
Crisciane Rodrigues
Leandro Rodrigues
Eduardo Frayha
Eduardo Wurzmann
Conselheiro independente
AUDITORIA INDEPENDENTE
Leandro Rodrigues
Comitê de Finanças, Riscos e Auditoria
Crisciane Rodrigues
Comitê de Sustentabilidade
Sandro Rodrigues
Comitê de Estratégia de Rede e Transformação Digital
Alessandro Rodrigues
Comitê de Inovação de Produtos
Sandro Rodrigues
Comitê de Pessoas e Cultura Organizacional
Sandro Rodrigues
Presidente
Marilia Rocca
CEO
Vice-presidências e Diretorias

Ética

A ética deve estar inserida no dia a dia de qualquer organização e representa item fundamental na gestão da Hinode. A integridade permeia a organização, na forma como ela produz, se relaciona com os seus diversos públicos e distribui renda na sociedade. Pelo perfil da empresa, a Hinode é representada por milhares de pessoas, os empreendedores, que levam a sua marca e princípios para milhões de lares no Brasil e outros países da América do Sul. Assim, comportamentos inadequados podem gerar danos à imagem, à reputação e ao próprio modelo de negócios.

O compromisso da Hinode com o tema está expresso e reforçado no Código de Ética e Conduta, um guia para lideranças, colaboradores, empreendedores, franqueados, prestadores de serviços e demais públicos de relacionamento. Esse conteúdo é um importante instrumento para que todos e todas tenham uma atuação íntegra que reflita o propósito da companhia, de continuar transformando vidas.

O documento detalha os tipos de atitudes e comportamentos esperados na condução das atividades diárias, com o intuito de promover um ambiente de trabalho honesto, justo e de acordo com a lei. No ano, 85% de todos os funcionários receberam treinamentos sobre ética e conduta.

A empresa conta com uma área de *Compliance*, inserida na Diretoria Jurídica e de *Compliance*, que implementa as iniciativas e mecanismos descritos no Código de Ética e nas políticas Anticorrupção, de Brindes, Presentes e Hospitalidades e na de Conflito de Interesses. Também monitora e investiga qualquer situação de eventual violação.

Para evitar casos de corrupção, a Hinode criou uma política direcionada às empresas do grupo, aos colaboradores de todos os níveis hierárquicos, empreendedores independentes, franqueados e terceiros que exerçam atividades em nome da empresa. Estas diretrizes proíbem o recebimento de pagamentos indevidos, tais como subornos, entrega, oferecimento ou promessa de dinheiro ou outro item de valor a fim de influenciar indevidamente atos ou decisões e obter um benefício. A política foi compartilhada com 100% da equipe, incluindo os membros dos órgãos de governança. Em relação aos parceiros externos, não existe ainda um processo de comunicação, mas o documento estará disponível no site e passará a ser entregue durante a homologação de fornecedores e para os franqueados.

Foi implementado ainda um processo de *due diligence* anticorrupção para contratação e renovação dos contratos com parceiros intermediários, que são os prestadores de serviços, pessoa física ou pessoa jurídica, que auxiliam o Grupo Hinode em qualquer função de negócio que demande ou envolva a interação com Órgão Público, Funcionário Público ou Empresa Privada. A *Due Diligence* se aplica também a transações relacionadas a aquisições ou renovações de novos negócios ou concessão de franquias.

A política, o processo de *due diligence*, o canal de denúncias (detalhado abaixo) e o Comitê de Ética são as principais ferramentas para evitar casos de corrupção. A partir de 2022, a Hinode passará a promover treinamentos sobre os procedimentos anticorrupção. Como regra corporativa, a empresa não faz contribuições para partidos políticos.

A Hinode não recebeu nenhuma multa ou sanção por violação a regulamentos ambientais e socioeconômicos. Também não existem ações judiciais em razão de concorrência desleal, práticas de truste e monopólio.

Denúncias

Um canal oficial para reporte de denúncias, o **Alo Ética Hinode**, e uma Política de Denúncias são as ferramentas que podem ser utilizadas por colaboradores e terceiros que mantiverem relações comerciais com o Hinode Group.

Administrado por um parceiro externo, o canal é seguro, sigiloso e a queixa pode ser feita de forma anônima ou aberta. Neste espaço são informadas condutas que estão em desacordo com o Código de Ética, com as políticas e com a legislação vigente. A área de *Compliance* é responsável por investigar as denúncias e pode encaminhar o caso para o Comitê de Ética, formado por representantes do Jurídico e *Compliance*, de Gente e Gestão e do Financeiro. Se alguma dessas áreas estiver envolvida no caso, não poderá participar do processo.

Em 2021, o canal registrou 55 denúncias (contra 37 em 2020), todas devidamente apuradas e concluídas em um prazo médio de 7,5 dias. No período, não houve caso de discriminação, mas uma situação de assédio, devidamente investigada e tratada. O colaborador acusado da prática indevida foi desligado após a averiguação. Não houve nenhuma situação de suspeita ou denúncia de corrupção em 2020 e 2021 e também não existem processos judiciais relacionados a esse tipo de questão.

Gestão de riscos

Em 2021, a Hinode estruturou um Sistema de Gestão de Riscos, que se tornará efetivo em 2022, o qual faz parte das iniciativas na frente ESG. Baseado na ISO 31000, norma internacional de gestão de riscos, o programa identificou os riscos corporativos e estabeleceu critérios de priorização para as decisões de acordo com a relevância e a capacidade de impactar as operações. O Sistema acompanhará as ameaças relacionadas às frentes de Finanças, Operações, Jurídico e *Compliance* e TI. Para todo risco haverá um plano de ação para tratamento e mitigação, etapa que será concluída no início de 2022.

O processo passou a integrar a estrutura de governança da organização, com a criação do Comitê de Riscos, que conscientiza e envolve as lideranças no tema e aprova as ações necessárias para mitigar as ameaças, vinculado à diretoria-executiva. A liderança na implantação do controle e mitigação do risco é do gestor da área envolvida com a vulnerabilidade, que conta com o apoio de toda a empresa no desenvolvimento das ações.

O Sistema de Gestão de Riscos identificou quatro categorias de riscos: relacionados ao ambiente no qual a empresa opera (economia, competição, política, legislação, entre outros), às atividades de suporte (como Governança, Finanças, Recursos Humanos), ao negócio (marketing, distribuição e vendas, operação etc) e às decisões táticas que guiam o crescimento dos negócios (inovação, relação com *stakeholders*, por exemplo). Os riscos socioambientais foram levantados em um estudo complementar, conduzido pela área ESG. O mapeamento completo, que inclui ameaças estratégicas, táticas e operacionais, será atualizado anualmente, com o envolvimento da alta liderança, revisitando os riscos existentes e incluindo novos que surjam ao longo do processo.

O programa inclui uma Política de Gestão de Riscos, que estabelece a composição e as regras de Gestão de Riscos, bem como assegura o engajamento das Áreas de Negócios. Essa política determina o fluxo de controle, como reunião mensal do Comitê para apresentar o resultado dos indicadores de monitoramento, encontro mensal com os gestores das áreas que não estão mostrando melhora na análise dos resultados, apresentação dos resultados dos itens de controle, com parecer sobre evolução do risco e ações para mitigar a cada três meses. Além disso, semestralmente, a equipe de riscos apresentará o mapa de risco e a evolução entre o risco inerente e risco residual.

Os riscos relacionados à corrupção também serão avaliados dentro do Sistema de Gestão, processo que terá início em 2022.

Todo comitê tem regimento, governança formalizada. Complementariamente, a área de *compliance* construiu todas as políticas mandatórias, desde o código de conduta, as políticas de brindes e presentes, canal de denúncia e processo de investigação isento.

Desenvolvimento do negócio

GRI 103-1, 103-2, 103-3, 102-7, 102-45, 207-4

Vany Mirtes (30 anos de Hinode Group), auxiliar de produção na unidade de Jandira (SP)

No período, o Hinode Group apresentou lucro operacional positivo, apesar dos desafios do ambiente econômico em decorrência, principalmente, da continuidade da pandemia da COVID-19. O ano anterior foi o melhor de sua história (2020), permitindo que em 2021 a empresa realizasse ajustes operacionais que garantiram o bom desempenho de seus resultados.

Além disso, no ano, o grupo entrou em mais dois países da América do Sul, Chile e Paraguai, demonstrando a capacidade de expansão na região, mesmo diante de um ambiente econômico desfavorável.

A receita líquida de 2021 ficou ligeiramente inferior ao patamar de R$ 1 bilhão, sendo que em 2020 este montante havia sido superado. Entretanto, o Grupo conseguiu manter o mesmo percentual de lucro bruto de 2020, como consequência das ações de gestão implementadas nas operações e na cadeia de abastecimento.

As despesas operacionais foram reduzidas em mais de 20%, quando comparadas com 2020.

O Grupo apresentou lucro operacional em 2021, superior ao do ano de 2020, corroborando o empenho pela busca de eficiência operacional e pela sustentabilidade de resultados.

No que se refere à relação da dívida líquida financeira com a geração bruta de caixa (Ebtida), a Hinode fechou 2021 com relação de 2,2 vezes, patamar sustentável e compatível com as ações de expansão promovidas nos últimos anos.

Evandro Viana, empreendedor na categoria Titan, atua há dez anos com a Hinode

Empresas incluídas nas demonstrações financeiras

Nome	Atividades primárias	Número de empregados e a base de cálculo para esse número	Receitas com terceiros	Receitas provenientes de transações intra-grupo	Bens tangíveis que não sejam caixa e equivalentes de caixa	Imposto de renda pessoa jurídica pago em regime de caixa	Motivos para a diferença entre imposto de renda pessoa jurídica incidente sobre lucros/perdas e o imposto devido se a alíquota fixada em lei for aplicada para lucros/perdas antes do pagamento de impostos
LARRU'S INDUSTRIA E COMERCIO DE COSMETICOS LTDA.	fabricação de produtos	358	14.817.511,26	353.172.195,99	83.492.780,42	-	
LIDER FRANQUIAS E LICENCAS LTDA.	gestão de franquias e empreendedores	98	509.542.951,73	71.568,21	4.374.861,46	-	
MAXIMA LOGISTICA E DISTRIBUICAO LTDA	comércio varejista e atacadista de produtos Hinode	56	465.482.734,10	-	52.263.145,17	-	
OBJETIVO 1220 COMERCIO DE COSMETICOS LTDA.	comércio varejista *online* de produtos Hinode	1	6.829.948,97	-	-	255.760,96	Lucro presumido
KPLAY TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO LTDA.	administração do sistema de gestão de rede e marketing multinível	38	3.196.955,06	-	63.868,71	247.130,87	Lucro presumido
VCR TURISMO LTDA.		0	-	-	-	-	-
GRUPO HINODE PARTICIPAÇÕES S/A	Participação em outras sociedades do Brasil ou exterior	0	-	-	-	-	-
HINODE PARTICIPAÇÃO INTERNACIONAL LTDA.	Participação em outras sociedades do Brasil ou exterior	0	-	-	-	-	-

Conteúdo GRI

GRI 102-55

Sumário de Conteúdo GRI

INDICADOR	STANDARDS	PÁGINA	OMISSÃO/INFORMAÇÃO	PACTO GLOBAL	ODS
O GRUPO HINODE					
102-1	Nome da organização	6			
102-2	Atividades, marcas, produtos e serviços	6			
102-3	Localização da sede da organização	6			
102-4	Local de operações	6			
102-5	Natureza da propriedade e forma jurídica	6			
102-6	Mercados atendidos	6			
102-7	Porte da organização	6			
102-12	Iniciativas externas	10			
102-13	Participação em associações	10			
102-16	Valores, princípios, normas e códigos de comportamento	12, 70			
201-1	Valor econômico direto gerado e distribuído	7			10
MENSAGEM DA CEO					
102-14	Declaração do mais alto executivo sobre a importância da sustentabilidade	3, 5			
102-10	Mudanças significativas na empresa	5			
A SUSTENTABILIDADE PARA A HINODE					
102-40	Lista de grupos de *stakeholders*	21			
102-42	Identificação e seleção de *stakeholders*	21			
102-46	Definição do conteúdo do relatório e dos Limites de tópicos	20, 21			
102-47	Lista de tópicos materiais	21			
103-1	Explicação de cada tópico material e seu Limite	21			
102-48	Reformulações de informações (se ocorreu)		Este é o primeiro relatório publicado.		
102-49	Alterações no relato		Este é o primeiro relatório publicado.		
102-50	Período coberto pelo relatório	20			
102-51	Data do relatório mais recente	20			

INDICADOR	STANDARDS	PÁGINA	OMISSÃO/INFORMAÇÃO	PACTO GLOBAL	ODS
102-52	Ciclo de emissão de relatórios	20			
102-53	Contato para perguntas sobre o relatório	21			
102-54	Inclua a seguinte declaração: "Este relatório foi elaborado em conformidade com as Normas GRI: opção Essencial"	20			
412-1	Operações submetidas a avaliações de direitos humanos ou de impacto nos direitos humanos		Não há um procedimento formal de avaliação, com respectivo monitoramento.		
ECOEFICIÊNCIA NAS OPERAÇÕES					
103-1	Explicação de cada tópico material e seu Limite	23 a 31			
103-2	Forma de gestão dos tópicos materiais e seus componentes	23 a 31			
103-3	Avaliação da forma de gestão de cada tópico material	23 a 31			
Água					
303-1	Interações com a água como um recurso compartilhado	24		7, 8	6
303-2	Gestão de impactos relacionados ao descarte de água	24		7, 8	6
303-3	Captação de água	24		7, 8	6
303-4	Descarte de água	24		7, 8	6
303-5	Consumo de água	24		7, 8	6
Emissões					
201-2	Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades decorrentes das mudanças climáticas		Os riscos climáticos não foram levantados no período.		
305-1	Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)	26		7, 8	13
305-2	Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia	26		7, 8	13
305-3	Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)	26		7, 8	13
305-4	Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	26		7, 8	13
305-5	Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)		Em 2020 emissões de carbono não eram monitoradas.		
305-6	Emissões de substâncias destruidoras da camada de ozônio (SDO)		0,01 t HCFC-22		
305-7	Emissões de NOX, SOX e outras emissões atmosféricas significativas		Os equipamentos de geração utilizados nas instalações são isentos de medição de emissões de SOX, NOX e MP no âmbito da Resolução Conama 382, de 26 de dezembro de 2006.		
Energia					
302-1	Consumo de energia dentro da organização	29		7, 8	7

INDICADOR	STANDARDS	PÁGINA	OMISSÃO/INFORMAÇÃO	PACTO GLOBAL	ODS
302-2	Consumo de energia fora da organização	29		7, 8	7
302-3	Intensidade energética	29		7, 8	7
302-4	Redução do consumo de energia	29		7, 8	7
302-5	Reduções nos requisitos energéticos de produtos e serviços		A gestão da energia está focada na redução do indicador de intensidade energética e diversificação de fontes renováveis.		
Resíduos					
306-1	Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos	30		7, 8	12
306-2	Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	30		7, 8	12
306-3	Resíduos gerados	30		7, 8	12
306-4	Resíduos não destinados para disposição final	30		7, 8	12
306-5	Resíduos destinados para disposição final	30		7, 8	12
GESTÃO SUSTENTÁVEL DOS PRODUTOS					
103-1	Explicação de cada tópico material e seu Limite	32 a 38			
103-2	Forma de gestão dos tópicos materiais e seus componentes	32 a 38			
103-3	Avaliação da forma de gestão de cada tópico material	32 a 38			
416-1	Avaliação dos impactos na saúde e segurança causados por categorias de produtos e serviços (nos consumidores)	32, 33			3, 12
416-2	Casos de não conformidade em relação aos impactos na saúde e segurança causados por produtos e serviços (no consumidor)	33			3, 12
417-1	Requisitos para informações e rotulagem de produtos e serviços		O processo de inclusão está em andamento e será implementado em 2022, quando a empresa quantificará o percentual de seu portfólio que trará essas informações.		12
417-2	Casos de não conformidade em relação a informações e rotulagem de produtos e serviços	33			12
301-2	Matérias-primas ou materiais reciclados utilizados	37		7, 8	12
301-1	Materiais utilizados, discriminados por peso ou volume	30			
301-3	Produtos e suas embalagens recuperados	36	A empresa recupera 22% da massa de embalagem, o que inclui plástico, vidro, entre outros. Não há o levantamento por categoria de produto.	7, 8 ,9	12
304-1	Unidades operacionais próprias, arrendadas ou geridas dentro ou nas adjacências de áreas de proteção ambiental e áreas de alto valor de biodiversidade situadas fora de áreas de proteção ambienta		As operações não estão dentro ou adjacentes a areas de proteção ambiental e áreas de alto valor de biodiversidade, mas sim em áreas altamente antropizadas.	7	6, 15

INDICADOR	STANDARDS	PÁGINA	OMISSÃO/INFORMAÇÃO	PACTO GLOBAL	ODS
304-2	Impactos significativos de atividades, produtos e serviços na biodiversidade		Diretamente não há impacto significativo na biodiversidade. Indiretamente, a industria de cosméticos e higiene pessoal gera impacto por meio da cadeia de suprimentos. No relatório estão descritas as ações realizadas para ampliar a sustentabilidade dos ingredientes.	7, 8 ,9	6, 15
304-3	Habitats protegidos ou restaurados		As operações nao estão inseridas em habitats protegidos ou restaurados.	7	6, 15
304-4	Espécies incluídas na lista vermelha da IUCN e em listas nacionais de conservação com habitats em áreas afetadas por operações da organização	33		7	15
DESENVOLVIMENTO INTEGRAL DAS EQUIPES					
102-43	Abordagem para engajamento de *stakeholders*	40 a 47			
102-44	Principais preocupações e tópicos levantados	40 a 47			
103-1	Explicação de cada tópico material e seu Limite	40 a 47			
103-2	Forma de gestão dos tópicos materiais e seus componentes	40 a 47			
103-3	Avaliação da forma de gestão de cada tópico material	40 a 47			
102-8	informações sobre empregados e outros trabalhadores	40, 41		4, 6	8
102-41	Acordos de negociação coletiva	42		3	8
201-3	Obrigações do plano de benefício definido e outros planos de aposentadoria		A Hinode não oferece um plano de aposentadoria privado.		
202-1	Proporção entre o salário mais baixo e o salário mínimo local, com discriminação por gênero	47		4	8, 10
401-1	Novas contratações e rotatividade de empregados	42		4	8
401-2	Benefícios oferecidos a empregados em tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou de período parcial	47		4, 6	8
410-1	Pessoal de segurança capacitado em políticas ou procedimentos de direitos humanos		Nas operações próprias, não houve. Nas franquias, não foi realizado o controle.		
401-3	Licença maternidade/paternidade	47		6	8
402-1	Prazo mínimo de aviso sobre mudanças operacionais		4 semanas.		
404-1	Média de horas de capacitação por ano, por empregado	43	Não há a compilação dos dados por gênero e categoria funcional. Nas capacitações presenciais o colaborador assina uma lista, apenas com o nome. E o dado não é, posteriormente, organizado em categorias. Nas capacitações online também não houve acompanhamento por cargo e gênero, apenas por nome.		8

INDICADOR	STANDARDS	PÁGINA	OMISSÃO/INFORMAÇÃO	PACTO GLOBAL	ODS
404-2	Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistência para transição de carreira		Apenas para os diretores: programa de Outplacement.		
404-3	Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	44			
405-1	Diversidade em órgãos de governança e empregados	40, 41, 68		6	5
405-2	Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens	45		6	5
412-2	Capacitação de empregados em políticas ou procedimentos de direitos humanos		Não há capacitações específicas em direitos humanos. Este tema será tratado em 2022 no ambito da agenda ESG.		
SAÚDE E SEGURANÇA NO TRABALHO					
403-1	Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	49		4	3, 8
403-2	Identificação de periculosidade, avaliação de riscos e investigação de incidentes	49		4	3, 8
403-3	Serviços de saúde do trabalho	49		4	3, 8
403-4	Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores referentes a saúde e segurança do trabalho	49		4	3, 8
403-5	Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança do trabalho	49		4	3, 8
403-6	Promoção da saúde do trabalhador	49		4	3, 8
403-7	Prevenção e mitigação de impactos de saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócios	49		4	3, 8
403-8	Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	49		4	3, 8
403-9	Acidentes de trabalho	49		4	3, 8
403-10	Doenças profissionais	49		4	3, 8
103-1	Explicação de cada tópico material e seu Limite	49			
103-2	Forma de gestão dos tópicos materiais e seus componentes	49			
103-3	Avaliação da forma de gestão de cada tópico material	49			

INDICADOR	STANDARDS	PÁGINA	OMISSÃO/INFORMAÇÃO	PACTO GLOBAL	ODS
CADEIA DE VALOR SUSTENTÁVEL					
102-43	Abordagem para engajamento de *stakeholders*	51 a 57			
102-44	Principais preocupações e tópicos levantados	51 a 57			
103-1	Explicação de cada tópico material e seu Limite	51 a 57			
103-2	Forma de gestão dos tópicos materiais e seus componentes	51 a 57			
103-3	Avaliação da forma de gestão de cada tópico material	51 a 57			
Clientes					
417-3	Casos de não conformidade em relação a comunicação de marketing	56			
418-1	Queixas comprovadas relativas a violação da privacidade e perda de dados de clientes	56			
Fornecedores					
204-1	Proporção de gastos com fornecedores locais		Compras de fornecedores de Barueri, Jandira e Extrema (municípios onde estão as operações): 11,7% dos gastos com compras diretas e 14,9% com compras indiretas.		8
102-9	Cadeia de fornecedores	57			8
308-1	Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais	57			6, 8, 12, 13, 14, 15
308-2	Impactos ambientais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas		Não houve nenhum impacto significativo.		
407-1	Operações e fornecedores em que o direito à liberdade sindical e à negociação coletiva pode estar em risco		Operação: é assegurado o direito à liberdade sindical a todos os funcionários.Os fornecedores críticos serão mais amplamente avaliados a partir de 2022, inclusive nesse aspecto.	3	8
408-1	Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil	57		1, 2, 5	8
409-1	Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo	57		1, 2, 4	8
410-1	Pessoal de segurança capacitado em políticas ou procedimentos de direitos humanos		Nas operações próprias, não houve. Nas franquias, não foi realizado o controle.		
414-1	Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais	57			8, 10
414-2	Impactos sociais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas		Não houve.		8, 10
Desenvolvimento local					
202-2	Proporção de membros da diretoria contratados na comunidade local		100% dos membros da diretoria residem no município onde está localizada a sede.		

INDICADOR	STANDARDS	PÁGINA	OMISSÃO/INFORMAÇÃO	PACTO GLOBAL	ODS
203-1	Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	59 a 66	Todos os investimentos nas comunidades ocorrem via Instituto FAR e estão descritos no relatório.		10, 11
203-2	Impactos econômicos indiretos significativos		Descritos ao longo do relatório. Principal destaque: a distribuibuição de renda proporcionada pelo modelo de marketing multinível aliada a vendas diretas, que gerou R$ 1,3 bilhão para os empreendedores e R$ 104,6 milhões para franqueados.		
411-1	Casos de violação de direitos de povos indígenas		Não houve. A empresa não atua com operação em área indígena.	1, 2	
413-1	Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local		Hoje, não existem comitês e processos formais de consulta ampla à comunidade local. Mesmo assim, não houve nenhum registro de queixa ou reclamação por parte da população próxima às operações.		
413-2	Operações com impactos negativos significativos - reais e potenciais - nas comunidades locais		As operações do Hinode Group não têm impacto negativo significativo, conforme detalhamento nos capítulos Desenvolvimento Local e Ecoeficiência nas operações.		
GOVERNANÇA, TRANSPARÊNCIA E INTEGRIDADE					
103-1	Explicação de cada tópico material e seu Limite	68 a 71			
103-2	Forma de gestão dos tópicos materiais e seus componentes	68 a 71			
103-3	Avaliação da forma de gestão de cada tópico material	68 a 71			
405-1	Diversidade em órgãos de governança e empregados	68		6	5
406-1	Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	70		6	5, 10
102-11	Princípio ou abordagem da precaução	71			
102-16	Valores, princípios, normas e códigos de comportamento	12, 70			8
102-18	Estrutura de governança	69		10	16
201-4	Apoio financeiro recebido do governo		A Hinode não recebeu apoio governamental.		16
205-1	Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	70		10	16
205-2	Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção	70		10	16
205-3	Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	70		10	16
206-1	Ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio	70		10	16
207-1	Abordagem Tributária		Não existe uma estratégia fiscal, mas há um respaldo técnico para as decisões tributárias, que seguem as legislações de cada esfera e orientações e pareceres .		

INDICADOR	STANDARDS	PÁGINA	OMISSÃO/INFORMAÇÃO	PACTO GLOBAL	ODS
207-2	Governança, controle e gestão de risco fiscal		O responsável pela conformidade fiscal é o CFO, e a abordagem tributária é deliberada pelo Comitê de Acionistas e pelo Comitê de Finanças, Riscos e Auditoria, que também direcionam as estratégias. A abordagem e a identificação dos riscos fiscais são de responsabilidade do Comitê de Finanças, Riscos e Auditoria, com o suporte das áreas de consultoria tributária e *compliance* e de escritórios de advocacia.		
207-3	Engajamento de *stakeholders* e gestão de suas preocupações quanto a tributos		Não há uma abordagem formalizada. O relacionamento com autoridades fiscais ocorre por petição, com a intermediação de advogados e especialistas.		
307-1	Não conformidade com leis e regulamentos ambientais	70		7	
419-1	Não conformidade com leis e regulamentos na área socioeconômica	70			
415-1	Contribuições políticas	70		10	16
DESENVOLVIMENTO DO NEGÓCIO					
102-7	Porte da organização	73			
103-1	Explicação de cada tópico material e seu Limite	73			
103-2	Forma de gestão dos tópicos materiais e seus componentes	73			
103-3	Avaliação da forma de gestão de cada tópico material	73			
102-45	Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas	74			
412-3	Acordos e contratos de investimentos significativos que incluem cláusulas sobre direitos humanos ou que foram submetidos a avaliação de direitos humanos		Não existem contratos de investimento significativos.		
207-4	Relato país-a-país	74			
102-55	Sumário de Conteúdo GRI	75 a 83			
102-56	Verificação Externa		Este relatório não terá verificação externa, processo que será aplicado ao relatório do ciclo 2022.		

HINODE GROUP

COORDENAÇÃO GERAL
Vice-presidência de Estratégia, Gente e ESG

COORDENAÇÃO TÉCNICA E EDITORIAL, CONSULTORIA GRI,
PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO
Presence Comunicação e Sustentabilidade