

Relatório de Sustentabilidade 2022





Sumário

03 Mensagem da Diretoria

Mensagem do Comitê de Sustentabilidade 05 Hinode Group



Foto capa:

Carol Santos, colaboradora; André Roberti, empreendedor e Imperial Three Stars; Elen Viegas e Maria Riccio, colaboradoras; Marcus Vinicius Marciano da Purificação, franqueado do Hinode Center Butantã; Crisciane Rodrigues, presidente do Comitê de Sustentabilidade e fundadora do Programa Pérolas; e Margarete Hensler, empreendedora e Imperial Three Stars.



Mensagem da Diretoria

Este é o segundo relatório de sustentabilidade publicado pelo Hinode Group e reforça o nosso compromisso em atuar cada vez mais alinhados aos aspectos ESG. Hoje, a sustentabilidade está sendo tratada com consistência, seriedade e integra a estratégia de negócios da empresa, principalmente o dia a dia da nossa equipe.

Tivemos um ano complexo do ponto de vista econômico. A guerra na Ucrânia, além do aspecto humanitário, impactou as cadeias globais de insumos e ingredientes, não só no nosso setor, mas em todo o mercado, gerando consequências no abastecimento e na inflação. Somam-se a esse fator as tensões políticas em várias regiões do mundo, com ênfase na América Latina, onde operamos, o que afetou a economia de forma geral.

Em meio a esse cenário mais árido, a sustentabilidade foi uma importante aliada em 2022, contribuindo para otimizar recursos e direcionar a nossa atuação, mantendo o Hinode Group no caminho da estratégia desenhada para os próximos anos, baseada em um aprimoramento constante dos produtos e das embalagens, com redução de impacto ambiental, utilização de ingredientes naturais e renováveis e ampliação das funcionalidades. O nosso objetivo é evoluir sempre, entregando aos

MENSAGEM DA DIRETORIA

consumidores e consultores, que estão no centro das nossas decisões, um portfólio moderno, com muita qualidade, sempre olhando o crescimento do negócio e a solidez financeira.

Dentro desta jornada da sustentabilidade, comecamos a medir o impacto ambiental dos produtos com a calculadora DIA, que analisa diversos aspectos de toda a cadeia, permitindo traçar planos de mitigação e aperfeiçoamento. Também melhoramos a gestão dos resíduos e em iniciativas de redução das emissões de gases de efeito estufa, como o uso de energia certificada pelo selo I-Rec, e as medições dos indicadores ambientais, abrindo caminho para avançar no gerenciamento desses índices. Todas essas iniciativas estão reunidas na frente de atuação Despertando um Mundo mais Sustentável, que junto com os pilares Despertando uma Sociedade mais Justa e Despertando o Poder de Ser Rede passaram a guiar as ações ESG do Hinode Group, aprimorando a estrutura de governança corporativa.

Em 2022, organizamos as iniciativas internas, para os funcionários, e externas, para consultores e para as pessoas que vivem nas localidades onde estamos presentes, dentro da causa Despertando uma Sociedade mais Justa. Trabalhamos para seguir sendo uma empresa diversa, que tem 56% das lideranças mulheres.

Elas também são valorizadas pelo programa Pérolas, um estímulo ao empreendedorismo feminino, voltado para consultoras dos países nos quais atuamos. Investimos ainda no desenvolvimento das pessoas, com a disponibilização de treinamentos, especialmente por meio da Universidade Hinode, acessada por colaboradores e consultores. Os programas para as comunidades são conduzidos pelo Instituto FAR, que beneficiou 35 mil pessoas no período, com projetos em várias regiões do Brasil.

A terceira causa, Despertando o Poder de Ser Rede, reforça o nosso modelo de negócios, a nossa essência, que vê no empreendedorismo uma alternativa de renda para milhares de pessoas que conseguem sair de situações de vulnerabilidade e fazer uma transição de vida. Esse é o coração do Hinode Group e nos esforçamos diariamente para continuar proporcionando essas oportunidades, de forma justa e digna.

Nos tornamos signatários do Pacto Global, iniciativa da ONU que engaja o setor empresarial em programas alinhados aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Assim, nos comprometemos a seguir, no dia a dia dos negócios, princípios nas áreas de Direitos Humanos, Trabalho, Meio Ambiente e Combate à Corrupção, detalhados ao longo deste relatório.

Importante mencionar que neste ano fortalecemos a nossa marca, tornando-a global, o que dá mais força institucional, com mudanças no posicionamento e no design. Consolidamos as três principais categorias, fragrâncias, maquiagem e vida saudável, investimos na retenção dos consultores e em novos canais, especialmente os digitais, que crescem de maneira importante e começam a ganhar relevância no faturamento da empresa. Em um ano como foi 2022, mobilizamos a equipe para melhorar a produtividade e reduzir despesas, possibilitando que a Hinode siga na direção do crescimento, com margem positiva e geração de valor para os nossos públicos.

Temos uma estratégia estruturada para continuar evoluindo, com solidez financeira e contribuição para a sustentabilidade, mesmo em anos desafiadores. Estamos bem organizados, com uma equipe alinhada aos nossos valores e propósito. Gostaríamos de deixar o nosso profundo agradecimento aos funcionários, essenciais para a condução do negócio com energia e firmeza, aos empreendedores, que acreditam nos nossos produtos e no nosso modelo de negócios, aos clientes, pela confiança, à diretoria, pela liderança em um ano complexo, e a todos os demais públicos que apoiaram o Hinode Group em 2022.



Sandro Rodrigues
CEO



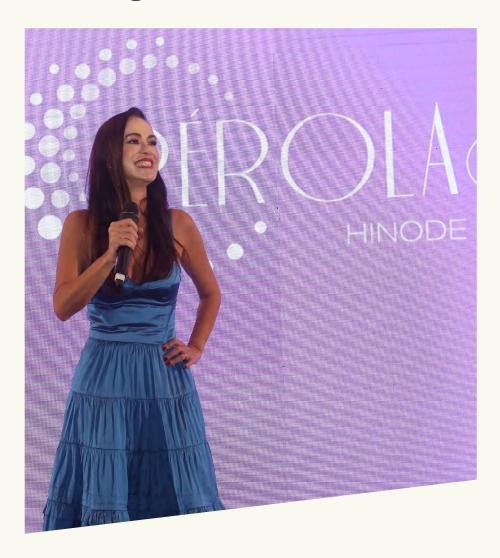
João del Cura

3





Mensagem do Comitê de Sustentabilidade



MENSAGEM DA DIRETORIA

A jornada de sustentabilidade tem se mostrado surpreendente. Quanto mais imergimos no tema e estamos abertos às novas práticas, mais nos tornamos eficientes. É um caminho de aprendizado constante, que gera uma empresa melhor, a cada dia, e preparada para enfrentar os desafios crescentes.

No aspecto ambiental, por exemplo, seguimos incluindo mudanças que trazem ganhos enormes para o negócio e para o planeta. Passamos a utilizar embalagens mais sustentáveis, o que permitiu manter a qualidade do produto sem alterar os precos em um período muito complexo para a economia e para o nosso setor. Isso só foi possível porque tínhamos criado nos anos anteriores novos processos, que incorporaram o ESG como questão relevante da equipe de desenvolvimento de produtos. Hoje, existe uma governança de sustentabilidade, que está presente em nossas principais áreas. Quando temos clareza do que está acontecendo e bases sólidas, conseguimos tomar as melhores decisões.

Já contamos com um modelo de negócios favorável, com grande impacto social, que não é assistencialista, mas tem uma abordagem generosa. Para além do aspecto financeiro, o Hinode Group sempre endereçou questões relevantes na sociedade, como a desigualdade

entre homens e mulheres, estimulando o empoderamento e o empreendedorismo feminino. Afinal de contas, boa parte da nossa rede de consultores e consultoras é composta por mulheres, 64%, e muitas delas são o principal alicerce da estrutura familiar, responsável por levar renda e acolhimento aos filhos. Temos a convicção que contribuímos um pouco para um importante objetivo da mulher moderna, que é ter a sua independência financeira e as rédeas da sua vida.

Neste ano, com o Pérolas, um programa do Hinode Group que tomou uma dimensão imensa e hoje pode ser considerado uma das principais plataformas de formação de lideranças femininas no Brasil, ajudamos a reforçar o poder do feminino e a despertar a consciência sobre o valor de cada mulher. Uma pesquisa que realizamos após a conclusão do programa de capacitação Sonata apontou que a representatividade das participantes que consideram a sua auto estima alta e muito alta subiu de 52% para 90% entre as brasileiras e de 47% para 92% entre as alunas dos demais países da América Latina. Acredito profundamente no impacto positivo que esta ampliação da confiança pode gerar, tanto no aspecto pessoal como profissional e, em um nível mais amplo, na economia. Li uma frase que me tocou muito e que se conecta perfeitamente com o Pérolas:

a inclusão social produtiva transforma vulnerabilidades em oportunidades.

E não poderia deixar de mencionar nesta mensagem o Instituto FAR. Lidero o Conselho Deliberativo da instituição, que tem um aspecto assistencialista, de doação para aqueles que estão precisando de ajuda, como aconteceu em 2022, quando apoiamos os atingidos pelas enchentes na região Nordeste do Brasil. Mas o FAR também olha o futuro, ao investir em organizações que contribuem com a educação de crianças e adolescentes e ao conduzir um programa próprio de capacitação de jovens. O Instituto FAR utiliza recursos da empresa e de funcionários, consultores e apoiadores. As 35 mil pessoas alcançadas com as iniciativas em 2022 só puderem receber essa ajuda porque existe muita gente generosa. Deixo aqui o meu muito obrigada.

Registro o meu agradecimento ao time de lideranças, a todas as funcionárias e funcionários, à nossa rede de consultoras, consultores, franqueadas e franqueados, aos clientes e aos demais parceiros de negócios, pela parceria firme em um ano tão desafiador como foi 2022.

Crisciane Rodrigues

SUMÁRIO GRI

Presidente do Comitê de Sustentabilidade e do Conselho Deliberativo do Instituto FAR



Hinode Group

[GRI 2-1, GRI 2-6, GRI 2-28]

Lucivania Silva, colaboradora de empresa terceirizada, e as colaboradoras do Hinode Group, Evelin Vieira, Livia Costa, Carla Borges e Jacqueline Novais.





O Hinode Group (Grupo Hinode Participações S.A.) completou 34 anos em 2022. Esta jornada se iniciou quando um casal, Adelaide e Francisco, decidiu fabricar cosméticos na garagem de sua residência na cidade de São Paulo e comercializar esses produtos no sistema de venda direta. A motivação desta atitude empreendedora é a mesma que guia a empresa até hoje, o propósito de transformar a vida das pessoas. Por trás da compra de um perfume ou uma maquiagem Hinode, existe um significado forte, a oportunidade de gerar renda de forma justa e democrática para milhares de homens e mulheres.

Ao longo dessas décadas, o Hinode Group se profissionalizou, cresceu e, atualmente, seus produtos chegam a consumidores de todo o Brasil e de sete países da América Latina - México, Colômbia, Peru, Equador, Chile, Paraguai e Bolívia. É a terceira maior empresa de fragrâncias do mercado nacional*, a segunda maior marca de vida saudável* e a quinta maior em maquiagem**.

Destaques 2022

R\$ 790 milhões

em faturamento

26 milhões

de unidades vendidas

R países atendidos

451 mil

consultores ativos, sendo 64% mulheres

564

funcionários

R\$ 1,3 bilhão

em renda gerada para consultores e franqueados

*Euromonitor; **Mintel





Produtos

Os produtos Hinode são vendidos pelos consultores e pelo site. Como a geração de renda com o estímulo ao empreendedorismo é a base do negócio, quando os itens são adquiridos online, há um bônus pela indicação, e quando não tem um intermediário também ocorre a distribuição de valor, a partir de uma ferramenta de geolocalização que identifica o consultor mais próximo do cliente.

400 diferentes produtos, divididos nas linhas:

Fragrâncias



Rosto



Corpo











Operações

Sociedade anônima de grande porte de capital fechado, com sede em Barueri (SP), o Hinode Group fabrica a maior parte dos produtos, 74%, na unidade de Jandira (SP), que ocupa uma área de 12 mil metros quadrados - os demais 26% são produzidos por fornecedores do Brasil e do México. Após a produção, os itens vão para o centro de distribuição de Extrema (MG), de onde são encaminhados para todo o país. A empresa conta ainda com um centro de tecnologia, em Piraju (SP), e com 318 franquias. No exterior, divide suas atividades em Cone Norte, que abrange Colômbia, Peru e México, e Cone Sul, com Equador, Bolívia, Chile e Paraguai. Nesses países, tem escritórios e seis HND Centers, espaços de capacitação e interação, exceto no Paraguai e no Chile.







Modelo de negócios

A empresa atua no formato de marketing de rede, que tem como premissa a formação de redes pelos empreendedores, que engajam outros consultores. Essas pessoas que formam a rede lucram com as vendas diretas dos produtos aos consumidores, mas também com os negócios realizados pelos consultores do seu grupo. Os empreendedores podem comprar os produtos nas franquias ou diretamente do Hinode Group.

ESCRITÓRIOS

CORPORATIVOS

Paraguai

PRESENÇA EM ASSOCIAÇÕES

Associação Brasileira da

Perfumaria e Cosméticos

(ABIHPEC) - membro do

Conselho Deliberativo

Indústria de Higiene Pessoal,



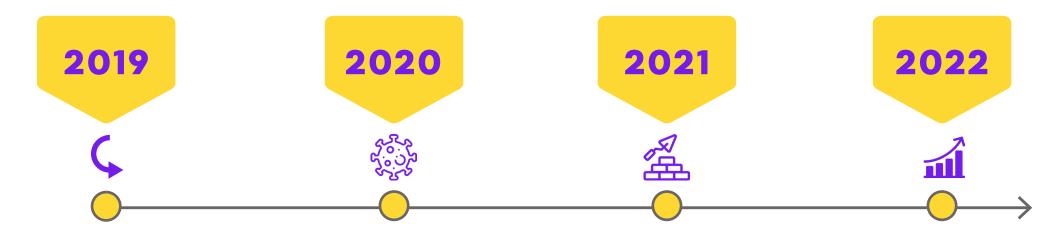


onde e como quiserem

Institucionais







Turnaround

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 portfólio

Otimização dos estoques

Renegociação com fornecedores

Otimização da operação de entrega

Otimização da fábrica

Reestruturação organizacional

Implantação de sistemas de supply chain

COVID-19

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

Fundação

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 dos Pilares Estratégicos 2021

Elaboração do Planejamento Estratégico 2025 com a Bain&Co

Consolidação

Crescimento das ferramentas e práticas implantadas e execução do planejamento.

Execução do planejamento estruturado em 2021

Fortalecimento das vendas diretas

Consolidação da atuação internacional e preparação da empresa para ingresso em novos países





Este foi um ano de ajustes na implementação da estratégia traçada em 2021, quando houve o lançamento de um robusto planejamento, com o apoio da Bain & Company, direcionado para as seguintes frentes: aumento da retenção dos empreendedores; ampliação da produtividade da rede; expansão da participação nos mercados onde já atua: e obtenção de receita incremental com novos canais.

Um importante avanço obtido foi o fortalecimento das vendas diretas segmento composto pelos consultores que não constroem rede, que cresceu de 19,6 mil para 53 mil pessoas. Existe uma média de 15 mil interessados por mês a se tornarem consultores. Com isso. verifica-se uma ampliação das margens da empresa, ao mesmo tempo em que ocorre uma distribuição maior de renda.

A empresa também está empenhada em avançar para outros mercados. Em 2022, apesar de não ter expandido internacionalmente, o Hinode Group consolidou a sua atuação nos sete países em que já estava. Em 2023, estuda o ingresso no Uruguai, nos EUA e em Portugal, representando o início das operações na Europa. A presença na América Latina é gerenciada por três diretorias, Cone Norte, Cone Sul e Relacionamento da Rede, que ficam dentro da estrutura corporativa da Diretoria Comercial.

MENSAGEM DA DIRETORIA

O processo de internacionalização impulsionou o lancamento do novo branding, um outro destaque de 2022. Até então, a empresa era reconhecida como Hinode, no Brasil, e HND, nos demais países, e com este reposicionamento passou a ter uma identidade global. Agora, a marca de consumo, que encontra-se nas embalagens, é apenas Hinode e a de

negócios, Hinode Group, ambas com um posicionamento único, pertinente a todos os públicos. Essa mudança também facilita a gestão, os fluxos e a identificação da empresa pelo consumidor.

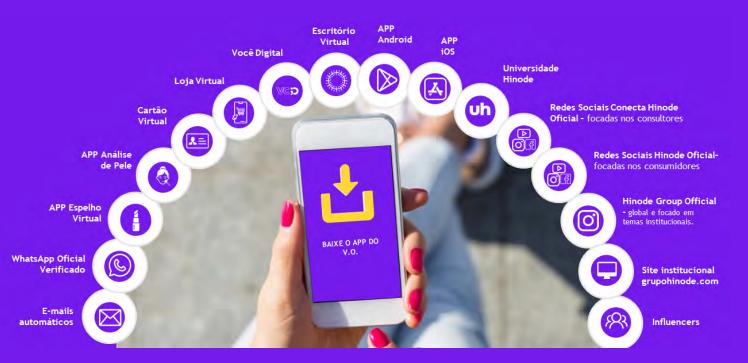
O período foi marcado pela expansão do e-commerce e pelo foco em uma atuação em diversos canais. A loja

virtual recebeu mais de 350 mil visitas por mês e cresceu 30% no ano. O catálogo digital, ferramenta utilizada para facilitar as vendas, tanto do lado do consultor, que pode entrar em contato com os seus clientes de forma virtual, como do consumidor, que tem acesso a um sistema mais prático e rápido, registrou média de 300 mil visitas mensais.

Como estratégia de negócios, o Hinode Group está investindo em inovação no desenvolvimento de produtos, com com o foco em agregar tecnologia e diversas funcionalidades em um mesmo item, como, por exemplo, a marca Routine Dermo, que traz géis de limpeza que tonificam e mantêm a hidratação da pele e conta com hidratante multifuncional com FPS 50. Todos os produtos são desenvolvidos por meio de uma governança do Comitê de Inovação, dentro dos pilares de qualidade, tecnologia, segurança e sustentabilidade, tanto nas fórmulas como nas embalagens (ver mais informações em Gestão Sustentável

Ecossistema de tecnologia:

inovação a serviço de consultores e consumidores



A estratégia de negócios, hoje, é impactada fortemente pela sustentabilidade, que pauta as diversas áreas da empresa. A partir do final de 2020, a Hinode começou a estruturar a sua atuação nesta frente, com a organização dos processos e a criação, em 2021, do Comitê de Sustentabilidade, que assessora o Comitê de Acionistas. Em 2022 publicou o seu primeiro relatório GRI, referente ao ano de 2021, e estruturou diversos indicadores ESG (sigla em inglês que significa Ambiental, Social e Governança), que são monitorados mensalmente e dão a visibilidade das iniciativas em andamento e dos pontos que precisam ser aprimorados.



ESTRATÉGIA

O RELATÓRIO

dos Produtos).





Ações que provocam mudanças reais

[GRI 2-17, GRI 3-2]







































Para agregar, dar transparência e comunicar as ações de sustentabilidade já em curso na empresa, especialmente para a rede de consultores e para os clientes, foi criada a plataforma Hinode Impacta, que reúne todas as iniciativas existentes. Ao relacionar os programas com causas, a empresa consegue tangibilizar melhor o que está sendo feito, os impactos e como cada pessoa pode contribuir. As ações que integram o Hinode Impacta estão conectadas aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), uma série de compromissos firmados em um movimento mundial, liderado pela ONU, para serem cumpridos até 2030.

Com base em seus valores e nas prioridades do negócio, a agenda de sustentabilidade do Hinode Group está dividida em três causas, que englobam os temas materiais, definidos em 2021:

HINODE IMPACTA









Despertando um mundo mais sustentável

Onde tem gente se cuidando, o Hinode Group também está presente. E a gente vem para ajudar as pessoas a cuidarem de si por inteiro, mas também dos outros e do mundo. Cultivando autoconfiança, consciência, saúde, beleza, amizade, generosidade e carinho aonde quer que a gente vá.

Esta causa reúne os seguintes temas materiais:

#Ecoeficiência nas operações - este tema abrange o compromisso da empresa com o meio ambiente e os esforços para se alcançar modelos mais eficientes em relação à gestão da água, da energia, dos resíduos e das emissões de gases de efeito estufa.

#Gestão sustentável dos produtos - criação de produtos com qualidade, saúde, segurança e com o menor impacto ambiental possível, conectando propósito, inovação e respeito ao planeta.





HINODE IMPACTA





Despertando uma sociedade mais justa

Acreditamos que quando o ser humano é reconhecido e valorizado em sua individualidade, ele retribui. movimentando a economia e transformando a sociedade ao seu redor, em um ciclo de desenvolvimento sustentável. Aqui a gente prefere abracar a pluralidade e crescer juntos: despertar oportunidades, gerar riqueza, celebrar conquistas e dividir os resultados com toda a sociedade.

Esta causa reúne os seguintes temas materiais:

#Desenvolvimento e bem-estar das equipes - esta frente material trata das ações direcionadas aos funcionários, tais como capacitações e estímulo ao desenvolvimento profissional e pessoal, à diversidade, ao bemestar, além das iniciativas pensadas para garantir um ambiente de trabalho seguro.

#Desenvolvimento Local - as empresas podem ajudar a construir sociedades mais prósperas. A contribuição do Hinode Group ocorre por meio do Instituto FAR, do Programa Pérolas e da Universidade Hinode. Também acontece pelo estímulo ao empreendedorismo e à geração de renda, sendo reconhecida como a empresa de marketing de rede que mais remunera os consultores.









Despertando o poder de ser rede

Fomos criados para transformar a vida das pessoas com o empreendedorismo, oferecendo uma oportunidade empreendedora justa e inclusiva para todos e todas por meio do modelo de venda direta com marketing de rede. Inspirados no poder do coletivo, trabalhamos também para que a nossa rede de empreendedores contribua para a transformação social, disseminando boas práticas ambientais e sociais nos países onde atuamos.

Esta causa reúne os seguintes temas materiais:

#Cadeia de valor sustentável - ações desenvolvidas para garantir uma relação justa e ética com a rede de consultores e empreendedores, com os franqueados, com os clientes e com os fornecedores, apoiando alguns desses públicos em suas jornadas de sustentabilidade.

#Governança, transparência e **Integridade** - o Hinode Group conta com estruturas, políticas e mecanismos que asseguram uma atuação sólida, íntegra e ética na interação com todos os stakeholders e um modelo de negócios que distribui valor de forma justa, consciente e generosa para todas as partes.







O tema da sustentabilidade é liderado internamente pela área ESG e pelo Comitê de Sustentabilidade, que se reporta ao Comitê de Acionistas. Por meio desta estrutura, a alta liderança participa das discussões sobre os desafios, as estratégias e as ações desenvolvidas nas esferas ambiental. social e de governança. Para ampliar o nível de conhecimento, no decorrer de 2022 ocorreram alguns fóruns de discussões para a alta instância, com convidados externos, sobre empreendedorismo e diversidade.

No dia a dia, 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. Lidera a implementação do programa ESG, mas com o comprometimento das demais áreas da empresa, que assumem a gestão das iniciativas.

A área de desenvolvimento de produtos, por exemplo, conta com um processo chamado Funil de Inovação, por onde passam todos os novos produtos, os quais são aprovados ou não pelo Comitê de Inovação de Produtos. Dessa forma, a governança garante que ocorra uma avaliação do impacto desse novo produto dentro dos critérios estabelecidos na iornada de sustentabilidade.

Governança da Sustentabilidade

Comitê de Acionistas

Valida posições do Comitê de Sustentabilidade no mais alto nível.

Comitê de Sustentabilidade

- Aprova a estratégia corporativa de sustentabilidade.
- Promove a incorporação da Sustentabilidade na estratégia, tomadas de decisão e propósito da empresa.
- Formula recomendações ao Comitê de Acionistas sobre os objetivos de sustentabilidade e acompanha a implantação de políticas, estratégias, ações e projetos que se relacionem ao desenvolvimento sustentável da companhia.

Áreas do negócio

Implementam/executam projetos, atividades e processos para contribuir com o desenvolvimento sustentável da companhia.

Área de Sustentabilidade (ESG)

- Elabora a estratégia corporativa de sustentabilidade (temas prioritários no curto, médio e longo prazos), contribuindo para a transformação cultural do negócio.
- Define objetivos, metas e indicadores para acompanhamento da evolução dos temas prioritários trabalhados.
- Identifica projetos necessários para melhoria do desempenho dos indicadores socioambientais, bem como para a alocação e monitoramento do andamento dos projetos nas áreas da companhia.
- Identifica, avalia e trata riscos e oportunidades referentes a fatores socioambientais em toda a cadeia de valor.
- Publica os resultados da agenda ESG da Companhia de maneira transparente, por meio das principais ferramentas de mensuração e comunicação de impacto (GHG protocol, CDP, GRI, IIRC, SASB, TCFD, entre outras).
- Promove o diálogo regular e estruturado com áreas e stakeholders internos e externos, garantindo a integração do tema às diversas áreas da empresa e aos relacionamentos com os públicos do Hinode Group.



ESTRATÉGIA





NOV/20

Criação da vice-presidência de Estratégia, Gente e ESG



MAR/21

Levantamento de Riscos, Gaps e Referências de Mercado



ABR/21

JUL/21

Definição dos temas materiais

Principais marcos da jornada ESG

JUN/21

Estruturação da jornada ESG



Adesão ao Capitalismo Consciente





Definição e implementação dos projetos de 1^a onda (24 projetos)

Estruturação da Governança do Programa ESG e construção do time ESG

2022



humanizadas

Humanizadas

Pesquisa Empresas

NOV/21

1º Comitê de Sustentabilidade Definição e implementação dos projetos de 2º onda



DEZ/21

1º Inventário de Carbono



1º Relatório Anual de Sustentabilidade (metodologia GRI)

A vice-presidência de Estratégia, Gente e ESG foi extinta e a área ESG passou a se reportar ao COO

Compromisso firmado com o Pacto Global (ONU)

Ferramenta DIA (Calculadora de Desempenho de Impacto Ambiental) analisa os produtos no aspecto ambiental e a segurança dos ingredientes

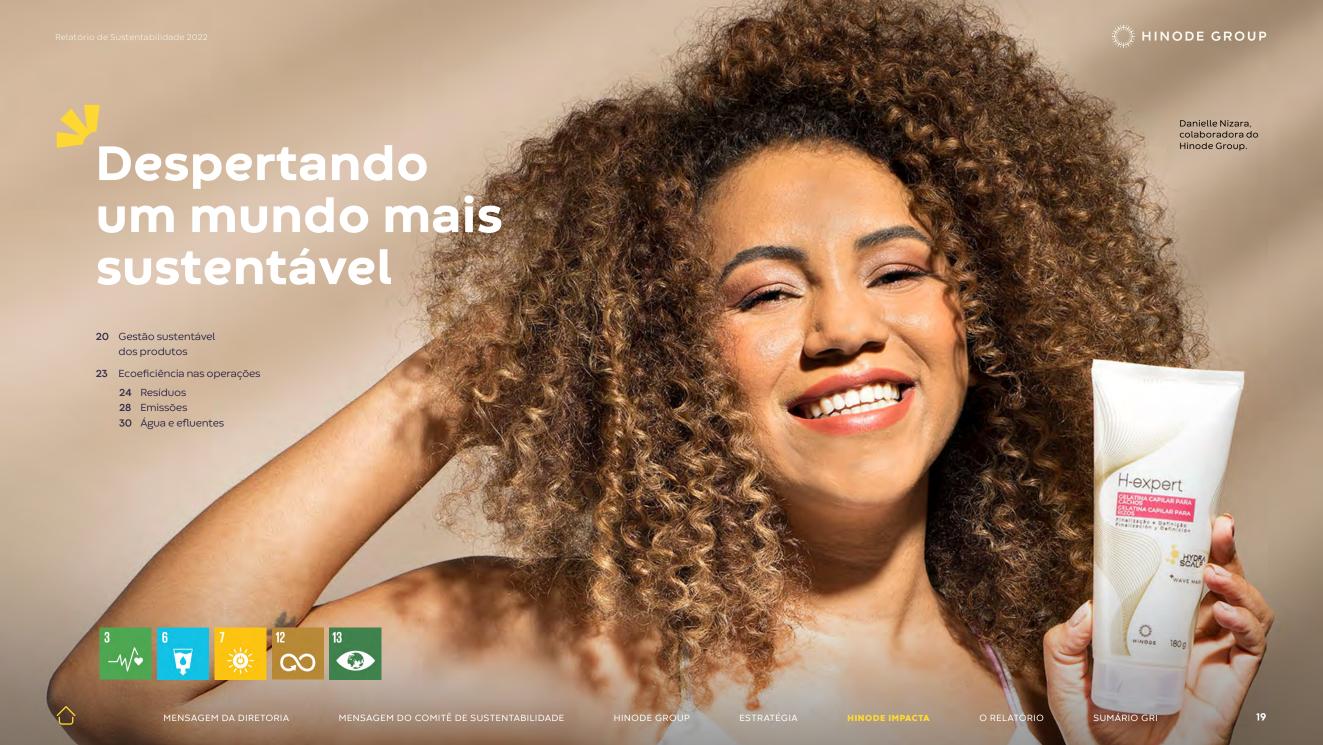
Monitoramento mensal de indicadores ESG

2023



Publicação do 2º Relatório de Sustentabilidade





Onde tem gente se

cuidando, o Hinode

Group também está

presente. E a gente

vem para ajudar as

pessoas a cuidarem

de si por inteiro, mas

também dos outros e

do mundo. Cultivando

consciência, saúde,

carinho aonde quer

autoconfiança,

beleza, amizade,

generosidade e

que a gente vá.



Gestão sustentável dos produtos

[GRI 3-3, GRI 416-1, GRI 417-1]



20

intensamente para garantir a segurança, a qualidade e a sustentabilidade dos seus produtos. Isso só é possível utilizadas, o acompanhamento das legislações e dados processo de criação e desenvolvimento.

> Permeando essa forma de atuar está a busca por fórmulas minimalistas, compostas por menos ingredientes, e uma representatividade crescente de insumos naturais. As embalagens incorporam atributos de sustentabilidade, como resinas derivadas da cana-de-açúcar e papel de reflorestamento, são mais leves e refiláveis (ver mais informações em Resíduos). Essas transformações acompanham a evolução da sociedade e do perfil do consumidor, que hoje busca produtos que entregam benefícios, segurança e sustentabilidade. A gestão deste processo é feita por meio da calculadora DIA - Desempenho de Impacto Ambiental, que analisa o ciclo de vida dos produtos, a segurança dos ingredientes, a reciclabilidade das embalagens, entre outros parâmetros.

Além disso, há uma restrição no uso de ingredientes controversos. Nesta frente, a empresa não se limita aos respaldos dos órgãos sanitários, mas sempre vai além. Parabenos, triclosan, hydroxyisohexyl 3-Cyclohexene carboxaldehyde e butylphenyl methylpropional são usados e liberados no Brasil, mas em razão de algumas evidências científicas começaram a ser banidos em várias regiões do mundo, como na União Europeia.

O Hinode Group vem trabalhando nos últimos anos porque existe uma gestão criteriosa das matérias-primas de segurança, além de um aprimoramento constante do









Com base nesses estudos, o Hinode Group vem trabalhando para excluir esses insumos do seu portfólio. Neste sentido, a empresa monitora os projetos de lei que encontram-se em consulta pública e as listas restritivas de outros países. Um outro exemplo são as substâncias presentes nos filtros solares, como a benzofenona. o metoxicinamato de octila, o octocrileno, o 4-metilbenzilidenocânfora, que agridem os corais, e são proibidas em alguns locais, como no Havaí. Apesar do tema não estar em evidência no Brasil, o Hinode Group começou a retirar esses insumos de seu portfólio, que já não estão presentes na linha de bases Dazzle com filtro solar. que foi reformulada em 2022.

Em relação à segurança dos produtos e o impacto ambiental, existem outros

compromissos em andamento. O Hinode Group irá eliminar, até 2024, as microesferas de polietileno presentes em muitos dos esfoliantes comercializados no Brasil - que estão sendo substituídas por microesferas vegetais. Baseada em uma recomendação da União Europeia, decidiu excluir a metilisotiazolinona, que está na composição de produtos enxaguáveis. Também busca desenvolver fórmulas biodegradáveis, com substâncias que não são nocivas ao meio ambiente. Hoje, os biodegradáveis respondem por 5,57% dos enxaguáveis do portfólio.

Nos próximos anos, o Hinode Group pretende eliminar os ingredientes de origem animal dos seus produtos. Para que este objetivo seja alcançado, a empresa precisa mobilizar a sua cadeia de fornecimento, movimento que foi

materializado neste ano pelo Projeto Diamante, que mapeou os fornecedores, averiguando aspectos como extração e preocupação ambiental e social. Há anos, não há nenhum tipo de testes em animais nos produtos acabados.

Consequentemente, a eliminação do uso de ingredientes animais, somada à redução dos petrolatos e dos corantes - 60% e 95% menos representatividade, respectivamente, em 2022 - gera a ampliação de matérias-primas vegetais, que passaram de 10% para 23% em 2022.

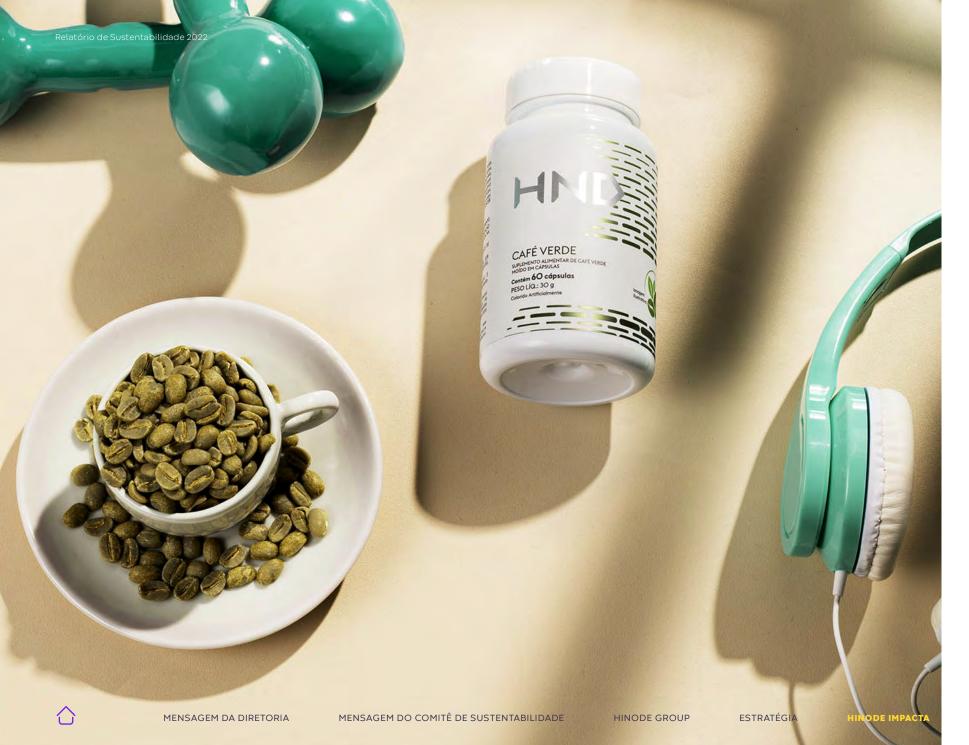
Está em andamento o projeto dos ícones auto declaratórios, aprovados em 2022 nos países onde a empresa atua. Como previsto, foi iniciada, em 2022, a inclusão de ícones, e está em estudo a colocação nas comunicações a partir de 2023.

Atualmente, a empresa utiliza cerca de 400 ingredientes em seus produtos, dos quais 21% são naturais, 17%, sintéticos, e 10%, petroquímicos (os demais estão sendo mapeados). Em 2022, a média de ingredientes naturais na composição das fórmulas foi de 60%.

ESTRATÉGIA

21





Portfólio mais assertivo

O Hinode Group, nos últimos anos, vem otimizando o seu portfólio, que passou a ser composto por itens essenciais, que cuidam da beleza de fora para dentro e de dentro para fora. É formado pelas categorias de fragrâncias, vida saudável, rosto, corpo e maquiagem. Atualmente, a empresa conta com 311 SKUs. Esta estratégia de redução do portfólio amplia o acompanhamento do que está sendo produzido e a qualidade e dá ênfase a algumas características, como a multifuncionalidade, o desenvolvimento dos grandes ícones da marca e a incorporação de novas tecnologias.

A essencialidade não impacta o perfil democrático da marca, que segue trazendo produtos acessíveis e outros premium, atendendo a todos os consumidores. Em 2023, a empresa dará ênfase às linhas fragrância e vida saudável.





Resíduos

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

A gestão de resíduos está avançando a cada ano no Hinode Group, nas duas frentes de atuação:

- 1. Avaliação dos materiais gerados na operação - a partir de uma análise multidisciplinar que envolve as áreas de Meio Ambiente; Saúde ocupacional e Segurança do Trabalho; Operações (fábrica); e ESG.
- 2. Olhar sobre o pós-consumo

Na frente dos resíduos operacionais, foi definida a meta de eliminação de envio de resíduos para aterros até o final de 2024. Para alcançar este objetivo, em 2022, a empresa empregou esforços para melhorar as destinações, criando um processo de gestão, com monitoramento periódico que permitiu reduzir a quantidade de material descartado.

Também houve a eliminação, em 70%, dos copos descartáveis, que foram substituídos por reutilizáveis, e outras iniciativas menores, como mudança nos dispensers de papel nos banheiros e a substituição do protetor de vaso sanitário por álcool para a higienização.

Nos resíduos pós-consumo, há quatro principais linhas de atuação:



Redução do peso e da quantidade de materiais utilizados nas embalagens



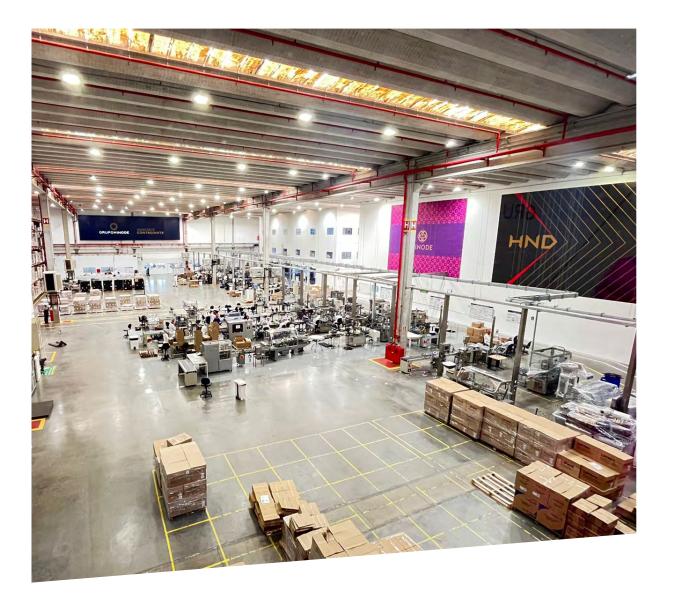
Utilização de plástico de origem renovável



Uso de materiais de fontes responsáveis, como o FSC



Aumento do índice de reciclabilidade das embalagens





HINODE GROUP

Resíduos gerados (toneladas)

[GRI 306-3, 306-4, 306-5]

		2021		2022		
Tipos de resíduos	Quantidade	Resíduos não destinados para disposição final	Resíduos destinados para disposição final	Quantidade	Resíduos não destinados para disposição final	Resíduos destinados para disposição final
			NÃO PERIGOSOS			
Papel/Papelão	165,60	165,60	0,00	73,24	73,24	0,00
Madeira	75,88	75,88	0,00	13,12	13,12	0,00
Plástico	90,84	90,84	0,00	4,45	4,45	0,00
Vidro	0,00	0,00	0,00	12,49	12,49	0,00
Metal	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Outros resíduos não perigosos	75,62	75,62	0,00	72,76	72,76	0,00
			PERIGOSOS			
Resíduos perigosos	239,53	0,00	239,53	114,38	0,07	114,31
	NÃO PERIGOSOS + PERIGOSOS					
Total geral	647,47	407,94	239,53	290,44	176,13	114,31

Resíduos não destinados para disposição final: encaminhados para reciclagem, reutilização e reaproveitamento.

Resíduos destinados para disposição final: encaminhados para tratamento anaeróbio, coprocessamento (com recuperação de energia), aterro industrial, aterro sanitário.

Outros resíduos não perigosos: resíduos orgânicos, resíduos eletrônicos, bombonas e tambores.

O Hinode Group está empenhado em fazer com que suas embalagens sejam mais sustentáveis e em 2022 implementou a estratégia desenhada e construída durante dois anos. Dos 69 produtos lançados no período, 24 apresentaram redução de materiais nas embalagens, como plástico e vidro, o que representa 35%. Da produção total, 9,53% foi feita com menos insumos. No período, houve ainda o lançamento de novas categorias em refis, como as linhas Baby, Kids e Sens.

MENSAGEM DA DIRETORIA

Em 2022, a empresa avançou no uso de materiais mais sustentáveis em suas embalagens. O plástico de origem renovável, derivado da cana-de-açúcar, que vem substituindo o petrolato, estava em 4,35% das embalagens dos lançamentos no ano e em 7% da produção total. Todo o papel utilizado nas embalagens e nos catálogos (que agora mais enxutos e impressos em folhas com gramatura menor) passou a ter o certificado do Forest Stewardship Council (FSC), uma importante conquista, visto que em 2021 a participação era de 46%.



Embalagem da Paleta Must Have (iluminador, blush e bronzer), que era plástica, passou a ser feita com papel certificado.

25

Em relação à ampliação da capacidade de reciclagem, o Hinode Group começou a utilizar a ferramenta Retorna, que avalia o índice de reciclabilidade das embalagens plásticas. Já está em curso a revisão do design e dos materiais empregados, que resultou em ações em tampas, por exemplo, como a substituição da válvula de alumínio em uma linha por um plástico reciclável e mais leve, e o redesenho no frasco do perfume Empire, que agora tem menos vidro e uma tampa feita com uma peça única, de um mesmo material. Em 2023, a empresa pretende avançar no uso de monomateriais, que podem viabilizar e dar escala ao processo.

Materiais utilizados nas embalagens (toneladas) [GRI 301-1]

Tipos de resíduos 2021 2022 Plástico (incluindo flexíveis) 417,04 278,73 -33,2 Alumínio 12,47 8,19 -34,3 9,83 4,70 -52,2 Aço Papel e Papelão (incluindo Longa Vida) 201,63 180.94 -10.3 Vidro 1.240.38 1.150,66 -7,2 1.623.22 TOTAL 1.881,35 -13.7







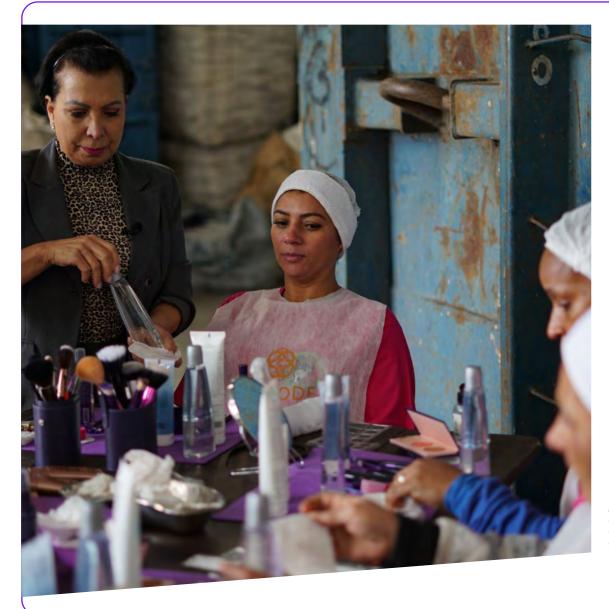
PRODUTO	O QUE MUDOU	GANHOS	
H-expert shampoo	De frasco para bisnaga	- 34% no peso	
H-expert condicionador	De frasco para bisnaga	- 39% plástico	
H-expert máscara e gelatina	De frasco para bisnaga com PE verde	- 67% no peso e uso de plástico verde	
Hands luva de silicone	Tampa da bisnaga (de flip para rosca) e uso de PE Verde	- 32% plástico e uso de plástico verde	
Sérum Grace	Pote e tampa mais leves	- 22% plástico	
Sabonete Sens	Lançamento de refil	- 78% no peso	
Sérum Primeiros Sinais Routine Dermo	De frasco para bisnaga	- 74% plástico	
Sérum Firmeza e Contorno Routine Dermo	Frasco e cartucho para bisnaga e cartucho	- 84% plástico	
Sérum Linhas Profundas Routine Dermo	Pote e cartucho para bisnaga e cartucho	- 84% plástico	
Batom líquido Dazzle	Frasco e cartucho mais leves	- 20% plástico	
Base Dazzle	Bisnaga com tampa e cartucho mais leves e com PE verde	- 64% plástico e uso de plástico verde	
Perfume Empire Gold	Vidro com tampa e ombro para vidro com tampa mais leves	- 43% plástico e - 25% vidro	

ESTRATÉGIA



HINODE IMPACTA O RELATÓRIO SUMÁRIO GRI



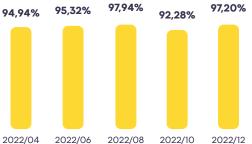


Hinode Recicla

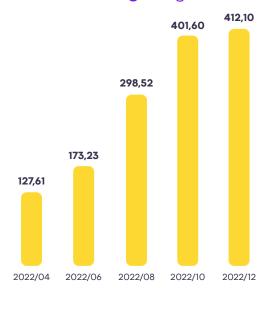
Implementado no ano em 15 franquias, o programa recolhe as embalagens Hinode, promovendo a reciclagem deste material. Conta com o apoio dos consultores, que levam os itens após o uso às franquias. As unidades que participam da iniciativa estão localizadas em São Paulo, Campinas, Florianópolis, Porto Alegre, Curitiba, Salvador, Rio de Janeiro, Recife, Brasília, Goiânia e Belo Horizonte, locais que possuem uma cadeia de reciclagem desenvolvida. Todas as embalagens recolhidas foram doadas para 10 cooperativas, gerando renda para as famílias que atuam nesses empreendimentos. No ano foram recuperadas 1,4 tonelada.

Dia de beleza para as trabalhadoras da cooperativa Filadélfia, que recebe os resíduos do Hinode Recicla.

Taxa de aproveitamento (%)



Materiais destinados para reciclagem (kg)







Emissões

[GRI 302-1, GRI 302-3, GRI 302-4, GRI 305-1, GRI 305-2, GRI 305-3, GRI 305-4, GRI 305-5]

Este é o segundo ano de levantamento das emissões de gases de efeito estufa, que estão relacionadas às fontes emissoras de controle operacional, nas categorias de combustão estacionária e emissões fugitivas (escopo 1), aquisição de energia (escopo 2) e tratamento de resíduos (escopo 3). Considerando os 3 escopos, houve uma redução de 64% no nível de emissões.

Em 2022, o inventário foi feito de forma mais apurada, com ampliação da rastreabilidade das informações, o que levou ao reporte de índices 22% maiores de GEE no Escopo 1. Em 2021, por exemplo, não foram contemplados os combustíveis utilizados pelos veículos operacionais. Também houve uma melhora na coleta dos dados sobre gases refrigerantes empregados nos sistemas de climatização.

O Hinode Group migrou em fevereiro de 2022 para o mercado livre de energia, passando a utilizar na fábrica, em Jandira, 100% do insumo proveniente de fontes renováveis - certificado pelo International REC Standard (I-REC), sistema global de rastreamento de atributos ambientais de energia. Esta operação responde por mais de 88% do consumo de todo o grupo. A mudança fez com que as emissões no Escopo 2 fossem mitigadas em mais de 90%. No Escopo 3, houve redução significativa, mas também em decorrência de ajustes de cálculos e na forma de coleta de informações.

MENSAGEM DA DIRETORIA

Emissões (toneladas)

[GRI 305-1, 305-2, 305-3]

	2021*	2022	%
Escopo 1	292,50	365,95	25
Biogênicas (Escopo 1)	5,88	9,05	54
Escopo 2	194,70	14,9	-92
Escopo 3	959,62	71,95**	-92
TOTAL	1.452,70	461,85	-68

^{*} Os dados de 2021 estão diferentes dos reportados no Relatório de Sustentabilidade anterior, pois as informações divulgadas em 2021 foram calculadas antes da publicação dos fatores de emissões pelo Programa Brasileiro GHG Protocol.

Hoje, o principal agente emissor de GEE é um gerador movido a diesel, instalado no centro de distribuição em Extrema (MG). Este espaço não é abastecido por energia elétrica da rede, o que demanda a utilização do equipamento durante 8 horas seguidas, diariamente. O Hinode Group também usa GLP no aquecimento da caldeira de produção e no gás de cozinha do refeitório.

Detalhamento das emissões em cada escopo (toneladas)

2022

Tipo	Escopo I	Escopo II	Escopo III	Emissão	%
Efluentes	0,00	0,00	16,20	16,20	3,58
Energia Elétrica	0,00	14,90	0,00	14,90	3,29
Equipamentos	117,69	0,00	3,57	121,25	26,78
Frotas	1,71	0,00	0,00	1,71	0,38
Infraestrutura	6,39	0,00	0,00	6,39	1,41
Manutenção	240,17	0,00	0,00	240,17	53,04
Resíduos	0,00	0,00	52,19	52,19	11,53
TOTAL	365,95	14,90	71,95	452,81	100,00

Ano base: 2021. Gases considerados: GH_a, CO₂, HFC-125, HFC-32, N₂O. Abordagem utilizada: controle operacional. De acordo com a metodologia GHC Protocol.

2021

Тіро	Escopo I	Escopo II	Escopo III	Emissão	%
Efluentes	0,00	0,00	12,53	12,53	0,87
Energia Elétrica	0,00	194,70	0,00	194,70	13,46
Equipamentos	193,43	0,00	12,41	205,84	14,23
Infraestrutura	11,00	0,00	0,00	11,00	0,76
Manutenção	88,07	0,00	0,00	88,07	6,09
Resíduos	0,00	0,00	934,22	934,22	64,57
Transporte de Cargas	0,00	0,00	0,46	0,46	0,03
TOTAL	292,50	194,70	959,62	1.446,82	100,00

Ano base: 2021. Gases considerados: GH,, CO,, HFC-125, HFC-32, N,O. Abordagem utilizada: controle operacional. De acordo com a metodologia GHC Protocol.

28



^{**}Dados prévios.



Intensidade de Emissões de Gases de Efeito Estufa

[GRI 305-4]

Fábrica (Jandira - SP)

	2021	2022
Total de emissões (tCO ₂ e)*	1.368,88	408,47
Total de unidades produzidas	23.260.311	14.697.945
Intensidade anual	0,0000588505	0,0000277910

Centro de Distribuição (Extrema - MG)

	2021	2022
Total de emissões (tCO ₂ e)*	71,47	36,76
Total de unidades produzidas	31.571.410	23.586.367
Intensidade anual	0,0000022638	0,0000015585

^{*}Escopos 1, 2 e 3.

No ano, houve uma queda na produção, em decorrência do mercado menos aquecido, o que fez com que o consumo de energia fosse reduzido. Por outro lado, a intensidade energética aumentou. Esse fenômeno pode ser explicado pelo fato de que lotes menores são menos eficientes e gastam mais água e energia.

MENSAGEM DA DIRETORIA

Consumo de energia dentro da organização (GJ)

Por fonte

[GRI 302-1]

Fonte	2020	2021	2022				
Não renovável							
Diesel	461,72	717,71	396,99				
Gasolina	0,00	0,00	29,95				
GLP	1.699,40	2.480,79	1.547,14				
Eletricidade	5.239,16	5.842,59	5.153,99				
Total não renovável	7.400,28	9.041,09	7.128,07				
Renovável							
Etanol	0,00	0,00	29,21				
Total renovável	0,00	0,00	29,21				
Total Geral	7.400,28	9.041,09	7.157,28				

Por tipo

Tipo	2020	2021	2022
Eletricidade*	5.700,88	6.560,30	5.610,14
Aquecimento	1.699,40	2.480,79	1.547,14
Refrigeração	0	0	0
Vapor	1.699,40	2.480,79	0
TOTAL	9.099,68	11.521,88	7.157,28

^{*}Eletricidade: diesel para geração de energia elétrica e gasolina e etanol que abastecem os veículos da frota administrativa; Aquecimento: GLP.

Intensidade energética

[GRI 302-3]

Fábrica (Jandira - SP)

	2021	2022
Total de eletricidade (KWh)	1.389.445	1.261.253
Total de unidades produzidas	23.260.311	14.697.945
Intensidade anual	0,059734588	0,08581154

Consumo de eletricidade (KWH) dentro da organização por unidade produzida na fábrica em Jandira (SP).

Centro de Distribuição (Extrema - MG)

	2021	2022
Total de eletricidade (KWh)	136.650	118.540
Total de unidades produzidas	31.571.410	23.586.367
Intensidade anual	0,004328283	0,005025785

Consumo de eletricidade (KWH) dentro da organização por unidade expedida no Centro Distribuição em Extrema (MG).





Água e efluentes

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

A água é o recurso natural mais utilizado pelo Hinode Group em suas operações. É empregada como ingrediente nos produtos, na limpeza dos equipamentos e dos maquinários e na geração de vapor. O insumo vem da rede de abastecimento público e é consumido, principalmente, pela fábrica, em Jandira (SP), que responde por 91% do total.

No ano, houve uma redução no consumo absoluto, em razão da queda na produção, em decorrência do cenário macroeconômico desfavorável. Além disso, existem ações permanentes para evitar o desperdício, como parte da manutenção diária, que olha, especialmente os vazamentos. Ao verificar diariamente os hidrômetros, a empresa consegue identificar qualquer anomalia. Os aprimoramentos para os próximos anos estão sendo identificados e discutidos dentro do Comitê de Ecoeficiência.

Captação e consumo de água (megalitros) [GRI 303-3 e 303-5]

	2021	2022	%
Jandira (SP)	11.868,55	9.679,00	-18%
Extrema (MG)	1.149,00	802,00	-30%
Alphaville (SP)*	582,45	92,24	-84%
TOTAL	13.600,00	10.579,24	-22%

Toda a água é originada de terceiros e enquadra-se na categoria doce. Não houve captação em região de estresse hídrico.

Um dos destaques de 2022 em Água foi o projeto de mitigação desenvolvido pela equipe da fábrica. A iniciativa abrangeu o processo de lavagem e conseguiu reduzir o consumo por linha de fragrâncias em 55%, de 110 litros para 50 litros. Esse resultado foi obtido com a otimização e o melhor planejamento dos processos internos e com a implementação da cultura de sustentabilidade, que trabalha o conceito de consumo consciente.

Em relação aos efluentes, em razão do menor consumo de água, também houve uma redução na geração.
Os materiais provenientes da fábrica em Jandira (SP) são tratados por uma empresa especializada, nas instalações da própria prestadora de serviços e, após este processo, descartados no corpo hídrico, seguindo



194.430 unidades

Esse ganho obtido com a diminuição no consumo permite a produção de mais de 194 mil unidades da fragrância Empire.

a Resolução Conama 430/2011, que orienta sobre os padrões mínimos, considerando as características de cada corpo hídrico. Também está em consonância com as exigências previstas no Artigo 19, do Decreto nº 8468/76, que rege o recebimento e lançamento na rede coletora ETE Barueri. O centro de distribuição em Extrema (MG) conta com um sumidouro próprio, de acordo com a deliberação normativa conjunta COPAM/CERH-MG nº 01/2008. Já o escritório em Alphaville (SP) lançou seus efluentes na rede municipal de esgoto.

Descarte de água (megalitros)

[GRI 303-4]

Efluentes Industriais						
Fábrica (Jandira/SP)*	2,45682					
Total efluentes industriais	2,45682					
Efluentes Sanitários						
Fábrica (Jandira/SP)**	8,59145					
Centro de Distribuição (Extrema/MG)	0,01					
Escritório (Alphaville/ SP)***	1,48795					
Total efluentes sanitários	10,0894					
TOTAL EFLUENTES	12,54622					

^{*}Densidade igual à 1 g/cm 3 ou 1000 t/megalitro.

30



^{*}Até outubro, quando o escritório foi transferido para um espaço compartilhado.

^{**}Geração per capita diária de 70 L por pessoa, conforme NBR 7229/93.

^{***}Geração per capita diária de 50 L por pessoa, conforme NBR 7229/93.





- 32 Desenvolvimento e bem-estar das equipes
- 40 Desenvolvimento Local

















Desenvolvimento e bem-estar das equipes

[GRI 2-7, GRI 2-18, GRI 2-29, GRI 3-3, GRI 202-1, GRI 401-1, GRI 401-2, GRI 401-3]



Acreditamos que quando o ser humano é reconhecido e valorizado em sua individualidade, ele retribui, movimentando a economia e transformando a sociedade ao seu redor, em um ciclo de desenvolvimento sustentável. Aqui a gente prefere abraçar a pluralidade e crescer juntos: despertar oportunidades, gerar riqueza, celebrar conquistas e dividir os resultados com toda a sociedade.

A complexidade macroeconômica em 2022, que afetou a economia mundial como um todo e o desempenho do setor, impactou os negócios da empresa, assim como a área de pessoas. O Hinode Group precisou fazer ajustes para reduzir custos e melhorar a gestão. O escritório em Alphaville (SP), sede da empresa, foi transferido para um espaço compartilhado no mesmo prédio. Assim, os funcionários administrativos, que trabalham nas áreas core, hoje só precisam estar presencialmente nas instalações uma vez por semana, na fábrica em Jandira (SP) ou em Alphaville. Este formato traz um outro benefício, a integração dos profissionais que atuam nas fábricas com os do escritório, melhorando o entendimento do negócio, estimulando a criação de soluções conjuntas e deixando os processos mais ágeis.

Além disso, ocorreram mudanças na composição da equipe. No final de 2022, o Hinode Group contava com 564 funcionários, número 12% menor que o contabilizado em dezembro de 2021. No ano, foram duas reestruturações, em março e em outubro, que impactaram colaboradores de todos os níveis hierárquicos. Algumas diretorias foram extintas e suas atividades incorporadas ao escopo de outras áreas, como foi o caso de Compliance, que passou a integrar a estrutura de Gente e Gestão, e do Jurídico, que agora está junto com Finanças (ver mais informações em Governança, Transparência e Integridade).

Funcionários

[GRI 2-7]

Tipo de		2021		2022			
contrato/região	Feminino	Masculino	Total	Feminino	Masculino	Total	
Permanente	330	310	640	299	259	558	
BRASIL	283	276	559	256	232	488	
Centro-oeste	1	1	2	1	0	1	
Nordeste	0	5	5	1	6	7	
Sudeste	281	268	549	252	224	476	
Sul	1	2	3	2	2	4	
INTERNACIONAL	47	34	81	43	27	70	
Bolívia	7	4	11	7	1	8	
Chile	2	3	5	1	2	3	
Colômbia	7	6	13	8	5	13	
Equador	5	5	10	4	5	9	
México	15	4	19	13	4	17	
Paraguai	4	2	6	4	1	5	
Peru	7	10	17	6	9	15	
Temporário	4	0	4	6	0	6	
BRASIL	3	0	3	6	0	6	
Sudeste	3	0	3	6	0	6	
INTERNACIONAL	1	0	1	0	0	0	
Colômbia	1	0	1	0	0	0	
Total Geral	334	310	644	305	259	564	

Não existem funcionários sem garantia de carga horária e todos atuam em tempo integral. Os profissionais descritos na tabela são contratados de acordo com as leis trabalhistas de cada mercado.



32

Novas contratações e rotatividade de empregados

[GRI 401-1]

Número total de	Brasil 2021				Brasil 2022			
novas contratações por faixa etária	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Abaixo de 30 anos	0	2	52	1	2	0	47	3
Entre 30 e 50 anos	30	0	111	1	2	0	74	2
Acima de 50 anos	0	0	6	0	0	0	3	0
Total	30	2	169	2	4	0	124	5
% Rotatividade Abaixo de 30 anos	0,0%	100,0%	35,0%	100,0%	150,0%	50,0%	40,0%	166,7%
% Rotatividade Entre 30 e 50 anos	29,0%	0,0%	45,0%	0,0%	27,3%	0,0%	30,7%	60,0%
% Rotatividade Acima de 50 anos	0,0%	0,0%	60,0%	0,0%	0,0%	0,0%	15,4%	0,0%

Número total de	Brasil 2021				Brasil 2022			
novas contratações por gênero	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Feminino	0	1	101	1	1	0	73	3
Masculino	3	1	68	1	3	0	51	2
Total	3	2	169	2	4	0	124	5
% Rotatividade Feminino	100,0%	0,0%	40,0%	0,0%	50,0%	0,0%	33,9%	100,0%
% Rotatividade Masculino	0,0%	100,0%	42,0%	100,0%	45,5%	0,0%	30,8%	100,0%





HINODE GROUP

HINODE GROUP

Capacitação

[GRI 404-1, GRI 404-2]

O Hinode Group disponibiliza aos funcionários, desde 2021, uma plataforma online de capacitação, a Universidade Hinode Corporativa, ou, simplesmente, UH Corp. Neste espaco, desenvolvido com a Saint Paul Escola de Negócios, os colaboradores têm acesso a centenas de conteúdos, divididos em trilhas de aprendizagem que contemplam cursos comportamentais, técnicos, de ferramentas de gestão, de idiomas, de autodesenvolvimento, de liderança, entre outros temas.

Em 2022, para ampliar o engajamento da equipe, a empresa passou a oferecer uma hora por mês para que o funcionário realize os treinamentos durante o horário de trabalho, além de campanhas, que envolvem recompensas, como kits de produtos, por exemplo. Estas ações geraram resultados imediatos, despertando o interesse das pessoas pela plataforma. As horas de estudo cresceram mais de 300%, para 2 mil horas e 307 acessos únicos mensais. A média anual de treinamentos é de 42,5 horas por pessoa.

Além disso, existem os cursos obrigatórios, sobre Compliance, Segurança do Trabalho e LGPD, que são produzidos internamente, com o envolvimento das áreas que conduzem os assuntos. Essas trilhas também integram os conteúdos da UH



Corp, juntamente com alguns treinamentos de curadoria externa, em português e espanhol. As capacitações são 100% subsidiadas pela empresa e a plataforma oferece parcerias de educação continuada com instituições de ensino renomadas e condições comerciais diferenciadas para cursos de graduação, pós-graduação e MBA aos colaboradores e dependentes.

Em 2023, o Hinode Group migrou a plataforma de estudos da Saint Paul Escola de Negócios para a UOL EdTech, que agrega novas facilidades e funcionalidades.

Há também um programa de integração voltado aos novos colaboradores, com apresentações de 30 minutos de cada área da empresa (Qualidade, Segurança do Trabalho, Compliance e LGPD e Tecnologia da Informação), de forma presencial e obrigatória, no primeiro dia de trabalho, incluindo visita à fábrica.

Em Janeiro de 2023, a marca UH passou por uma atualização e ganhou novas cores e formatos.



O Hinode Group avalia o desempenho de 100% de seus colaboradores há três anos consecutivos, utilizando a metodologia Nine Box, que considera dois tipos de abordagem:

A primeira envolve os colaboradores com cargos de gestão e é realizada por comitês compostos pelos líderes da empresa e mediado por gestão de pessoas/RH. A avaliação considera os valores do Hinode Group. Além deste processo de adesão aos valores, há também uma nota para a performance, relacionada ao painel de metas definidas para o ano. Após essas avaliações, o gestor faz a conversa de feedback, que serve de base para a construção do Plano de Desenvolvimento Individual (PDI).

O segundo tipo de avaliação, destinado aos demais colaboradores, não é realizado por comitês, mas sim pelo gestor direto do profissional.

Tudo isso é feito com o objetivo de melhorar o desempenho dos colaboradores e garantir um ambiente de trabalho saudável e produtivo, sempre com o apoio dos Human Resources Business Partners (HRBPs), que atuam principalmente junto às lideranças. Esse processo representa uma importante ferramenta de desenvolvimento do time, alinhamento de expectativas, aumento de confiança e ampliação do engajamento de todos.

O Hinode Group criou um Mapa de Carreiras, que traz o plano de cargos e salários e as trilhas de carreira na empresa para que o colaborador saiba exatamente os pré-requisitos necessários para ocupar cada uma das posições e o que precisa fazer para crescer ou assumir outras funções.

Proporção entre o salário mais baixo e o salário mínimo local, com divisão por gênero

[GRI 202-1]

Comportamentos **Avaliados** Valores

Fé e Crença inabaláveis	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	Inconformismo 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 si, dos outros e do mundo	Paixão por servir Atitude sustentável

	20	21	20	22
REGIÃO	F	М	F	М
Região Sudeste*	149%	149%	139%	139%

*Onde encontram-se 86% dos funcionários da empresa (referência: 2022). Hinode Group usa como base o salário mínimo nacional. Estão sendo considerados os funcionários, pois não existe uma parcela significativa de pessoas que não são funcionários realizando atividades da organização.



Diversidade

[GRI 405-1, GRI 405-2, GRI 406-1]

Este é um tema importante dentro das operações do Hinode Group, tratado dentro do Código de Ética e Conduta, que repudia qualquer tipo de discriminação.

Na condução do negócio, a empresa procura nutrir um ambiente diverso, pautado pela igualdade de gênero, racial e a inclusão de pessoas com deficiência. Em 2022, do total de funcionários, 54% eram mulheres - nas posições de liderança a representatividade feminina alcançou 56% - e 42,5% se declararam não brancos. O senso de diversidade foi um aspecto aprimorado no período, com a estruturação dessas informações em uma plataforma online, mais assertiva e alinhada aos padrões de sustentabilidade. Em 2022, não houve nenhum caso de discriminação registrado.



Diversidade entre os empregados

[GRI 405-1]

Cargos	Mulheres	Homens
2021	334	310
Administrativo	151	126
Coordenador	26	21
Diretor	6	10
Especialista	9	2
Gerente	26	21
Gerente executivo	6	4
Operacional	110	126
2022	305	259
Administrativo	142	104
Coordenador	27	15
Diretor	3	7
Especialista	10	8
Gerente	22	19
Gerente executivo	4	3
Operacional	97	103

			W (2)
Raça/cor	2020	2021	2022
Amarela	0%	0,2%	0,4%
Branca	50,8%	58,4%	57,5%
Indígena	0%	0%	0,2%
Não informado	1%	0,5%	0,4%
Preta / parda	48,2%	40,9%	41,5%





Ano/cargos	Amarela	Branca	Indígena	Não informado	Preta/parda	PCD
2021	0,2%	58,4%	0%	0,5%	40,9%	5,3%
Administrativo	0,4%	72,8%	0%	0,4%	26,4%	2%
Coordenador	0%	77,4%	0%	0%	22,6%	0%
Diretor	0%	73%	0%	0%	27%	0%
Especialista	0%	80%	0%	0%	20%	0%
Gerente	0%	92,1%	0%	0%	7,9%	0%
Gerente executivo	0%	80%	0%	0%	20%	0%
Operacional	0%	32,6%	0%	0,9%	66,5%	2,5%
2022	0,4%	57,5%	0,2%	0,4%	41,5%	4,6%
Administrativo	0,5%	72,9%	0,5%	0%	26,2%	7,7%
Coordenador	0%	81,5%	0%	0%	18,5%	2,4%
Diretor	0%	85,7%	0%	0%	14,3%	0%
Especialista	5,9%	58,8%	0%	0%	35,3%	5,6%
Gerente	0%	84,8%	0%	0%	15,2%	0%
Gerente executivo	0%	71,4%	0%	0%	28,6%	0%
Operacional	0%	31,1%	0%	1%	67,9%	2,5%

Proporção entre a remuneração das mulheres sobre a dos homens

[GRI 405-2]

Cargos	2022
BRASIL	85,4%
Administrativo	90,6%
Coordenador	94,1%
Diretor	96,9%
Especialista	84,7%
Gerente	86,0%
Gerente executivo	95,0%
Operacional	78,0%
TOTAL GERAL	

Cargos	2022		
INTERNACIONAL	105,0%		
Administrativo	114,8%		
Coordenador	113,4%		
Diretor	44,5%		
Especialista	100,0%		
Gerente	111,6%		
Gerente executivo	56,2%		
Operacional	0%		
	89,1%		

	Feminino				Masculino			
Cargos	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
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
2022	67	223	15	305	84	156	19	259
Administrativo	55%	60%	50%	142	45%	40%	50%	104
Coordenador	100%	63%	100%	27	0%	38%	0%	15
Diretor	0%	33%	0%	3	0%	67%	100%	7
Especialista	0%	59%	0%	10	100%	41%	0%	8
Gerente	0%	54%	50%	22	0%	46%	50%	19
Gerente executivo	0%	57%	0%	4	0%	43%	0%	3
Operacional	27%	60%	42%	97	73%	40%	58%	103



HINODE IMPACTA

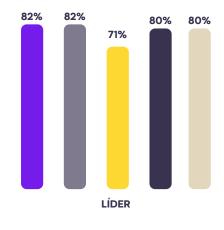


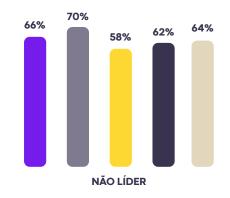
Engajamento e bem-estar

O Hinode Group realizou no ano a Pesquisa de Engajamento, que contou com a participação de 418 pessoas, sendo 94 líderes. O levantamento mostrou um nível geral de confiança de 67%. Na visão da área, os principais destaques foram o orgulho (74%), o respeito (71%), a credibilidade e a camaradagem (69%) e a imparcialidade (62%). Em relação à visão de empresa, orgulho (72%), respeito (68%), camaradagem (65%), credibilidade (63%) e imparcialidade (60%) também estiveram entre os valores mais ressaltados.

> Média de RESPEITO Média de ORGULHO Média de IMPARCIALIDADE Média de CREDIBILIDADE

Média de CAMARADAGEM





A empresa oferece aos funcionários diversos benefícios, que foram ampliados em 2022 com a inclusão do Totalpass, que conta com mais de 4 mil academias no Brasil com opções para o cuidado físico e mental, do plano de saúde Amil e do Clube de Vantagens.

Benefícios-padrão oferecidos para empregados	Obrigatório pela legislação local	Escopo do benefício
Seguro de vida	Sim (em alguns Acordos Coletivos)	Colaboradores próprios, aprendizes e estagiários
Plano de Saúde	Sim (em alguns Acordos Coletivos)	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/Fretado²	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	Sim (em alguns Acordos Coletivos)	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	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







Há também o Programa Viva Bem, que foi criado durante a pandemia para promover o bem-estar dos funcionários. A iniciativa inclui conteúdos e ações internas de sensibilização, como palestras abrangendo os aspectos de saúde física, emocional e social. No ano de 2022, mais de 400 colaboradores participaram do programa, demonstrando o compromisso da empresa em cuidar da saúde e do bem-estar de sua equipe.

Além disso, existe uma iniciativa voltada às funcionárias grávidas, que são presenteadas, no nascimento do bebê, com o Kit Natalidade, ampliado no ano. Elas recebem roupinhas, fraldas, bolsa, mamadeira, entre outros itens. A partir de um acordo firmado com a seguradora pelo Hinode Group, as colaboradoras passaram a ganhar também uma cesta de alimentos completa, que traz produtos para a família e para a criança.

Licença maternidade e paternidade

[GRI 401-3]

	2021		20	22
Tipo de informação	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres
Empregados que tiraram licença maternidade	17	15	7	11
Número dos que retornaram ao trabalho após o término da licença	17	15	7	10
Número dos que retornaram ao trabalho após o término da licença e seguiram empregados 12 meses após	16	14	6	5
Taxa de retorno ao trabalho	94%	93%	86%	45%



HINODE GROUP

TEMA

MATERIAI

39

Saúde e Segurança

[GRI 3-3, GRI 403-1, GRI 403-2, GRI 403-3, GRI 403-4, GRI 403-6, GRI 403-7, GRI 403-8, GRI 403-9, GRI 403-10]

Este foi um período de conquistas para a área de saúde e segurança. Em 2022, o Hinode Group completou um ano sem registrar nenhum acidente com afastamento e passou a monitorar, por meio de uma plataforma mais completa, os principais indicadores de segurança, de acordo com padrões externos de sustentabilidade. A empresa tem um sistema de gestão de saúde e segurança voltado a todos os funcionários e aos terceiros que atuam nas instalações, que segue as exigências do artigo 168 da Lei nº 7.855, de 1989, e 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.

Para evitar acidentes, diariamente ocorre um diálogo entre os colaboradores e a área de segurança, que discutem práticas seguras, e mensalmente é realizada uma reunião com toda a equipe industrial, na qual são apresentados os indicadores e os planos de ação. Paralelamente, todo mês os funcionários e terceiros, representados pela Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPA), levam para as lideranças as oportunidades de melhoria. Também acontecem inspeções periódicas que avaliam as condições dos equipamentos, o seu uso adequado, assim como se todos os colaboradores estão utilizando os EPCs e EPIs.

A participação dos funcionários na mitigação de acidentes, além da CIPA, também acontece por meio da Oportunidade de Prevenção de Acidentes (OPA), ferramenta que atribui a todos a responsabilidade de apontar situações de risco, sem a necessidade de se identificar. Outro instrumento que pode ser utilizado para este fim é o Alô Ética, canal de denúncias da empresa (ver mais em Governança, Transparência e

<u>Integridade</u>). O Hinode Group tem ainda a regra de ouro, que dá ao funcionário carta branca para paralisar qualquer atividade que possa representar risco.

Para acompanhar o andamento das iniciativas discutidas e propostas, assim como os indicadores, existe o quadro de gestão, que fica exposto na área. E quando acontece um acidente ou incidente, há um processo de análise, baseado no diagrama de Ishikawa e nos 5PQ's para identificar as causas.

A empresa capacita os profissionais para executarem as atividades rotineiras, especialmente na fábrica, e o técnico de segurança do trabalho emite uma permissão que autoriza o funcionário a realizar a ação. Já nas atividades não-rotineiras existe um processo adicional: um profissional de segurança avalia a situação e emite laudo técnico de periculosidade, que aponta os perigos e riscos. A empresa promove ainda um programa regular de capacitações, que utiliza como base o Programa de Gerenciamento de Riscos (PGR), no caso dos treinamentos em segurança no ambiente de trabalho, e o Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional (PCMSO), para promover e preservar a saúde dos colaboradores.

Em relação aos cuidados com a saúde das pessoas, a empresa realiza anualmente o programa de controle médico e saúde ocupacional, além de exames periódicos complementares, atividades conduzidas por uma médica do trabalho, seguindo o PGR e o PCMSO. O Hinode Group disponibiliza plano de saúde e apoia os funcionários com doenças crônicas, hospitalizados e gestantes. Tem um programa de Qualidade de Vida, o Viva Bem, serviço de Telemedicina, ajuda 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, o PGR e o PCMSO, apoio em caso de doenças, monitoramento da saúde ocupacional e orientações em situações que demandam outros atendimentos. Se identificada uma doença crônica, a pessoa passa a fazer parte do grupo crônico de saúde, acompanhado e assistido periodicamente.

Para estimular a saúde e o bem-estar das pessoas, a empresa realiza ainda campanhas, como o Outubro Rosa e a iniciativa contra o Tabagismo, que ocorreram em 2022.

Os perigos identificados que apresentam risco de doenças profissionais foram: ruído, vibração do corpo, radiação não ionizante, vapores orgânicos, óleos e graxas, desengraxantes e fumos metálicos e questões ergonômicas. Não ocorreram óbitos ou doenças profissionais no ano.

Acidentes de Trabalho

[GRI 403-9]

	20	21	2022		
Tipo	Número	Índice	Número	Índice	
Óbito	0	0	0	0	
Acidentes de trabalho com consequência grave	0	0	0	0	
Acidentes de trabalho de comunicação obrigatória	7	11	1	2,6	

385.316,49 horas trabalhadas.

Cálculo baseado em 1 milhão de horas trabalhadas.

Não foram registrados acidentes entre os colaboradores que não são funcionários.

Tipo de acidente: Contusão no trajeto.



Maria Gislene da Silva Alves, auxiliar

de produção da

linha de perfumaria.





Desenvolvimento local

[GRI 2-29, GRI 3-3, GRI 201-1, GRI 203-1, GRI 203-2, GRI 413-1]

O desenvolvimento social é a principal força que move o modelo de negócios do Hinode Group, que foi criado com o propósito de gerar renda para pessoas que estavam fora do mercado de trabalho. Os produtos de beleza representavam o instrumento para que elas conseguissem obter recursos para manter a dignidade de seus lares. Mas a contribuição da empresa com a sociedade vai além da própria operação e hoje está materializada em duas iniciativas: O Instituto FAR e o Programa Pérolas.



Valor econômico direto gerado e distribuído

[GRI 201-1]

	2021	2022
Distribuição do valor adicionado	705.453	535.725
Pessoal	80.526	91.376
Remuneração direta	66.278	77.719
Benefícios	9.903	9.927
FGTS	4.345	3.730
Impostos, taxas e contribuições	254.326	190.509
Federais	107.064	76.432
Estaduais	140.316	108.740
Municipais	6.946	5.337
Remuneração de capitais de terceiros	384.832	253.840
Juros	27.700	51.411
Outros resultados retidos no exercício	342.901	202.429









O Hinode Group apoia a comunidade por meio do Instituto FAR, organização criada em 2015 para promover programas e projetos voltados à educação de crianças e jovens e a causas humanitárias que beneficiam populações vulneráveis. O nome FAR é uma homenagem aos fundadores do Hinode Group, Francisco e Adelaide Rodrigues. O Instituto recebe recursos da empresa, da rede de consultores e franqueados e de pessoas que apoiam as causas.

Desde que começou a operar, o Instituto FAR alcançou 320 mil pessoas com seus programas sociais e em parceria com mais de 140 iniciativas em todo o Brasil e demais países de atuação. Em recursos, destinou mais de R\$ 10 milhões. Em 2022, foram 35 mil pessoas beneficiadas, 25 toneladas de produtos doados, e os investimentos diretos nas causas somaram R\$ 825 mil.

MENSAGEM DA DIRETORIA







35 mil beneficiados

R\$ 825 mil investidos

25 toneladas

de produtos doados





HINODE GROUP

2022

50 alunos

formados no programa Avance

29 projetos

parceiros no programa





Manifesto

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.

MENSAGEM DA DIRETORIA

Valores

Ética

Respeito

Inconformismo

Mão na massa

Amor

Fé

Consciência Social

O Instituto FAR tem quatro programas em suas frentes de atuação:



Avance

Programa desenvolvido pelo Instituto FAR, formou no ano 50 alunos, com o apoio de projetos sociais parceiros. Leva conteúdo online, inspirando jovens de 14 a 17 anos a descobrirem seus potenciais e a enxergarem seu protagonismo na sociedade e na construção de um futuro mais próspero. A iniciativa aprimora os seguintes aspectos: atitudes, valores, habilidades socioemocionais, autoconhecimento, responsabilidade, persistência, liderança, tomada de decisão, educação financeira e futuro do trabalho.



Solidários

Essa é a frente de doação de produtos para ajudas humanitárias. Por meio do programa Solidários, são entregues itens de necessidade básica, de alimentação e higiene, para os que mais precisam. O programa já alcançou milhares de crianças, jovens e idosos, por meio de parcerias com instituições, escolas e hospitais.

25 toneladas de produtos doados

+9.000 pessoas beneficiadas

42







Amor na Massa

Programa de voluntariado do Instituto FAR, conecta doadores e apoiadores aos projetos parceiros e cria a oportunidade para que pessoas possam fazer uma ação voluntária. O Amor na Massa já rodou por diversas cidades no Brasil junto com aqueles que gostam de fazer a diferença com as próprias mãos. Em dezembro de 2022 foi realizada uma ação de Natal em parceria com o Instituto Neymar Jr, beneficiando 2 mil famílias.

Parceria Social

Associação Vaga Lume

AC, AP, AM, MT, PA, RO, RR, TO, SP

Promove a leitura por meio da instalação de bibliotecas em comunidades rurais da Amazônia e da cidade de São Paulo. O programa contempla a distribuição de livros da literatura e cultura brasileira, a infraestrutura para as bibliotecas, a capacitação de mediadores, o apoio à gestão do espaço pelas comunidades, a produção de livros artesanais e o intercâmbio cultural entre crianças e adolescentes do Sudeste e da Amazônia.

Amigos do Bem

AL, CE e PE

Apoio aos Centros de Transformação, que atendem 10 mil crianças e jovens com educação básica e complementar. Oficinas desenvolvem competências e conhecimentos, fomentando as capacidades socioemocionais dos alunos. A iniciativa cria oportunidades de acesso à cultura, artes, esportes, ciência e tecnologia, a cursos de profissionalização, entre outras atividades pedagógicas.

Vocação

SP

O programa Crê-Ser, do Vocação, contribui com o desenvolvimento integral de 240 crianças e adolescentes de 6 a 15 anos por meio de atividades que estimulam a criatividade, a comunicação e a participação. Apoio a projetos que atuam com a temática da educação. No ano, foram **beneficiadas** 13 iniciativas. São elas:

Moinho Cultural

MS

Realiza projetos para a democratização cultural e para o desenvolvimento humano e social no Pantanal, diminuindo as vulnerabilidades de crianças e adolescentes da região de fronteira do Brasil com a Bolívia. São beneficiados anualmente 743 jovens, entre 6 e 18 anos, com aulas de dança, música, literatura, tecnologia, reforço escolar, educação ambiental, educação patrimonial e idiomas.

Instituto Novo Sertão

PI

Fomenta uma rede de atividades complementares com foco no aproveitamento educacional, utilizando o esporte e a cultura como impulsionadores do desenvolvimento de 150 crianças e adolescentes da região.

Educ360°

SE

Desenvolve cursos de tecnologia para jovens em condições de vulnerabilidade social, com conteúdo sobre lógica, programação, game designer e metodologias ágeis. O apoio do Instituto Far possibilitou que 100 pessoas com deficiência da Apae em Cotia (SP) realizassem capacitações.

Instituto Rodrigo Mendes

Nacional

Beneficia 520 educadores com uma iniciativa que contribui para que as práticas pedagógicas sejam repensadas, viabilizando a participação de todos os estudantes nas propostas curriculares.

Marista Escola Social Anita Cordeiro

PF

Dá acesso à educação infantil a 190 crianças de 0 a 5 anos de Paiçandu (PR). Realiza o acompanhamento pedagógico, o suporte psicossocial, o letramento e a alfabetização.

CCB Social

PΕ

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.

JA Brasil

Nacional

Inspira e prepara jovens para o empreendedorismo por meio de metodologias próprias e programas educacionais.

43





Renascer da Esperança

RS

Atende crianças e adolescentes de 0 a 17 anos de comunidades vulneráveis de Porto Alegre (RS). Oferece serviços sociais, educacionais e culturais, tais como educação infantil, oficinas de esportes, cultura, artes, informática e cursos profissionalizantes, além de refeições.

Instituto Fábrica dos Sonhos

BA

Programas sociais em educação, esporte e cultura beneficiam 120 crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social. Os jovens frequentam a instituição no contraturno escolar de 3 a 4 vezes por semana.

Bairro da Juventude

SC

Apoio ao projeto SOS Alfabetização, que surgiu da necessidade de contribuir com o desenvolvimento educacional de jovens em situação de vulnerabilidade social. São realizadas ações pedagógicas para a alfabetização de 200 crianças entre 6 e 8 anos que foram impactadas negativamente pela pandemia.







Programa Pérolas

O Programa Pérolas é uma das maiores plataformas de formação de lideranças femininas no Brasil. Atualmente, além de beneficiar brasileiras, também engloba os demais países da América Latina nos quais a empresa atua. É voltado para consultoras que integram a rede da Hinode.

A iniciativa tem como objetivo empoderar mulheres para que assumam com mais confiança e conhecimento posições de destaque dentro da rede ou que desenvolvam outras atividades empreendedoras. Com o objetivo de eliminar os vieses inconscientes,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.

A programação inclui Super Pérolas trimestrais online para toda rede e encontros presenciais nos eventos oficiais da companhia. Além disso, o Pérolas forma treinadoras, capacitadas mensalmente. Mais de 300 mulheres multiplicam os conhecimentos adquiridos para as demais integrantes. No ano, 3.865 cursos criados por elas foram disponibilizados para as Pérolas na Universidade Hinode (ver mais informações em Rede de consultores Hinode).







15.052 Pérolas ativas em 2022 Ganham, em média, 84% a mais

do que as consultoras que não são Pérolas

4.688 empreendedoras formadas

Um dos destaques do ano foi o programa de capacitação de autogestão feminina conduzido pela consultoria Sonata. Durante oito meses. os treinamentos beneficiaram mais de 300 mulheres do Brasil e dos demais países da América Latina. Os módulos abordaram os seguintes temas: Entendendo o Contexto (contexto histórico do papel da mulher na sociedade e a quebra de correntes que prendem), A Raiz da Solução (o equilíbrio entre as forças femininas e masculinas e a autoestima), Domine seus Comportamentos (estilo de vida para levar a vida com leveza e autenticidade e compreensão dos comportamentos que sabotam), Trocando Ou por E (maternidade e carreira), Riqueza e Liberdade (mente focada em resultados, nova relação com o crescimento, gatilhos que paralisam, o sonho grande), Vendendo o Seu Valor (técnicas de comunicação, geração de riqueza e prosperidade), Parcerias Vencedoras (relacionamentos saudáveis no trabalho e em casa) e Autenticidade e Intuição (atitude empreendedora, conexão entre talentos e valores). As mais de 300 treinadoras foram

formadas em uma cerimônia online. Uma parte das participantes do programa Sonata, 84 no Brasil (de um total de 120) e 123 no exterior (de um total de 170), responderam a uma pesquisa após a formatura. Entre as brasileiras, 70% afirmaram que têm uma renda mensal de mais de quatro salários mínimos* e 37% das representantes dos demais países latino americanos enquadram-se nesta categoria**. Para as respondentes, a iniciativa impactou, principalmente, os aspectos emocional e profissional de suas vidas. Do total, 67% no Brasil e 50% no exterior disseram que conseguiram absorver totalmente o conteúdo e colocar parcialmente o conhecimento na prática, e os temas mais marcantes foram Autogestão Feminina e Desenvolvimento Pessoal.

Pesquisa com Pérolas que participaram do Sonatas

% das que disseram que o programa ajudou a aumentar os ganhos

64%

Demais países da AL

% das que adotaram um novo hábito saudável no dia a dia

50%

Demais países da AL

cuidados com a saúde mental e com a saúde física

Avanço da autoestima

BRASIL

Antes do treinamento: 52% alta e muito alta Depois do treinamento: 90% alta e muito alta

DEMAIS PAÍSES DA AL:

Antes do treinamento: 47% alta e muito alta Depois do treinamento: 92% alta e muito alta





^{*}Salário mínimo de R\$ 1.212,00

^{**}Salário mínimo de cada país



Despertando o poder de ser rede

- 48 Cadeia de valor sustentável
 - 48 Rede de consultores Hinode
 - 50 Franquias
 - 51 Clientes
 - **52** Fornecedores
- **54** Governança, Transparência e Integridade





Fomos criados para transformar a vida das pessoas com o empreendedorismo, oferecendo uma oportunidade empreendedora justa e inclusiva para todos e todas por meio do modelo de venda direta com marketing de rede. Inspirados no poder do coletivo, trabalhamos também para que a nossa rede de empreendedores contribua para a transformação social, disseminando boas práticas ambientais e sociais nos países onde atuamos.

Cadeia de valor sustentável

[GRI 2-29, GRI 3-3]



Rede de consultores Hinode

[GRI 203-2]

Os consultores são a base do modelo de negócios do Hinode Group, desde a sua fundação na década de 80. A empresa é reconhecida como a que oferece a maior margem de lucro a esses profissionais, cerca de 50% em todos os produtos. Mesmo a evolução das compras online e a aderência do consumidor, cada vez maior, às plataformas digitais, pela praticidade e agilidade, não fez o Hinode Group mudar esse formato - segue remunerando sempre, inclusive quando não há intermediário na venda.

Isso ocorre porque a alta liderança permanece com a convicção dos fundadores, que viam o papel social da empresa, de dar renda e dignidade a milhares de pessoas que encontram-se fora do mercado de trabalho e, com isso, contribuir com o desenvolvimento econômico da sociedade. Esta forte visão de negócios direciona as estratégias e a forma de posicionamento até hoje.

Atenta às transformações nas preferências de compra, o Hinode Group vem investindo em ferramentas que sigam contribuindo para as vendas realizadas por sua rede, tornando o processo mais rápido e dinâmico. No ano, o catálogo digital foi integrado à loja virtual, permitindo que o cliente que recebeu a publicação de um consultor escolha o produto

2022

Bônus pagos **R\$ 256 milhões**

Lucro na revenda de produtos **R\$ 937,9 milhões**

Remuneração dos consultores

Pela venda dos produtos: média de 50%

Quando o consumidor compra online, mas insere o ID do consultor:

30%

Quando o consumidor compra online, sem a intermediação de um consultor: 5%

e compre com praticidade. Ao mesmo tempo, a ferramenta de e-commerce do site foi melhorada e hoje está mais sofisticada e fluida. Nestes casos, quando o cliente chega à plataforma via um intermediário, a operação terá um número de identificação, que permitirá o direcionamento correto do bônus, e quando compra sozinho, a remuneração é distribuída a partir de geolocalização.

O período também marcou a consolidação da atuação no ambiente de market place, no Mercado Livre e no Magazine Luiza, com a criação de lojas virtuais. A remuneração das vendas também ocorre por geolocalização.

Buscando o crescimento sustentável, o Hinode Group fomentou a venda direta, canal formado pelas pessoas que comercializam os produtos para o consumidor final. Foram registrados cerca de 15 mil interessados por mês a se tornarem consultores. Existem ainda os líderes de rede, aqueles que montam grupos de consultores e obtêm o seu lucro das bonificações resultantes do desempenho da equipe - chegam a faturar até R\$ 300 mil por mês. Ao estimular a venda direta, a empresa destaca a força dos seus produtos, que estão, a cada ano, mais tecnológicos e funcionais.





Em 2022, a Hinode contou com 450,7 mil consultores ativos

O diálogo com a rede de empreendedores foi facilitado no período, com a implementação do Whatsapp verificável - a Hinode é a primeira empresa de marketing de rede a ter esse recurso, uma conta oficial, que dá mais credibilidade às interações. Assim, consegue compartilhar rapidamente promoções, notícias e outros temas de interesse deste público.



Campanha lançada no ano para que os consultores atuem como embaixadores da marca nas mídias sociais

No aspecto comercial, ocorreram avanços, como a redução do limite de parcelamento, que passou de R\$ 400 para cerca de R\$ 100. O Hinode Group também eliminou o valor mínimo para a realização de um pedido, que era de R\$ 100 e fez diversas promoções. O sistema de entregas foi aprimorado, especialmente em regiões distantes das franquias, onde geralmente os consultores retiram os produtos. Houve uma redução no custo e no prazo de entregas a partir da fábrica, facilitando o dia a dia da rede.







Universidade Hinode

O desenvolvimento pessoal e profissional dos consultores é estimulado pela Universidade Hinode (UH), composta por uma plataforma digital com mais de 500 treinamentos que podem ser feitos online pela web ou APP, e encontros presenciais, mensais, nas franquias, que voltaram a acontecer em 2022. As capacitações trazem trilhas sobre empreendedorismo, vendas, produtos, desenvolvimento pessoal, entre outras. No período, foram 3.282 participações que somaram 154.8 mil horas.



Entre os destaques de 2022 estão os áudios semanais, disponibilizados na plataforma, com os Top Líderes, que compartilham conhecimento e dicas para o avanço nos negócios. Esses profissionais também passaram a realizar mentorias periódicas. Estão previstas novas iniciativas, como as boas-vindas presenciais nas franquias e as lives exclusivas para esclarecimento de dúvidas para os novos consultores.

Criada em 2016, tem o propósito de formar empreendedores para atuarem no Hinode Group, mas também para desenvolverem outros negócios em diferentes ramos de atuação. Em 2023, a plataforma foi reformulada e passou a trazer resenhas de livros de negócios, treinamentos para impulsionar o empreendedor e outros conteúdos profissionalizantes para o desenvolvimento profissional e pessoal para serem acessados de onde e como cada um escolher.

MENSAGEM DA DIRETORIA

Consultores
que acessaram
a UH tiveram
um volume de
compras 104%
maior que a
média geral dos
consultores, e já
foram formadas
mais de 40 mil
pessoas

Franquias [GRI 203-2]

As franquias representam o principal elo de ligação entre a rede e o Hinode Group, pois é neste espaço que os consultores tiram dúvidas, experimentam os produtos, interagem com seus colegas, participam de eventos e retiram os produtos que precisam para o andamento do dia a dia das vendas.

O Hinode Group desenvolveu iniciativas para contribuir com o crescimento do negócio dos franqueados em 2022. Para o aprimoramento da gestão e para uma atuação mais assertiva, mensalmente as franquias passaram a receber um painel com indicadores comerciais e comparação com a média obtida pelas outras unidades. Também começou a disponibilizar listas de consultores que não compram há mais de um mês, estimulando uma atuação mais próxima e ativa junto a esses profissionais. Os franqueados tiveram acesso ainda a um treinamento, em parceria com o Sebrae, sobre empreendedorismo e negócios. A trilha, sem custo para o franqueado, era composta por cinco módulos e beneficiou mais de 250 pessoas.

As franquias realizam treinamentos e eventos para os consultores, como forma de estimular a criação de uma rede e a interação entre as pessoas. Em 2022, o Hinode Group incentivou essas iniciativas, especialmente por meio da UH nas Franquias, que quinzenalmente disponibiliza capacitações aos consultores e comemorações de datas importantes. As franquias maiores, conhecidas como Hinode Centers no Brasil e HND Centers nos demais países da América Latina, contam com espaços destinados exclusivamente para treinamentos presenciais.

Em 2022, o Hinode Group lançou dois projetos-piloto de franquias, em São Paulo (SP) e Ipatinga (MG). A unidade de São Paulo tem gôndolas, como uma loja, e o consultor pode escolher o produto que deseja adquirir nas próprias prateleiras. No período de testes foi verificado que este modelo amplia o volume médio de vendas da franquia, na comparação com o formato tradicional, no qual o consultor faz o pedido previamente e vai ao espaço para retirar os produtos. O segundo piloto é um quiosque dentro de um shopping na cidade mineira, que vende para os consultores, mas, diferentemente das demais franquias, atende também o consumidor final. Mesmo no caso do cliente adquirir o produto diretamente no espaço, sem um intermediário, o Hinode Group segue pagando bônus para o consultor que estiver mais próximo, identificado por ferramenta de geolocalização.

Lucro gerado para os franqueados

R\$ 84,7 milhões

318

franquias e Hinode Centers no Brasil responderam por

99% das vendas

6 HND Centers

Para facilitar o fluxo financeiro do franqueado, em 2022 o Hinode Group reduziu o volume mínimo de compra pelo consultor. Antes, os pedidos não poderiam ser inferiores a R\$ 100 e agora não há valor estabelecido. Ocorreram ainda diversas promoções ao longo do ano, com o intuito de ampliar as margens de ganho, e uma parceria, firmada com a Tusta, empresa de crédito que financia as compras realizadas pelos consultores nas franquias. A adesão à Tusta é facultativa, decidida por cada unidade.

No ano, as 318 franquias atenderam uma média mensal de 107 mil consultores. As unidades no país estão distribuídas em todas as regiões: 39% no Sudeste, 27% no Nordeste, 13% no Sul, 13% no Norte e 8% no Centro-Oeste.

50



Clientes

[GRI 418-1]

Nos últimos anos, o Hinode Group vem avançando no desenvolvimento de produtos com várias funcionalidades, alta tecnologia e qualidade, segurança e menor impacto ambiental. Permeando esta forma de atuação está a estratégia de reduzir o número de linhas produzidas, mantendo um portfólio de itens essenciais. Em cabelos, por exemplo, existiam 40 SKUs, que passaram para apenas 15. O direcionamento permite um olhar mais apurado sobre os produtos, o que contribui para o aprimoramento constante (ver mais informações em Gestão Sustentável dos Produtos).

O Hinode Group conta com clientes fiéis, que acompanham a marca ao longo dos anos, e com produtos reconhecidos e consolidados, e precisa seguir conquistando novos consumidores. Essas características representam um estímulo para que continue melhorando a performance do seu portfólio à medida que novas tecnologias aparecem. Neste contexto, se coloca como uma opção acessível e de qualidade.

Uma importante linha de atuação para facilitar o acesso do cliente aos produtos, sem prejudicar os consultores, é a atuação crescente no digital. Em 2022, foram feitas mudanças na plataforma de e-commerce para melhorar a experiência de compra do consumidor. Além disso, a loja online passou a trazer kits promocionais. Um outro canal consolidado foram os market places, com destaque para o Mercado Livre e o

Reclame Aqui: evolução					
	2020	2021	2022		
Nota	6,6	8,9	9,1		
Satisfação do Cliente	(<u>66</u>)		P		
% que voltariam a fazer negócio	50%	81%	84%		
% índice de solução	65%	91%	92%		

Magazine Luiza (ver mais informações em <u>Rede de Consultores Hinode</u>). A loja virtual recebeu uma média de 350 mil visitas por mês.

Para apoiar o crescimento no ambiente online, o Hinode Group está desenvolvendo inovações, como as ferramentas de testes virtuais, "espelho virtual" de maquiagem, que permite a escolha das cores na pele, e "análise de pele", que faz uma avaliação das características da pele do rosto, indicando os melhores produtos de acordo com as necessidades de cada pessoa. Essas tecnologias facilitam a venda e a demonstração digital, tornando as escolhas mais assertivas.

Um conceito que começa a tomar corpo na empresa por meio da marca para o rosto Routine Dermo é o combate ao etarismo. Hoje, é possível montar um kit de produtos de acordo com as necessidades específicas de cada pele, sem precisar indicar a idade.





HINODE GROUP

Proteção dos dados dos públicos de relacionamento



Em 2022 o foco foi no engajamento da equipe para a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), com a capacitação de 100% dos colaboradores. Este processo de conformidade teve início em 2019, quando o Hinode Group estruturou e implementou o Projeto de Adequação à LGPD, com o apoio de uma consultoria especializada em direito digital. Em 2020, todos os documentos jurídicos foram revistos e atualizados no aspecto de privacidade de informações. Já em 2021, a empresa realizou um diagnóstico de conformidade, por meio de entrevistas e análise dos fluxos de dados pessoais, que chegou a um índice de adequação à LGPD de 46,10%,

MENSAGEM DA DIRETORIA

acima da média de outras organizações. Em 2023, a área de Compliance irá trabalhar na implementação das ações recomendadas no diagnóstico feito em 2021, como forma de aprimorar as suas práticas. Também irá treinar a rede de empreendedores independentes.

No período, houve o registro de um incidente de segurança envolvendo o vazamento de dados pessoais de um empreendedor independente. Até hoje, o Hinode Group nunca recebeu nenhuma notificação da Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) ou qualquer outra agência reguladora.

Fornecedores

[GRI 204-1, GRI 308-1, GRI 408-1, GRI 409-1, GRI 414-1, GRI 412-2]

Em 2022, o Hinode Group aprimorou o seu processo de gestão de fornecedores. A empresa já contava, desde 2021, com o Programa Juntos, que consolida a jornada deste parceiro de negócios, melhorando o diálogo e a eficiência no relacionamento como um todo. Em 2022, agregou à iniciativa o Supplier Relationship Management (SRM), que traz três novos elementos:

- 1. Código de Conduta de Parceiros Fornecedores estabelece os princípios que regem a relação com este público, pautados por compromissos com qualidade, ética, direitos humanos e meio ambiente.
- 2. Política de Gestão de Fornecedores detalha a estrutura do processo e os critérios para homologação e gestão de fornecedores.
- 3. Plataforma de Homologação e Gestão de Fornecedores - automatiza e digitaliza o processo de homologação e gestão, permitindo uma análise

multidisciplinar que considera informações públicas e privadas em várias dimensões.

A homologação e gestão ocorrem por meio de uma plataforma digital, que se baseia na Matriz de Riscos de Fornecimento, direcionando quais fornecedores devem seguir no processo e a profundidade da análise necessária. Tanto os fornecedores Diretos (responsáveis pelo suprimento de itens utilizados na produção) como os Indiretos (prestadores de serviço ligados ao backoffice do negócio) são analisados na matriz e, a depender da classificação da análise, passam por uma avaliação multidisciplinar, que envolve representantes das áreas Regulatória, de P&D, ESG, Compliance e Financeira. O resultado é reportado na reunião do Comitê Supplier Relationship Management (SRM), vinculado ao Comitê de Riscos, que chegará à decisão sobre a contratação, monitoramento e gestão do risco. Durante o ano foi implementado o projeto-piloto, que entrará em vigor em 2023.



Gastos com fornecedores locais

(das cidades das operações)

15.9% nos fornecedores diretos

nos fornecedores indiretos



Além da plataforma digital, a área de Compliance realiza a due diligence de terceiros desde 2021. Nesses dois anos ocorreram 61 análises com a identificação de um fornecedor com risco ambiental elevado, e por isso foi desconsiderado como potencial prestador de serviços.

Temas críticos considerados na due diligence

Ambiental

Criminal

Trabalhista

Financeiro

Corrupção

Fiscal

Ética e Integridade

Reputacional

Em 2022, foram avaliados 44% dos potenciais fornecedores diretos com a utilização de critérios ambientais e sociais. Em relação aos indiretos, houve a análise de 8% (em valores), processo que contemplou apenas o aspecto social - e gerou a eliminação de um futuro fornecedor, que apresentou proposta comercial competitiva, mas não foi contratado, por apresentar um potencial risco. Entre os fornecedores existentes, no ano não houve a identificação de casos negativos do ponto de vista social e ambiental.

No ano, o Hinode Group também mapeou o nível de envolvimento dos seus fornecedores diretos com a sustentabilidade. A pesquisa Juntos ESG ouviu 27 empresas, que representam 20% do total neste grupo. No aspecto ambiental, este levantamento apontou que a maior parte realiza uma gestão mais efetiva do consumo de água e energia e da geração de resíduos, com práticas de ecoeficiência. Já em relação às emissões de gases de efeito estufa, poucas contam com inventário, embora tenham indicado algumas iniciativas positivas, como uso de máquinas e equipamentos com menos impacto, realização de ações que promovem o consumo consciente, campanhas de estímulo ao uso de combustível de fonte renovável, entre outras. No aspecto social, quase todas afirmaram que têm políticas contra assédio moral e/ou sexual, desenvolvem programas para os funcionários e apoiam as comunidades. Das respondentes, 100% afirmaram que não realizam testes em animais. Com base nessas respostas, o Hinode Group decidiu que em 2023 irá trabalhar com os fornecedores a questão da agenda climática, no segundo semestre do ano.

Ao realizar esses levantamentos, especialmente por meio da plataforma digital, a empresa quer identificar os pontos fracos e, assim, conseguir criar ferramentas e iniciativas que ajudem o fornecedor a melhorar. Em 2022, o cenário econômico sensível inviabilizou a realização de projetos conjuntos, da Hinode com sua cadeia de suprimentos, que pudessem estimular o avanço dos dois lados.

Atualmente existe uma área de auditoria, que avalia in loco questões regulatórias e de qualidade. Em 2022, não foram considerados outros aspectos nesta análise.



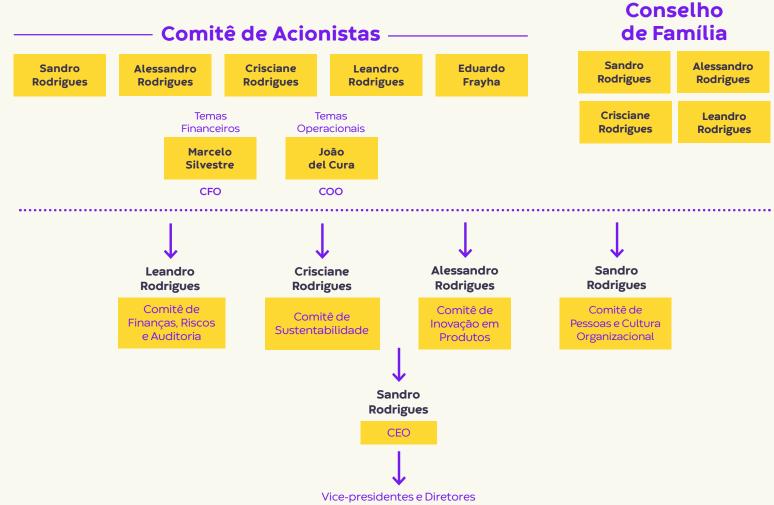


Governança, Transparência e Integridade

GRI 2-15, GRI 2-16, GRI 2-25, GRI 3-3, GRI 205-2, GRI 207-1, GRI 207-2, GRI 405-1]

O Hinode Group é uma empresa de capital fechado, mas segue práticas de governança alinhadas aos padrões de ética e transparência exigidos pelo mercado. Conta com um Conselho de Família, formado pelos fundadores da empresa, e um Comitê de Acionistas, que tem o papel de um Conselho de Administração. O dia a dia dos negócios é conduzido pela diretoria-executiva e pelos Comitês de Finanças, Riscos e Auditoria; de Sustentabilidade; de Pessoas e Cultura Organizacional; e de Inovação de Produtos, que tratam dos temas estratégicos do Hinode Group.

No ano ocorreram algumas mudanças estruturais importantes, como a saída da CEO Marilia Rocca e o retorno de Sandro Rodrigues para esta posição, acumulando ainda a função que ocupava, de presidente do Comitê de Acionistas. Além disso, foi criado um novo cargo, de Chief Operating Officer (COO), liderado pelo executivo João Del Cura, que atuava na empresa e passou a conduzir a gestão do Hinode Group junto com o CEO. A diretoria de Expansão Comercial foi extinta e as atividades incorporadas às diretorias de Operações e Comercial. Já Marketing se uniu a Produtos e Branding e foi criada a diretoria de Relacionamento e Redes, liderada por um diretor que saiu da estrutura de América Latina. ESG, que se reportava à vice-presidência de Estratégia, Gente e ESG, descontinuada, passou a responder ao COO, e Gente, que também estava na estrutura desta vice-presidência, agora se reporta ao CEO. A diretoria Jurídica e de Compliance foi desmembrada, sendo que a área jurídica está dentro de Finanças e a de Compliance com Gente.







Comitê de Acionistas

Com as atribuições de um Conselho de Administração, é responsável pelas decisões estratégicas da empresa, assim como pelas diretrizes gerais e pela aprovação e atualização de declarações de propósito, valor, missão, políticas e metas do negócio e atreladas à sustentabilidade, incluindo o Relatório de Sustentabilidade. Também delibera sobre os impactos da organização, a partir de informações trazidas pelos comitês. Não tem membros independentes e é formado pelos acionistas-fundadores e por quatro profissionais que ocupam funções executivas, como Chief Executive Officer (CEO), Chief Operating Officer (COO), Chief Financial Officer (CFO) e Chief Sales Officer (CSO). Os integrantes são nomeados pelos acionistas, que avaliam o nível de envolvimento com a empresa e o conhecimento das áreas e do negócio.

Comitês

Assessoram o Comitê de Acionistas na gestão de temas estratégicos da empresa. Têm a função de mitigar eventuais conflitos de interesse, levando as recomendações adequadas. Seus membros são eleitos anualmente pelo Comitê de Acionistas, que considera conhecimento técnico e importância estratégica dentro da estrutura organizacional.

Comitê de Finanças, Riscos e Auditoria MEMBROS: Leandro Rodrigues (acionista),

MENSAGEM DA DIRETORIA

405-1 Diversidade em órgãos de governança

Composição da alta instância de governança

33% 67% Homens

79% 21% De 30 a Acima de 50 anos 50 anos

Marcelo Silvestre (CFO), João del Cura (COO) e Melissa Junta (Gerente Executiva de Qualidade, ESG e Assuntos Regulatórios).

Avalia o impacto de riscos identificados, tanto internamente como externamente, delibera sobre as principais estratégias fiscais e sobre os resultados financeiros.

Comitê de Sustentabilidade

MEMBROS: Crisciane Rodrigues (acionista), João del Cura (COO), Melissa Junta (Gerente Executiva de Qualidade, ESG e Assuntos Regulatórios) e Carla Gama (Membro independente).

Responsável pelas tomadas de decisões que combinam os pilares ambiental, social e de governança com as estratégias de negócios, conta com a participação de um membro independente. Este grupo elabora direcionamentos para contribuir com a agenda ESG, mitigar os impactos das atividades e direcionar os negócios para um modelo mais sustentável. Mensalmente reporta suas iniciativas e leva as recomendações sobre oportunidades e riscos para aprovação.

Comitê de Pessoas e Cultura Organizacional

MEMBROS: Sandro Rodrigues (CEO e Acionista), João del Cura (COO), André Varandas (Gerente Executivo de Gente e Gestão) e Henrique Silveira (Gerente de Estratégia e Gestão).

Delibera sobre temas com impacto na relação com os colaboradores e na cultura e no desenvolvimento organizacional, além de assuntos relacionados à Governança Corporativa.

Comitê de Inovação em Produtos

MEMBROS: Alessandro Rodrigues (acionista), Eduardo Frahya (CSO), João del Cura (COO), Érica Pagano (VP de Produtos e Marketing), Eduardo Sanches (Diretor de Operações) e Giovana Suarez (Gerente de Inovações).

Acompanha a evolução dos novos produtos desde a fase de ideia até o efetivo lançamento. Delibera e aprova cada etapa do processo, garantindo que os itens estejam alinhados às diretrizes estratégicas do Hinode Group.

Gestão de riscos

Tornou-se efetivo em 2022 o Sistema de Gestão de Riscos, construído com base na ISO 31000, norma internacional de gestão de riscos. Foram identificados os riscos corporativos e estabelecidos os critérios de priorização, de acordo com a relevância e a criticidade, considerando as frentes de Finanças, Operações, Jurídico, Compliance e TI. Para cada risco mapeado, há um plano de ação. Essa plataforma avalia riscos do ambiente de negócios, de governança, de corrupção, de finanças, de recursos humanos, de marketing, de distribuição e vendas, da operação, de inovação, da relação com stakeholders e socioambientais. Conta com uma Política de Gestão de Riscos, que estabelece as regras e os fluxos de acompanhamento e reporte.

Há uma reunião semanal, liderada pelo CEO, com a diretoria, para a discussão de temas críticos, um encontro mensal do Comitê para apresentar os resultados dos indicadores de monitoramento e com os gestores das áreas que não estão mostrando melhora na análise dos resultados. Além disso, semestralmente, a equipe de riscos mostra o mapa de riscos e a evolução entre o risco inerente e o risco residual. Em 2022, foram levadas, aproximadamente, 40 preocupações, a maior parte de natureza financeira, tributária, de vendas e das operações.

Para mitigar a ocorrência de conflitos de interesse em todas as esferas, existem os comitês ligados ao Comitê de Acionistas e o departamento Jurídico, que apresentam potenciais conflitos quando são identificados. Não existe uma política de divulgação para os stakeholders deste tipo de ocorrência. Os casos são avaliados individualmente pelo Comitê de Acionistas.

55





Integridade

O Hinode Group publicou oficialmente em 2022 a Política Anticorrupção, que começou a ser implementada em 2021 e abrange os funcionários de todos os níveis hierárquicos, consultores, empreendedores, franqueados e terceiros que exercem atividades em nome da empresa. O documento tem como objetivo reforçar o compromisso de desenvolver os negócios de forma ética e íntegra, estabelecendo diretrizes para prevenir, mitigar e combater situações que possam caracterizar atos de corrupção, suborno ou fraude.

Em dezembro ocorreu o primeiro Compliance Day, que abordou temas como comportamento ético dentro e fora do ambiente de trabalho, combate à corrupção, assédio, discriminação e a importância do Compliance nas organizações e na sociedade. O evento ao vivo contou com 350 participações e a gravação foi disponibilizada na Universidade Hinode, tanto na plataforma interna, para os funcionários, como na externa, aberta aos consultores. empreendedores e franqueados. No ano, houve o lançamento da campanha "Ética e Integridade Hinode Group. Juntos construindo uma Hinode cada vez melhor!", com o objetivo de engajar e sensibilizar os colaboradores. O tema foi inserido na iniciativa Papo de

Corredor, reunião online voltada aos colaboradores das áreas administrativas com atualizações sobre o dia a dia e sobre o negócio, e no onboarding dos recém-contratados.

Em 2022, os procedimentos e políticas de combate à corrupção foram comunicados para 100% da equipe, incluindo os membros da alta governança. Em relação aos treinamentos, 178 funcionários no Brasil fizeram a capacitação (142 concluíram e 36 seguem cursando), que representam 36% do total no país, e 41 no exterior (36 concluíram e 5 estão em andamento), correspondentes a 59% do total. Na alta instância de governança, as capacitações envolveram 100% dos membros.

Em 2023 teve início a atualização do Código de Ética e Conduta. Os ajustes na versão em português foram finalizados, e está em curso a produção da versão em espanhol - que incluirá a Política Anticorrupção. No ano, estão previstos a reciclagem do treinamento em Compliance, bem como a capacitação na política Anticorrupção para todos os funcionários e o segundo Compliance Day. Para reforçar as medidas corretivas, será publicada ainda a Política de Consequências e Medidas Disciplinares, que será utilizada nos casos de

descumprimento dos procedimentos internos e legislações vigentes.

As violações ao Código de Ética e as práticas inadequadas podem ser apontadas pelo canal de denúncias Alô Ética Hinode, Administrado por um parceiro externo, a ferramenta garante segurança ao denunciante, que pode fazer a queixa de forma anônima ou aberta. As denúncias são encaminhadas ao Comitê de Ética. No ano, foram registrados 30 casos, principalmente sobre desvios de comportamento e situações que podem levar a conflitos de interesse, nenhum deles envolvendo questões de corrupção e assédio. A eficácia do mecanismo é rastreada por meio do monitoramento contínuo, pelo acompanhamento de indicadores e pela pesquisa de clima. Não houve um envolvimento dos stakeholders na concepção, revisão e operação deste canal.

Políticas

Código de Ética

Política de Brinde

Política de Conflitos de interesses/ Partes Relacionadas

Política Anticorrupção

Atuação Fiscal

O Hinode Group não conta com uma estratégia fiscal pública, mas gerencia os tributos, visto que este tema impacta diretamente os negócios. A gestão e a decisão pelas melhores práticas são conduzidas pelo CFO e pelo Comitê de Finanças, Auditoria e Riscos, que levam as sugestões ao Comitê de Acionistas. Os riscos relacionados a tributos são identificados com o apoio de uma consultoria tributária e de escritórios de advocacia, que dão ainda suporte técnico e pareceres. Já o relacionamento com autoridades fiscais é formalizado por petição e ocorre por meio de especialistas.











58

Com periodicidade anual, este é o segundo relatório de sustentabilidade do Hinode Group, publicado de acordo com a Global Reporting Initiative (GRI), o principal padrão utilizado no mundo, que aponta o alinhamento das organizações a aspectos ambientais, sociais e de governança.

Este documento mostra as ações da empresa de janeiro a dezembro de 2022 e não traz as demonstrações financeiras, que serão fechadas em agosto de 2023. Não será submetido a asseguração externa.

O conteúdo de sustentabilidade está distribuído em três frentes de impacto e dentro de cada uma encontram-se os temas materiais (ver mais informações em Hinode Impacta), levantados em 2021, a partir de um trabalho amplo, que contemplou 24 entrevistas com acionistas, CEO, vice-presidentes, diretores, gerentes e consultores. Também houve 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.

As informações reportadas neste documento foram coletadas com as principais áreas da empresa, envolvendo as lideranças, e o processo de aprovação do conteúdo divulgado contou com a participação da diretoria, incluindo o presidente da empresa e a presidente do Comitê de Sustentabilidade.

Os principais públicos de relacionamento do Hinode Group são funcionários, consultores, empreendedores, franqueados, clientes e fornecedores. As ações de engajamento com cada um deles estão descritas nos capítulos específicos.

Ressalvas em relação às seguintes informações publicadas no relatório de 2021: o inventário de emissões de 2021 não foi publicado no GHG Protocol; e o plano de certificação B Corp foi postergado para 2024, em razão de ajustes internos.

Entidades incluídas no relatório de sustentabilidade [GRI 2-2]

Nome da entidade	Receita anual 2022				
	BRL	USD			
Larrus	249.219.013,37	47.770.560,35			
Líder Barueri	262.472.825,21	50.311.064,83			
Líder SP (Filial)	1.629.625,44	312.368,30			
Máxima MG	260.746.520,07	49.980.164,86			
Máxima CE	50.304.071,50	9.642.336,88			
Máxima BA	34.761.434,85	6.663.108,08			
Máxima MS	5.731.664,10	1.098.651,35			
Objetivo	5.297.190,50	1.015.371,00			
HND Labs	2.476.167,49	474.634,37			
HND Bolívia	15.680.175,34	3.005.592,36			
HND Chile	14.963.982,12	2.868.311,70			
HND Equador	27.049.434,93	5.184.863,89			
HND México	28.973.600,43	5.553.689,94			
HND Paraguai	7.767.142,44	1.488.813,96			
HND Peru	48.131.425,58	9.225.881,84			
HND Colômbia	37.271.397,54	7.144.220,34			







Sumário de Conteúdo GRI

O Hinode Group reportou as suas informações em conformidade com os padrões da Global Reporting Initiative (GRI), considerando o período de 01/01/2022 a 31/12/2022. GRI 1: Fundamentos 2021

Davies a CDI	Conteúdo	Localização	Omissão		
Padrão GRI	radiao GRI		Requisitos omitidos	Razão	Explicação
		Divulgações g	gerais		
	2-1 Dados da organização	6, 8			
	2-2 Entidades incluídas no relato de sustentabilidade	58			
	2-3 Período de relato, frequência e ponto de contato	58			
	2-4 Reformulações de informações	58			
	2-5 Garantia externa	58			
	2-6 Atividades, cadeia de valor e outras relações comerciais	7, 9			
	2-7 Funcionários	32			
	2-8 Trabalhadores que não são empregados			Informações indisponíveis ou incompletas	A área de gestão de pessoas não monitora dados de consultores externos ou prestadores de serviços.
GRI 2: Conteúdos	2-9 Estrutura de Governança e Composição	54, 55			
Gerais 2021	2-10 Nomeação e seleção do mais alto órgão de governança	55			
	2-11 Presidente do mais alto órgão de governança	54			
	2-12 Função do mais alto órgão de governança na supervisão da gestão de impactos	55			
	2-13 Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos	55			
	2-14 Papel da mais alta instância de governança no relatório de sustentabilidade	58			
	2-15 Conflito de interesse	55			
	2-16 Comunicação de preocupações críticas	56			
	2-17 Conhecimento coletivo da mais alta instância de governança	17			



HINODE IMPACTA



2 17 22	Podrão CDI Contoúdo		Omissão		
Padrão GRI	Conteúdo	Localização	Requisitos omitidos	Razão	Explicação
	2-18 Avaliação da performance da mais alta instância de governança	34			Os executivos que integram os comitês são avaliados no processo de gestão de pessoas, que envolve as demais lideranças. Não há avaliação dos membros do Comitê de Acionistas.
	2-19 Políticas de remuneração			Confidencialidade	Esta é uma informação estratégica de negócio, relevante no processo de atração de talentos, pois traz dados como, por exemplo, múltiplos de bônus salariais por cargo.
	2-20 Processo para determinar a remuneração				A remuneração é definida por um comitê de alto nível, que conta com a participação da alta instância de governança.
	2-21 Compensation ratio total no ano			Confidencialidade	A empresa avalia que esta é uma informação estratégica do negócio e um tema confidencial.
	2-22 Declaração sobre a estratégia de desenvolvimento sustentável	3			
GRI 2: Conteúdos Gerais 2021	2-23 Política de compromissos			Informações indisponíveis ou incompletas	O Hinode Group não conta com uma política formal de compromissos. Existem algumas políticas implementadas atualmente, entretanto, não estão agrupadas em uma política única de compromissos.
	2-24 Incorporando a política de compromissos			Informações indisponíveis ou incompletas	O Hinode Group não conta com uma política formal de compromissos. Existem algumas políticas implementadas atualmente, entretanto, não estão agrupadas em uma política única de compromissos.
	2-25 Processo para remediar impactos negativos	56			A empresa tem um código de ética e um canal de denúncias, assim como Comitês que tratam dos temas sensíveis junto às instâncias mais elevadas de governança corporativa.
	2-26 Mecanismos para buscar aconselhamento e levantar preocupações				Canal Alô Ética, contatos diretos com a área de Compliance e com a área de proteção de dados.



ESTRATÉGIA



2 17 22			Omissão		
Padrão GRI	Conteúdo	Localização	Requisitos omitidos	Razão	Explicação
	2-27 Compliance com as leis e regulamentos				Não houve caso de não conformidade, sanção ou multa de qualquer natureza.
GRI 2: Conteúdos	2-28 Participação em Associações	9			
Gerais 2021	2-29 Abordagem para o engajamento de stakeholders	37, 39, 42, 43, 44, 46, 50, 51, 53			
	2-30 Acordos coletivos				100%.
		Tópicos mate	riais		
GRI 3: Tópicos	3-1 Processo para determinar os temas materiais	58			
materiais 2021	3-2 Lista dos tópicos materiais	14, 15, 16			
	Ge:	stão Sustentável d	os Produtos		
GRI 3: Tópicos materiais 2021	3-3 Gestão do tópico material	20 a 22			
	301-1 Materiais utilizados, discriminados por peso ou volume	25			
GRI 301:	301-2 Materiais reciclados utilizados				Em 2022, não foi usado material reciclado pós-consumo no portfólio.
Materiais 2016	301-3 Produtos e suas embalagens recuperados				A empresa recupera 22% da massa de embalagem, o que inclui plástico, vidro, entre outros. Não há o levantamento por categoria de produto.
	306-1 Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos	24 a 27			
GRI 306:	306-2 Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	24 a 27			
Resíduos 2020	306-3 Resíduos gerados	25			
	306-4 Resíduos não destinados para disposição final	25			
	306-5 Resíduos destinados para disposição final	25			



HINODE GROUP



5 17 55	Control		Omissão		
Padrão GRI	Conteúdo	Localização	Requisitos omitidos	Razão	Explicação
GRI 416: Saúde	416-1 Avaliação dos impactos na saúde e segurança causados por categorias de produtos e serviços (nos consumidores)	20, 21			Todas as categorias de produtos são avaliadas em relação à saúde e segurança.
e Segurança do cliente 2016	416-2 Casos de não conformidade em relação aos impactos na saúde e segurança causados por produtos e serviços (no consumidor)				Não houve nenhuma não conformidade.
CDI 417. Marilastina a	417-1 Requisitos para informações e rotulagem de produtos e serviços	21		Informações indisponíveis ou incompletas	A Hinode terá selos autodeclaratórios a partir de 2023, mas em 2022 as embalagens não trouxeram os itens descritos pela GRI.
GRI 417: Marketing e Rotulagem 2016	417-2 Casos de não conformidade em relação a informações e rotulagem de produtos e serviços				Não houve nenhuma não conformidade.
	417-3 Casos de não conformidade em relação à comunicação de marketing				Não houve nenhuma não conformidade.
	E	coeficiência nas C)perações		
GRI 3: Tópicos materiais 2021	3-3 Gestão do tópico material	23 a 30			
	302-1 Consumo de energia dentro da organização	29			
GRI 302:	302-2 Consumo de energia fora da organização			Informações indisponíveis ou incompletas	Não há este monitoramento.
Energia 2016	302- 3 Intensidade energética	29			
	302-4 Redução do consumo de energia	29			
	302-5 Reduções nos requisitos energéticos de produtos e serviços			Não aplicável	Os produtos e serviços da Hinode não enquadram-se nesta categoria.
	303-1 Interações com a água como um recurso compartilhado	30			
	303-2 Gestão de impactos relacionados ao descarte de água	30			
GRI 303: Água e Efluentes 2018	303-3 Captação de água	30			
	303-4 Descarte de água	30			
	303-5 Consumo de água	30			





Padrão GRI Conteúdo				Omissão	
Padrão GRI	Concessio	Localização	Requisitos omitidos	Razão	Explicação
GRI 304: Biodiversidade 2016	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 ambiental				As operações não estão dentro ou adjacentes a áreas de proteção ambiental e áreas de alto valor de biodiversidade.
	304-2 Impactos significativos de atividades, produtos e serviços na biodiversidade				Diretamente não há impacto significativo na biodiversidade. Indiretamente, a indústria 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.
	304-3 Habitats protegidos ou restaurados				As operações não estão inseridas em áreas de preservação permanente (APPs), áreas de preservação ambiental (APA). Assim, não ocorreram restaurações.
	304-4 Espécies incluídas na lista vermelha da IUCN e em listas nacionais de conservação com habitats em áreas afetadas por operações da organização				A empresa não tem o levantamento de ingredientes incluídos na Lista Vermelha da União Internacional para a Conservação da Natureza e dos Recursos Naturais e em listas nacionais de conservação.
	305-1 Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)	28			
	305-2 Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia	28			
	305-3 Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)	28			
GRI 305:	305-4 Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	29			
Emissões 2016	305-5 Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	28			
	305-6 Emissões de substâncias destruidoras da camada de ozônio (SDO)			Informações indisponíveis ou incompletas	Não são monitoradas.
	305-7 Emissões de NOX, SOX e outras emissões atmosféricas significativas			Informações indisponíveis ou incompletas	Não são monitoradas.



MENSAGEM DA DIRETORIA

ESTRATÉGIA



Padrão GRI Conteúdo		Localização	Omissão		
Padrao GRI	Conteudo	Localização	Requisitos omitidos	Razão	Explicação
	Desenvo	lvimento e bem-e	estar das equipes		
GRI 3: Tópicos materiais 2021	3-3 Gestão do tópico material	32 a 38			
GRI 202: Presença no Mercado 2016	202-1 Proporção entre o salário mais baixo e o salário mínimo local, com discriminação por gênero	34			
	401-1 Novas contratações e rotatividade de empregados	33			
GRI 401: Emprego 2016	401-2 Benefícios oferecidos a empregados em tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou de período parcial	37			
	401-3 Licença maternidade/paternidade	38			
GRI 402: Trabalho/ Gestão do Relacionamento 2016	402-1 Prazo mínimo de aviso sobre mudanças operacionais				4 semanas.
GRI 404:	404-1 Média de horas de capacitação por ano, por empregado	34		Informações indisponíveis ou incompletas	Não há abertura por gênero e categoria funcional. Os treinamentos ocorrem via plataforma online, que não faz este tipo de mensuração.
Capacitação e Educação 2016	404-2 Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistência para transição de carreira	34			Não há programas focados em assistência na transição de carreira.
	404-3 Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	34			
GRI 405: Diversidade	405-1 Diversidade em órgãos de governança e empregados	35, 55			
e oportunidades iguais 2016	405-2 Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens	36			
GRI 406: Não discriminação 2016	406-1 Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	35			
GRI 407: Liberdade Sindical e Negociação Coletiva 2016	407-1 Operações e fornecedores em que o direito à liberdade sindical e à negociação coletiva pode estar em risco				É assegurado o direito à liberdade sindical a todos os funcionários.





Padrão GRI	Conteúdo	Localização	Omissão		
			Requisitos omitidos	Razão	Explicação
GRI 408: Trabalho Infantil 2016	408-1 Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil				Nas operações, não há este risco.
409: Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo 2016	409-1 Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo				Nas operações, não há este risco.
GRI 410: Práticas de Segurança 2016	410-1 Pessoal de segurança capacitado em políticas ou procedimentos de direitos humanos				Nas operações próprias, não houve.
	Sat	úde e Segurança (do Trabalho		
GRI 3: Tópicos materiais 2021	3-3 Gestão do tópico material	39			
	403-1 Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	39			
	403-2 Identificação de periculosidade, avaliação de riscos e investigação de incidentes	39			
	403-3 Serviços de saúde do trabalho	39			
GRI 403: Saúde e Segurança do Trabalho 2018	403-4 Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores referentes a saúde e segurança do trabalho	39			
	403-5 Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança do trabalho			Informações indisponíveis ou incompletas	Foram realizadas capacitações, mas a empresa não contabilizou as horas.
	403-6 Promoção da saúde do trabalhador	39			
	403-7 Prevenção e mitigação de impactos de saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócios	39			
	403-8 Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	39			
	403-9 Acidentes de trabalho	39	c, d	Informações indisponíveis ou incompletas	Não há a catalogação desses perigos.
	403-10 Doenças profissionais	39			





Padrão GRI	Conteúdo	Localização	Omissão			
			Requisitos omitidos	Razão	Explicação	
		Desenvolviment	o Local			
GRI 3: Tópicos materiais 2021	3-3 Gestão do tópico material	40 a 46				
GRI 201: Performance Econômica 2016	201-1 Valor econômico direto gerado e distribuído	40				
GRI 202: Presença no Mercado 2016	202-2 Proporção de membros da diretoria contratados na comunidade local				0	
GRI 203: Impactos Econômicos Indiretos 2016	203-1 Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	41 a 44				
	203-2 Impactos econômicos indiretos significativos	41 a 46				
GRI 413: Comunidades locais 2016	413-1 Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local	41 a 44			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				Não há operação com impacto negativo significativo.	
Cadeia de Valor Sustentável						
GRI 3: Tópicos materiais 2021	3-3 Gestão do tópico material	48 a 53				
GRI 203: Impactos Econômicos Indiretos 2016	203-2 Impactos econômicos indiretos significativos	48 a 50				
GRI 204: Práticas de Compra 2016	204-1 Proporção de gastos com fornecedores locais	52				
GRI 308: Avaliação Ambiental de Fornecedores	308-1 Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais	53				
	308-2 Impactos ambientais negativos da cadeia de fornecedores e medidas tomadas				Não foi identificado nenhum impacto negativo.	





Padrão GRI	Conteúdo	Localização	Omissão			
			Requisitos omitidos	Razão	Explicação	
GRI 407: Liberdade Sindical e Negociação Coletiva 2016	407-1 Operações e fornecedores em que o direito à liberdade sindical e à negociação coletiva pode estar em risco			Informações indisponíveis ou incompletas	Os fornecedores não foram avaliados em relação ao aspecto sindical.	
GRI 408: Trabalho Infantil 2016	408-1 Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil	53			Existem os fornecedores de uniformes e de brindes, com mais vulnerabilidade. Mas no período não foi identificado nenhum risco neste sentido.	
409: Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo 2016	409-1 Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo	53			Existem os fornecedores de uniformes e de brindes, com mais vulnerabilidade. Mas no período não foi identificado nenhum risco neste sentido.	
GRI 410: Práticas de Segurança 2016	410-1 Pessoal de segurança capacitado em políticas ou procedimentos de direitos humanos				Nas franquias não foi realizado o controle.	
GRI 414: Avaliação	414-1 Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais	53				
Social de Fornecedores 2016	414-2 Impactos sociais negativos da cadeia de fornecedores e medidas tomadas	53				
GRI 418: Privacidade do cliente 2016	418-1 Queixas comprovadas relativas a violação da privacidade e perda de dados de clientes	52				
Governança, Transparência e Integridade						
GRI 3: Tópicos materiais 2021	3-3 Gestão do tópico material	54 a 56				
GRI 201: Desempenho Economico 2016	201-2 Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades decorrentes das mudanças climáticas			Informações indisponíveis ou incompletas	Ainda não existe esse tipo de levantamento. Está em análise este tipo de avaliação em 2023.	
	201-4 Apoio financeiro recebido do governo				Regimes Especiais firmados com os estados de MG, CE, MS, BA, SC e TO para fixação de Margem de Valor Agregado (MVA) nas vendas da Máxima para as franquias.	





Padrão GRI	Conteúdo	Localização	Omissão		
			Requisitos omitidos	Razão	Explicação
GRI 205: Combate à corrupção 2016	205-1 Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção				Apesar de não existir um processo formal de avaliação de riscos internos de corrupção, há um Comitê de Riscos, que gerencia o tema e não identificou nenhum caso desta natureza, e o Alô Ética, que recebe e analisa denúncias de corrupção e não recebeu nenhuma sobre o tema.
	205-2 Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção	56		Informações indisponíveis ou incompletas	O Hinode Group não tem a informação discriminada por categoria funcional.
	205-3 Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	56			Não houve nenhum caso de corrupção.
GRI 206: Concorrência Desleal 2016	206-1 Ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio				Não houve.
GRI 207: Tributos 2019	207-1 Abordagem tributária	56			
	207-2 Governança, controle e gestão de risco fiscal	55, 56			
	207-3 Engajamento de stakeholders e gestão de suas preocupações quanto a tributos				O relacionamento com autoridades fiscais é formalizado por petição e ocorre por meio de advogados e especialistas.
	207-4 Relato país-a-país			Informações indisponíveis ou incompletas	Este dado é compilado junto com as demonstrações financeiras, que não entrarão neste relatório, pois só serão divulgadas em agosto.
GRI 415: Políticas Públicas 2016	415-1 Contribuições políticas				Não foram feitas contribuições políticas diretas ou indiretas.



Coordenação geral

Gerência Executiva de Assuntos Regulatórios, Qualidade e ESG

Coordenação técnica e editorial, consultoria GRI, projeto gráfico e diagramação

Presence Comunicação e Sustentabilidade

Publicado em junho de 2023

Dúvidas, comentários e sugestões sobre o relatório devem ser encaminhadas para sustentabilidade@grupohinode.com

