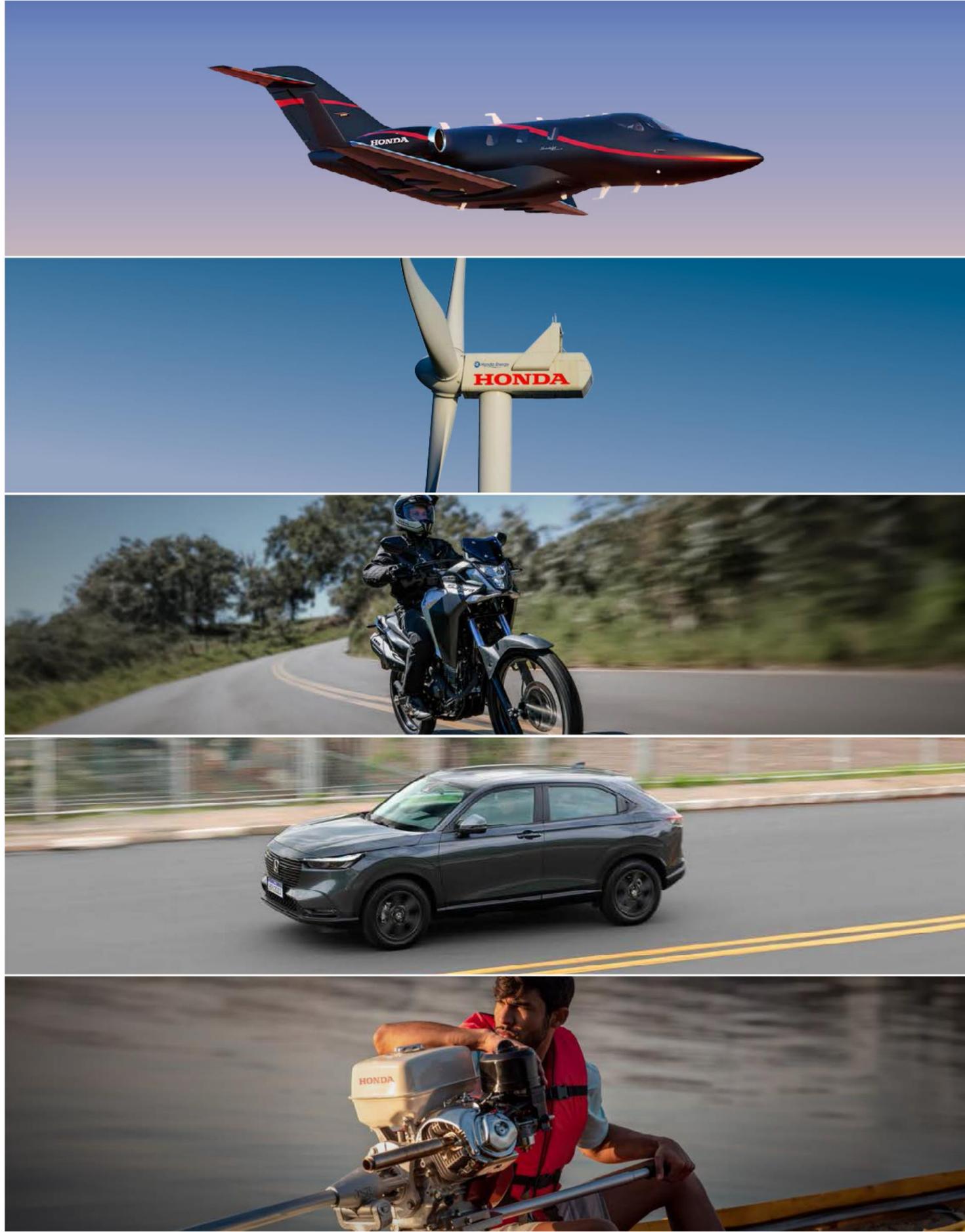


HONDA

2023

INFORME DE
SOSTENIBILIDAD



Presentación

01





Detrás de la marca Honda está la extraordinaria historia de un hombre y su sueño. Hijo de un herrero y una tejedora, Soichiro Honda nació en el otoño de 1906 en la ciudad japonesa de Hamamatsu. **De niño, pasaba largas horas ayudando a su padre en el taller donde reparaba bicicletas, un medio de transporte que se hacía cada vez más popular en el país a principios del siglo XX.**

Soichiro quedó fascinado cuando vio un coche motorizado por primera vez y desde entonces empezó a soñar con construir el suyo propio. **A los 15 años se trasladó a Tokio y empezó a trabajar en un taller mecánico.** Fue allí donde, combinando técnicas industriales y artesanales, tuvo la oportunidad de construir el coche de sus sueños.

Así nació el modelo «Curtiss», un vehículo probado y homologado para carreras que, en 1924, ganó el Japan Motor Car Championship. Por aquel entonces, Soichiro Honda sólo tenía 18 años.

A los 21, regresó a su ciudad natal y trabajó en un taller mecánico hasta que tuvo capital suficiente para abrir su propia fábrica de autopartes, donde empezó a producir anillos de pistón.

Un sueño nunca es demasiado grande

Soichiro Honda

Soichiro Honda fue testigo de dos grandes guerras y también de un conflicto entre China y Japón. Tras la Segunda Guerra Mundial, el país quedó completamente devastado y perdió todo lo que había construido debido a los bombardeos y a un terremoto que sacudió todavía más el país.

Uno de los peores problemas en aquella época era el transporte. **Con el racionamiento de combustible y los trenes abarrotados, Soichiro Honda compró un lote de motores para generadores usados y los adaptó a bicicletas.** Así empezó a vender los primeros ciclomotores. La producción de motocicletas fue mejorando y aumentando, los coches pasaron a formar parte de la cadena de producción y, poco a poco, se fueron instalando fábricas por todo Japón y luego en otros países y continentes.

La reputación de la empresa creció y hoy Honda Motor Company es uno de los nombres más importantes de la industria automovilística, conocido y respetado en todo el mundo. Soichiro Honda falleció en 1991, pero su sueño sigue vivo.

Inspirada por el poder de los sueños, la empresa se esfuerza por ofrecer a las personas experiencias únicas a través de sus productos y servicios. El compromiso de la marca es llevar alegría y mejorar la vida de las personas a través de la mo-

vididad. Gracias a la convicción y perseverancia de su fundador, Honda es una empresa global que celebrará su 76º aniversario en 2024.

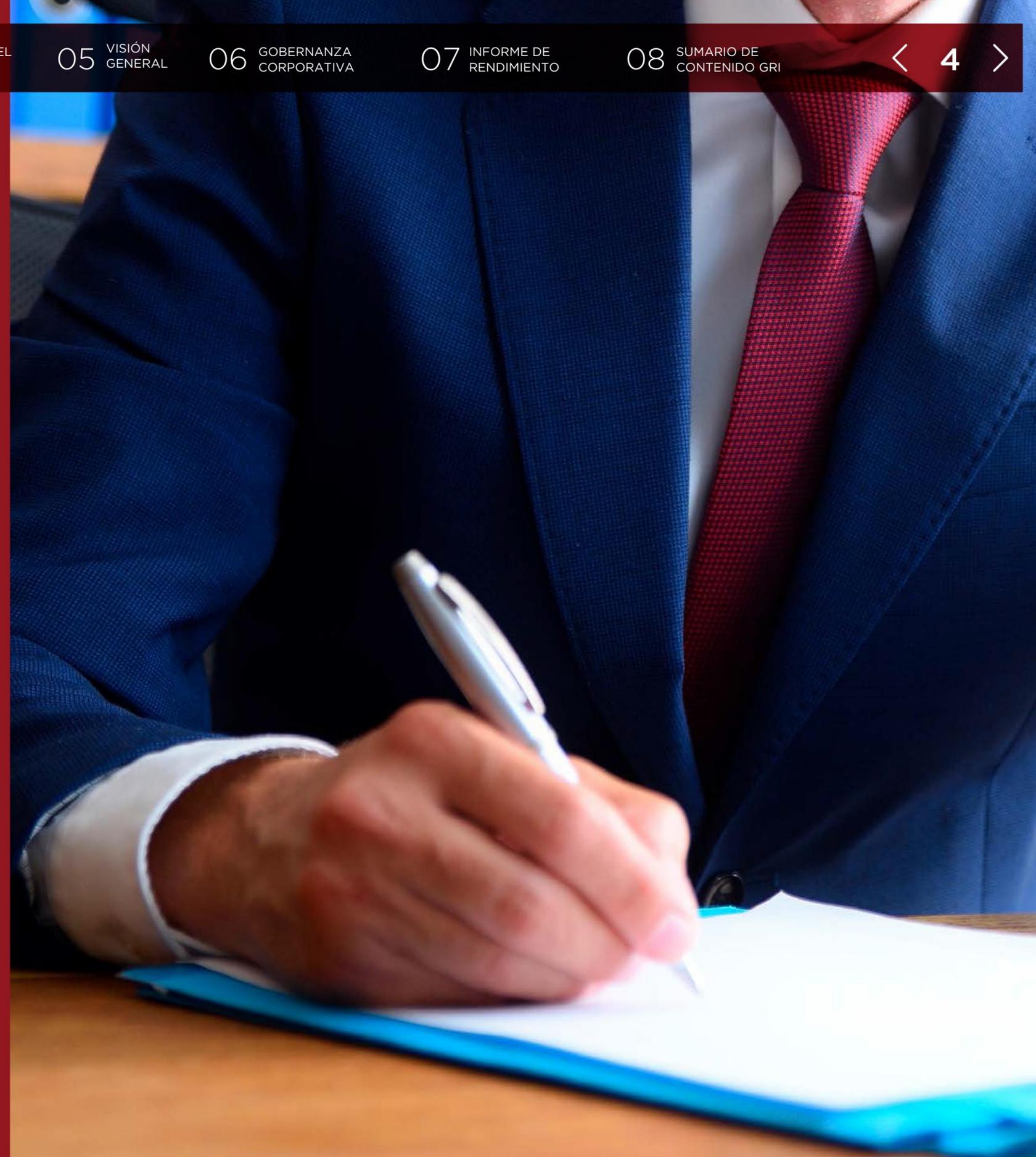
En América del Sur, donde produce, importa y co-mercializa motocicletas, automóviles, cuadriciclos y motores y maquinaria, la empresa está presente desde hace más de 50 años. En 2015, el sueño de Soichiro tomó vuelo y la empresa también comenzó a comercializar el jet ejecutivo HondaJet.

A través de Honda South America, holding responsable por todas las operaciones del grupo en la región, la empresa cuenta con unidades de producción en Brasil, Argentina y Perú, además de una unidad importadora en Chile y cerca de 2.200 puntos de venta, lo que garantiza la presencia de la marca en las principales ciudades de América del Sur.

Este informe contiene informaciones y datos sobre las operaciones en América del Sur en 2023. **Con él, Honda mantiene la relación transparente que ha establecido con sus grupos de interés, además de informar sobre las acciones, proyectos y resultados alcanzados por sus filiales en la región.** Se trata de un importante material sobre la materialización del sueño de Soichiro Honda y el compromiso global de la empresa de expandir la alegría de la movilidad y el potencial de la vida de las personas por medio de sus productos y servicios, lo que refleja la visión 2030 de la empresa.

Mensaje de la Administración

02



Estimado(a) lector(a), bienvenido(a) al Informe de Sostenibilidad de Honda South America.

Desde el primero de abril de 2024, tengo la gratificante misión de contribuir con los negocios de Honda en América del Sur como Jefe Ejecutivo Operativo. Respeto las diferentes culturas y espero contribuir a las operaciones de Honda en el mercado sudamericano.

Nos complace reafirmar, en este informe anual, nuestro compromiso de ayudar a construir un futuro más sostenible.

Desde hace más de 70 años, operamos en todo el mundo con el mismo principio: llevar alegría a las personas a través de productos y servicios que apoyen la vida cotidiana y sean capaces de crear valor para los clientes.

Y con el fin de garantizar la continuidad y la expansión del negocio, nos comprometemos a ofrecer nuevas soluciones y experiencias a las personas, alineando cada vez más nuestras operaciones con las principales cuestiones socioambientales y de gobernanza corporativa.

En un escenario global de acelerados cambios climáticos, tecnológicos y sociales, estamos ejercitando nuestra capacidad de adaptación y flexibilidad para promover la generación compartida de valor con todas nuestras partes interesadas: empleados, clientes, socios comerciales y sociedad.

Colectivamente, el mundo ha venido experimentando una preocupación por el planeta, por mantener relaciones éticas y transparentes y por el impacto de los negocios en la vida de las personas. Pero esta preocupación debe adoptar una forma práctica.

Por eso mantenemos el compromiso de informar sobre nuestros avances en materia de medio ambiente, seguridad en el tráfico, ética y gobernanza, calidad, innovación, satisfacción del cliente y gestión de las personas. Creemos que esto es también un incentivo para que otras empresas adopten las mejores prácticas en sus sectores.

Rumbo al futuro de la movilidad sostenible, estamos abordando cuestiones relevantes para la sociedad, estudiando alternativas, identificando oportunidades, estableciendo asociaciones y comprometiéndonos con el «impacto medioambiental cero» de actividades y productos y la «seguridad absoluta» en el uso de nuestros vehículos.

Una de las mayores fortalezas de Honda es la diversidad de sus operaciones, con productos y servicios de alta calidad en tres unidades de negocios distintas: motocicletas, automóviles y productos de fuerza.

En Sudamérica, las operaciones de Honda desempeñan un papel clave en la entrega de soluciones de movilidad a los clien-

tes. En 2023, obtuvimos excelentes resultados en el segmento de las motocicletas, vehículos esenciales para garantizar la movilidad de millones de personas.

En coches, el lanzamiento de importantes modelos refuerza la estrategia de la marca de invertir en tecnologías de seguridad, conectividad y comodidad para que conducir sea un verdadero deleite.

En soluciones de Productos de Fuerza, los motores Honda siguen siendo opciones clave para hacer más fácil la vida de las personas.

A través de la creación de diversas formas de movilidad, Honda quiere convertirse en el «centro neurálgico» que apoye a las personas que buscan emprender acciones basadas en su propia iniciativa, ya sea para sí mismas o para la sociedad. Obtuvimos importantes logros y aprendizajes en 2023 gracias al compromiso y dedicación de nuestros colaboradores, proveedores y concesionarios, que trabajan bajo la misma filosofía. Gracias al sueño y la alegría de cada uno de ellos, podemos cumplir los sueños de nuestros clientes y crear valor para la sociedad en esta era de cambios significativos.

Gracias por seguirnos y ¡que disfrute de la lectura!

Arata Ichinose

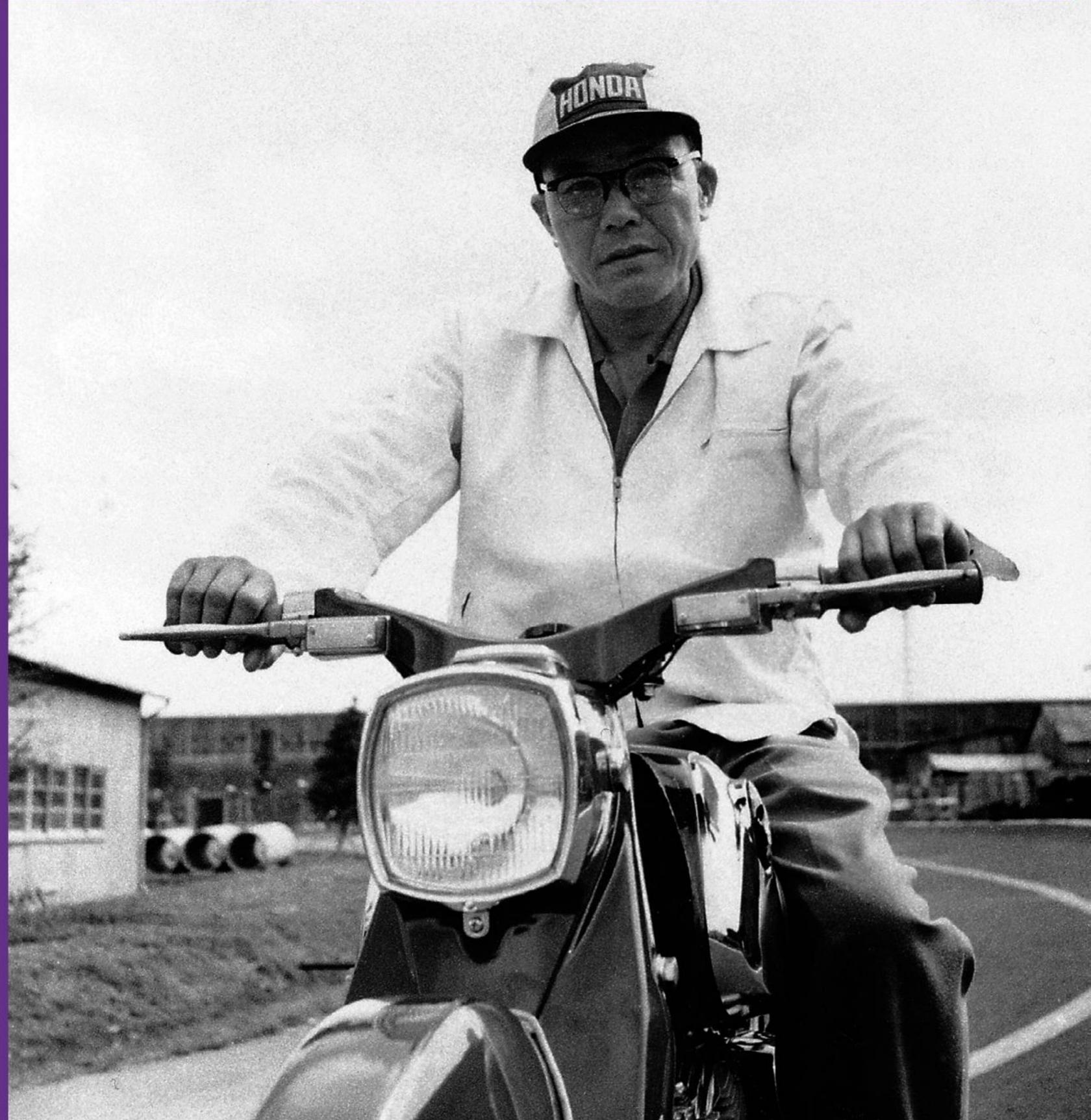
Presidente de Honda South America

Enfoque en la satisfacción del cliente y la misión de hacer la marca aún más deseada para la sociedad



Filosofía de Honda

03



Para Honda, una de las tareas más inspiradoras es ser capaz de multiplicar y perpetuar una filosofía basada en el «Respeto por el Individuo» y en compartir las «Tres Alegrías». Vivida entre los empleados y por todos los implicados en su cadena de valor, esta filosofía hace de Honda una empresa única, innovadora y deseada por la sociedad. Objetivos, valores y principios comunes que guían las acciones de todos los involucrados en el negocio. Esta es la Filosofía Honda, que se presenta en tres ejes:

La Filosofía Honda para las operaciones de la empresa



Respeto por el individuo

Principio que incentiva y promueve el compartir las alegrías, a través del respeto a las características individuales, de una relación de igualdad y confianza y de la máxima aplicación de la iniciativa de cada persona.

Las tres alegrías

El deseo de Honda es construir relaciones de confianza y compartir la alegría con todas las personas con las que entra en contacto a través de sus actividades y productos:



La **ALEGRÍA DE CREAR** que experimentan los empleados que dedican su talento, habilidades y conocimientos a crear productos y servicios que aporten alegría a los clientes.



La **ALEGRÍA DE VENDER** que experimentan los empleados y concesionarios de Honda cuando se ganan la confianza de los clientes y ofrecen productos y servicios de la máxima calidad que superan sus expectativas.



La **ALEGRÍA DE COMPRAR** que experimentan los clientes cuando adquieren un producto o servicio de la marca. La alegría del cliente es lo que da valor a las actividades de Honda y a través de ella se pueden experimentar las demás alegrías.

Respeto por el individuo

Contiene cinco tópicos principales para guiar a los empleados de Honda en sus responsabilidades diarias:



MANTÉN

siempre el sueño y el espíritu joven



VALORA

las teorías, ideas y el tiempo



TEN

siempre en mente los valores de la investigación y de la perseverancia



AMA

tu trabajo y valora la comunicación



CREA

constantemente un flujo de trabajo armónico

Orientación empresarial y Visión 2030

Ir más allá de las expectativas es una constante en la forma como Honda conduce sus negocios. La evolución de la empresa, año tras año, en América del Sur y en el mundo, comprueba la necesidad y la oportunidad de actuar con foco en el desarrollo sostenible de las regiones donde está instalada y, de esta forma, convertirse en una empresa deseada por la sociedad. Sólo así los clientes podrán vivir alegrías y experiencias únicas a través de las soluciones ofrecidas por la empresa.

Para apoyar esta orientación de negocio, Honda ha elaborado la Visión 2030, que materializa una imagen idealizada de cómo quiere ser la compañía en 2030, para seguir siendo una empresa cuya existencia sea deseada por la sociedad en 2050, cuando habrá cumplido más de 100 años desde su fundación. Para elaborar su Visión, Honda examinó los cambios a largo plazo en el entorno operativo desde dos perspectivas: la prospectiva, es decir, mirando hacia delante desde el presente; y la retrospectiva, es decir, mirando hacia atrás desde 2050 hasta el presente.

Orientación para el siglo XXI: Servir a las personas de todo el mundo con la alegría de ampliar el potencial de sus vidas.

OBJETIVO: Liderar el avance de la movilidad y mejorar la vida de las personas en todo el mundo

VISIÓN 2030 Honda South America:
PROPORCIONAR A TODAS LAS PERSONAS LA ALEGRÍA DE EXPANDIR LAS POSIBILIDADES DE LA VIDA

Crear alegría	Crear valor para la movilidad y el día a día de las personas	
	Proporcionar la alegría de la libre movilidad	Proporcionar la alegría de mejorar la calidad de vida
Expandir las alegrías	Responder a la diversidad de las personas y las sociedades	
	Ofrecer productos y servicios de excelencia que correspondan a las particularidades de los individuos y las sociedades	
Garantizar la alegría a las generaciones venideras	Actuar en favor de una sociedad más limpia, pacífica y segura	
	Liderar los esfuerzos en favor de una sociedad neutra en carbono	Liderar los esfuerzos por una sociedad libre de accidentes de tráfico

Directrices globales

A nivel global, Honda ha definido directrices que atraviesan las filiales de la empresa en todo el mundo, persiguiendo sus objetivos de forma integrada.

Entre los compromisos globales de la empresa, hay dos ampliamente difundidos, en las áreas de Medio Ambiente y Seguridad: lograr la neutralidad de carbono en todos los productos y operaciones corporativas para 2050, así como cero accidentes de tráfico con víctimas fatales en los que estén implicados vehículos Honda para ese mismo año.

En el pilar medioambiental, la empresa está invirtiendo en vehículos electrificados, incluidos motores híbridos o 100% eléctricos, y vehículos de pila de combustible de hidrógeno.

Honda también está invirtiendo en tecnologías de energías renovables, como el Honda Mobile Power Pack, y en operaciones energéticas inteligentes vinculadas a la infraestructura de red.



Representación de Honda SENSING

En el campo de la Seguridad, Honda ha estado trabajando en la tecnología omnidireccional ADAS – Sistema Avanzado de Asistencia al Conductor (*advanced driver-assistance system*) para hacerla viable en todos los nuevos modelos de automóviles que se introduzcan en los países desarrollados de aquí a 2030. Además, la empresa ha aprovechado los conocimientos y el know-how a través de la investigación y el desarrollo de tecnologías de conducción autónoma de nivel 3, que permitirán perfeccionar aún más la inteligencia de ADAS. Honda también está trabajando para reforzar los programas educativos orientados a la seguridad vial.



El Medio Ambiente y la Seguridad son los compromisos prioritarios de Honda

Estrategia de Sostenibilidad

El propósito de Honda es mejorar la vida de las personas a través de soluciones de movilidad. Y, sobre todo, hacerlo de forma que se creen valores diferenciados para los distintos grupos de interés, que sean sostenibles a lo del tiempo, garantizando así la existencia de la compañía a largo plazo. De este modo, Honda basa su gestión estratégica de la sostenibilidad en cinco compromisos prioritarios, que impregnan sus procesos de toma de decisiones y sus operaciones.

Crear valores para las partes interesadas que sean sostenibles y que puedan garantizar la existencia de la empresa a largo



Medio Ambiente

Para Honda, la preservación del medio ambiente y el uso consciente de los recursos naturales son aspectos esenciales para lograr el desarrollo económico y garantizar la continuidad de las actividades de la empresa.



Calidad

La inversión en tecnología es esencial para que Honda siga siendo líder en sus segmentos de actividad. La sostenibilidad de las operaciones y **los diferenciales de los productos están directamente asociados a la calidad presentada y reconocida por las partes interesadas.**



Seguridad

Cuando se trata de movilidad, **Honda está obligada a abordar la cuestión de la seguridad, esforzándose por garantizar las inversiones necesarias para que sus productos ofrezcan el mejor rendimiento** posible y cumplan las expectativas de sus clientes. Conjuntamente, se llevan a cabo iniciativas para sensibilizar a todos los que participan de alguna manera en la dinámica del tráfico.



Personas

Con una fuerte presencia en las regiones en las que opera, **valorar a quienes forman parte de la actividad diaria de la empresa es fundamental para obtener buenos resultados.** Desde los empleados hasta las comunidades, la combinación de la inversión en el desarrollo profesional y el bienestar de la sociedad forma parte de la estrategia de la empresa.



Movilidad e Innovación

Honda cree que la tecnología debe estar al servicio de la vida de las personas. Por esta razón, desarrolla soluciones diseñadas para ser beneficiosas y mejorar la vida de todos.

Redefinición del Eslogan Global de la Marca

Para que Honda siga siendo una empresa cuya existencia sea deseada por la sociedad, además de sus estrategias de negocio, se ha redefinido el eslogan global «The Power of Dreams».

Se ha añadido un nuevo eslogan - How we move you - que traduce la visión de Honda de crear movilidad a través de los sueños, que «moverán» a las personas no sólo físicamente, sino también en sus corazones.

También se han añadido tres frases clave:

HONDA | **How we move you.**
The Power of Dreams | CREATE ► TRANSCEND, AUGMENT

Qué hace Honda

CREAR

Para hacer realidad los sueños, nosotros (Honda) demostraremos nuestra creatividad

El valor que Honda ofrece

TRANSCENDER

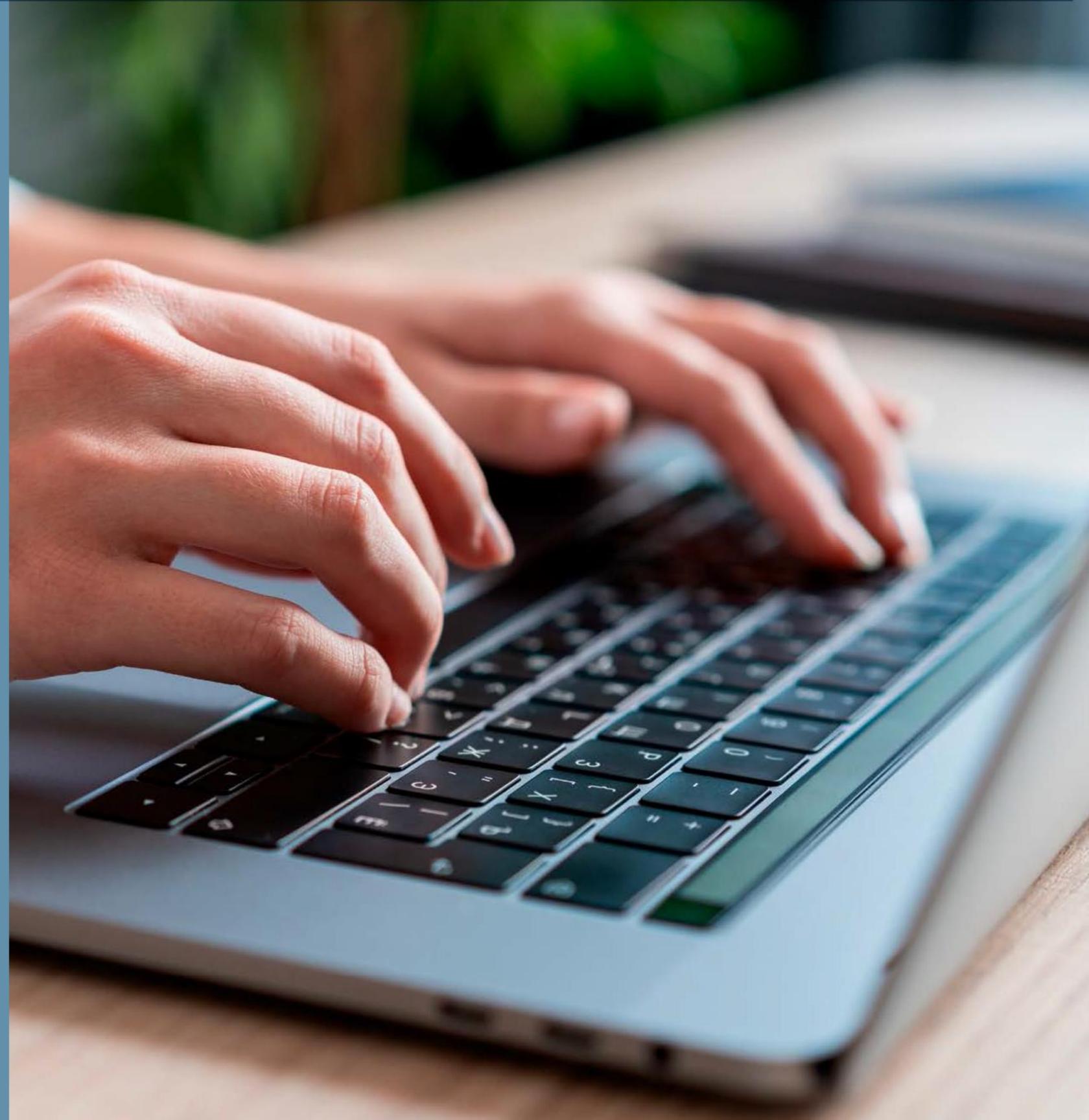
Permitiremos a las personas que «trasciendan» las limitaciones de tiempo y lugar, ayudándoles a realizar lo que antes no podían hacer.

AMPLIAR

Permitiremos a las personas que «amplien» todas sus posibilidades, incluidos los recursos y las capacidades físicas.

Acerca del Informe

04



Honda cree que promover un diálogo constructivo con la sociedad es esencial para alcanzar un crecimiento sostenible y aumentar el valor corporativo a medio y largo plazo.

Por noveno año consecutivo, Honda South America (HSA) presenta su Informe de Sostenibilidad, que incluye los destaques de la empresa en la gestión de los temas ambientales, sociales y de gobernanza en sus subsidiarias regionales en Brasil, Argentina, Perú y Chile, excepto cuando indicado, para el período del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023.

Este informe fue elaborado de acuerdo con las premisas del GRI - Global Reporting Initiative, en la opción esencial de los GRI Standards, dando al informe mayor transparencia y rigor semejante al de los documentos financieros. [GRI 102-1, 102-45, 102-50, 102-54]

En su informe 2021, Honda presentó una actualización de los tópicos materiales de la empresa. Los temas relevantes tratados fueron identificados a través de un proceso de materialidad, que señala, en la percepción de las partes interesadas y la alta dirección, las cuestiones que deben ser prioritarias en la estrategia de sostenibilidad de la empresa y la comunicación de resultados. [GRI 102-46]

Estos temas se identificaron y priorizaron de acuerdo con los siguientes pasos:

1. Consulta inicial de las metodologías Sustainability Accounting Standards Board (SASB)¹, S&P Global - Yearbook 2021²; MSCI - Ratings and Materiality³ y GRI4 para identificar y clasificar la criticidad de los temas relacionados con el sector automotriz desde la perspectiva del mercado;
2. Análisis de temas materiales publicados por empresas homólogas del sector para trazar un mapa de posibles cuestiones prioritarias;
3. Entrevistas con altos directivos y consultas en línea con las partes interesadas para priorizar los tópicos. A la encuesta pública respondieron 968 personas de distintas partes interesadas (clientes, asociaciones comerciales, empleados, concesionarios, proveedores, administraciones públicas y prensa). [GRI 102-40; 102-42; 102-43; 102-44]

1) Institución estadounidense que establece normas de información sobre sostenibilidad para las empresas que cotizan en la bolsa de Estados Unidos.
 2) La publicación anual de S&P Global, basada en la Corporate Sustainability Assessment (CSA) -la evaluación en la que se basan los índices de sostenibilidad Dow Jones-, se elaboró analizando una serie de criterios ESG de las empresas que cotizan en la bolsa estadounidense.
 3) Las calificaciones MSCI ESG proporcionan una evaluación a largo plazo de las empresas en cuestiones medioambientales, sociales y de gobernanza (ESG).
 4) La Global Reporting Initiative es una organización internacional que ayuda a empresas, gobiernos y otras instituciones a comprender y comunicar el impacto de las empresas en cuestiones críticas de sostenibilidad.

En el proceso de formateo de la matriz de materialidad, también se evaluaron: el entorno empresarial local, las tendencias globales que afectan a los segmentos operativos de Honda y el contexto específico de la sociedad.

Considerando que entre el final de 2021 y el inicio de 2022 se realizó un proceso robusto de identificación y priorización de los temas materiales para Honda South America, en 2023 no se identificaron hechos relevantes que causaran un cambio en los temas informados.

Temas materiales



Calidad de productos y servicios



Emisiones y Ecoeficiencia operativa



Satisfacción de los clientes



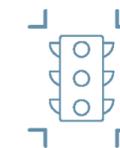
Ética y Gobernanza



Movilidad e Innovación



Gestión de Personas y Diversidad



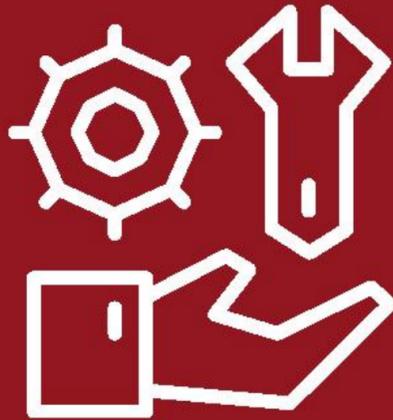
Educación y Seguridad Vial

TEMA MATERIAL	DESCRIPCIÓN	INSTRUMENTO DE GESTIÓN
Calidad de productos y servicios	Establecer parámetros de calidad en el desarrollo de servicios y la fabricación de productos, garantizando un ciclo de mejora continua y comunicando de forma transparente los procesos para promover prácticas responsables de publicidad y propaganda.	[GRI: 417-3]
Satisfacción de los clientes	Promover encuestas de satisfacción del cliente sobre los productos y servicios de la marca Honda y dirigir los esfuerzos hacia el desarrollo de soluciones y mejoras.	<ul style="list-style-type: none"> • Clientes escuchados en las encuestas de satisfacción • Encuestas de imagen de marca y galardones públicos
Movilidad e Innovación	Invertir en investigación y tecnologías para promover la sostenibilidad en las soluciones de movilidad urbana.	<ul style="list-style-type: none"> • Lanzamiento de nuevos productos y servicios • Informes sobre las innovaciones globales de la marca
Educación y Seguridad Vial	Inversión en tecnologías y aplicación de elementos de seguridad en los productos, concienciación sobre la seguridad vial y procesos de retirada de vehículos.	<ul style="list-style-type: none"> • Metas y/o compromisos para promover la seguridad vial • Nuevas tecnologías en los productos • Personas afectadas por las acciones del CETH • Índice de servicio de retirada de Takata
Emisiones y Ecoeficiencia operativa	Compromisos y metas destinados a reducir las emisiones atmosféricas.	[GRI 305-1, 305-2, 305-4, 305-5, 305-7] Neutralidad de carbono en sus productos y actividades corporativas para 2050.
	Uso racional del agua y mejora de la gestión energética en las instalaciones de fabricación, gestión de residuos y el concepto de las 3R.	[GRI 302-1, 302-3, 302-4, 303-1, 306-1, 306-2]
Ética y Gobernanza	Fortalecer los mecanismos para una gestión transparente y ética en toda la estructura de gobernanza del grupo Honda, de conformidad con las mejores prácticas ESG.	[GRI 102-16, 102-17, 205-2, 419-1]
	Promover un ambiente de respeto, integración y valoración en la relación entre los empleados, y garantizar la salud y la seguridad en el entorno laboral.	[GRI 403-1, GRI 403-2]
Gestión de Personas y Diversidad	Incentivar el desarrollo personal y profesional a través de la formación y de la gestión del rendimiento, en consonancia con la filosofía de Honda.	[GRI 404-1]
	Establecer compromisos y promover una cultura de diversidad e inclusión entre los empleados.	[GRI 405-1, GRI 405-2]

Este informe también puede contener correcciones, reformulaciones o cambios significativos en la información proporcionada en informes anteriores.

Visión General

05



En todos los mercados en los que Honda opera, la esencia de ofrecer productos y servicios para mejorar la vida de las personas sigue viva. El propósito de la marca es contribuir al avance de la movilidad, poniendo siempre a las personas en el centro de sus estrategias y utilizando la tecnología para ayudarlas.

Este compromiso ha llevado a Honda a cumplir 76 años, período en el que ha consolidado una presencia global, con 382 subsidiarias y filiales distribuidas por todo el mundo, respaldadas por el trabajo de 197.000 empleados.

América del Sur forma parte del bloque administrativo conocido como Regiones Asociadas, que junto con otros dos bloques – América del Norte y China– conforman las operaciones globales de la empresa.

Con sede en la ciudad de Sumaré, en el interior de São Paulo, el holding Honda South America es responsable por todas las operaciones del grupo en la región, con unidades de producción en Brasil, Argentina y Perú, además de una unidad de importación en Chile y cerca de 2.200 puntos de venta, lo que garantiza la presencia de la marca en las principales ciudades de América del Sur.

De esta forma, Honda sigue por el camino de la innovación, atendiendo a las diferentes características, necesidades y sueños de sus clientes.

[GRI, 102-2, 102-3, 102-4, 102-6, 102-7]

Con el fin de fortalecer las bases regionales dentro de su estructura global y en línea con las estrategias de electrificación de la compañía, Honda Motor Co., Ltd. introdujo una nueva división global para sus operaciones en enero de 2023, como se indica a continuación:

- **América del Norte**
- **China**
- ***Regiones Asociadas** – Operaciones Regionales: Japón/Asia y Oceanía/América del Sur/Europa, África y Oriente Medio



El propósito de Honda es mejorar la vida de las personas a través de soluciones de movilidad.

Honda América del Sur



UNIDAD DE NEGOCIO	SEGMENTO ¹	ÁMBITO 2	JURISDICCIÓN
HDA Moto Honda da Amazônia	2R / PF	SEDBA	Brasil
HAB Honda Automóveis do Brasil	4R	SEDBA	Brasil
HSF Honda Servicios Financieros		SA	Brasil
HAR Honda Motor de Argentina	2R/ 4R / PF	SEBA ³	Argentina
HDP Honda del Perú	2R / PF /4R	SEBA ³	Perú
HMDC Honda Motor de Chile	2R/ 4R / PF	SA	Chile

¹2R: Motocicletas/4R: Automóviles/PF: Productos de Fuerza

²S: Sales (Ventas)/E: Engineering (Producción)/D: Development (Investigación y Desarrollo)/B: Buying (Compras)/A: Administration (Administración)

³ Venta de Automóviles y Motores y Maquinaria; y Venta y producción de Motocicletas



Modelo Operativo de Honda South America

El modelo operativo de Honda tiene en cuenta la generación de resultados y la distribución de ganancias con todas las partes interesadas, considerando la sostenibilidad de toda la operación.

Partes interesadas

Empleados



13.197
empleados fijos y temporales

Comunidades 	Proveedores 
Concesionarios 	Clientes 
Empleados 	Gobierno 
	Medios 

Puntos de venta



Alrededor de
2.200
puntos de venta en toda Sudamérica

Proveedores


AUTOMÓVILES
153 proveedores nacionales de piezas y materias primas
MOTOCICLETAS
111 proveedores nacionales de piezas y materias primas

Resultados

MOTOCICLETAS



1.377.414
producidas

AUTOMÓVILES



78.720
producidos

MOTORES Y MÁQUINAS



18.300
producidos



Perú

Honda Selva del Perú S.A.

Honda del Perú S.A.

Producción de motocicletas, importación y comercialización de automóviles y motores y maquinaria.

Chile

Honda Motor de Chile S.A.

Importación y venta de motocicletas, automóviles y motores y maquinaria.

Argentina

Honda Motor de Argentina S.A.

Producción y comercialización de motocicletas e importación de automóviles, motores y máquinas.

Brasil

Honda Automóveis do Brasil Ltda.

Producción y ventas de automóviles y piezas.

Moto Honda da Amazônia Ltda.

Producción y ventas de motocicletas, motores y máquinas, cuatriciclos y piezas.



+ de **17 mil** personas asistieron a las conferencias del CETH en 2023

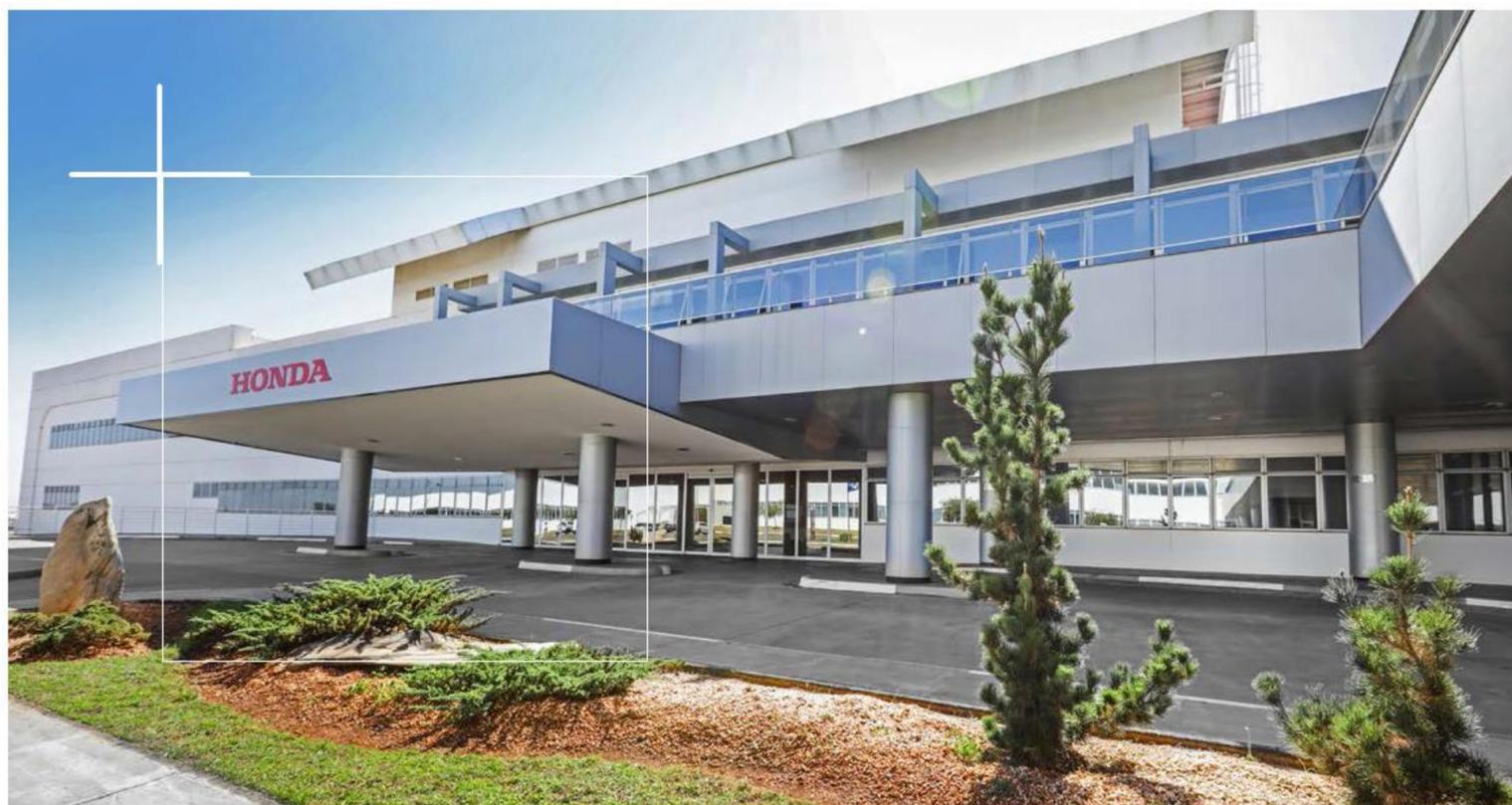


705 mil MWh de electricidad limpia producida en 2023 (desde el inicio de la explotación del parque eólico)

Desempeño operacional

En el contexto sudamericano, Honda reforzó sus esfuerzos hacia el futuro de la marca y continuó con el objetivo permanente de ofrecer productos que superen las expectativas de sus clientes, además de asegurar la calidad de la atención para ofrecer servicios de venta y posventa diferenciados, garantizando una excelente experiencia en todos los puntos de contacto con la marca.

En un ambiente de negocios complejo, Honda terminó 2023 con un buen desempeño en sus operaciones en América del Sur



Motocicletas en América del Sur

Consolidada como la mayor fabricante de motocicletas de América del Sur, Honda ha producido más de 30 millones de unidades en la región. Este volumen representa la gran contribución de la motocicleta a la sociedad.

Es un vehículo deseado por los consumidores, sea para movilidad diaria, ocio o como herramienta de trabajo, contribuyendo para la generación de renta en diversas actividades económicas.

A lo largo de los años, la moto ha adquirido una gran relevancia, dada la importancia de los servicios de entrega a domicilio, así como la priorización de los medios de transporte individuales, reduciendo el riesgo de contaminación.

La demanda de la motocicleta siguió creciendo en 2023, ya que este vehículo desempeña un papel importante en la movilidad. Es una alternativa de transporte rápida y económica y tiene un bajo costo de mantenimiento.

En 2023, las operaciones de motocicletas en las plantas de Manaus (BR), Campana (ARG) e Iquitos (PER) produjeron en conjunto 1.377.414 unidades. Las ventas alcanzaron

el volumen de 1.337.045 unidades, lo que representa un aumento del 10% en comparación con 2022.

A pesar de las dificultades económicas, Argentina registró un importante crecimiento de las ventas. En 2023 se vendieron 106.215 unidades, un 15% más que en 2022.

En Perú, las ventas totalizaron 77.652 unidades en 2023, un ligero aumento del 3% en comparación con 2022, incluso en un contexto de dificultades políticas.

Chile registró 6.723 unidades vendidas en 2023, un 48% menos que el año anterior, debido a las dificultades económicas del país y a un periodo de paralización de la oferta del modelo de mayor volumen de su gama, la motocicleta NAVI.

También cabe destacar la creciente importancia de la moto en la movilidad de los ciudadanos sudamericanos. Cada día, más personas optan por la practicidad, economía y seguridad de un vehículo de dos ruedas para sus desplazamientos diarios, generación de ingresos o actividades de ocio.

Moto Honda

Moto Honda fue pionera en el desarrollo del segmento de motocicletas en Brasil y hoy mantiene su posición de liderazgo, con más del 70% de la cuota de mercado. Sus continuas inversiones y su compromiso con el país han contribuido al desarrollo de todo el sector.

La fábrica de Manaus (AM) es hoy un complejo industrial que va mucho más allá del montaje de motocicletas. La planta es la más vertical en la producción de motos Honda en el mundo, además de ser una de las mayores del Polo Industrial de Manaus (PIM) y uno de los centros de producción más representativos de las Américas, donde se fabrican desde embalajes metálicos, moldes, tubos estructurales y herramientas hasta diversos componentes que componen el producto final, como escapes, ruedas, manillares, chasis y otras piezas.

Honda concluyó 2023 con resultados positivos en el segmento de motocicletas en Brasil y registró un aumento del 11% en las matrículas emitidas en comparación con el período anterior. En total, fueron 1,146 millones de unidades, lo que representa el mejor resultado de la marca desde 2014. La media diaria de matrículas -4.585 unidades- es también la mejor cifra desde 2013.



La producción también siguió la tendencia de crecimiento, con más de 1,215 millones de unidades saliendo de las líneas de producción en Manaus (AM), un 10% más que el año pasado. La cifra acumulada representa el mejor resultado desde 2014.

En 2023, la empresa completó un ciclo de inversiones de unos 500 millones de reales, centrado en la modernización de las estructuras de la fábrica. El proyecto permitió aumentar el volumen de producción, mejorar la atención al cliente y seguir

entregando productos de alta calidad a costos competitivos.

El objetivo de la empresa es seguir liderando la industria de forma sostenible. Con este enfoque, Moto Honda seguirá reforzando su gama, desarrollando productos de calidad superior, con el objetivo de mejorar la composición de costos y la gestión de su cadena de suministro. A esto se suma una amplia y completa red de concesionarios con servicios diferenciados y excelencia en la relación con la marca.



En Brasil, Honda logró crecimiento en ventas y producción de motocicletas, registrando su mejor resultado desde 2014

Cadena de Valor

A través de su extensa cadena, la operación de Moto Honda promueve inversiones y desarrollo económico y social, no sólo en la región amazónica, sino en todo el país.



La contribución social del negocio de motocicletas es significativa, no sólo por los 100 mil empleos directos en toda la cadena, sino principalmente por el valor y la riqueza que el producto final genera para las personas, familias y empresarios, en el campo y en las ciudades de todo el país.



Más de
8.000
empleados

Más de
110
proveedores de
componentes y
materias primas

Alrededor de
100 mil empleos directos
generados en
toda la cadena y
una contribución
social a Brasil

Cientos de proveedores de
servicios

+ de
1.100
puntos de venta



Los galardones de la industria de motocicletas refuerzan el liderazgo de Honda



Premio NPS Awards

Por segunda vez consecutiva, SoluCX distinguió a Honda Motos como vencedora del NPS Awards 2023 - Edición Movilidad, durante un evento organizado por la revista Automotive Business. La iniciativa, celebrada en colaboración con la revista Exame, tiene como objetivo reconocer a las marcas con mayor poder de recomendación por parte de los consumidores, basándose en el Net Promoter Score (NPS).

El NPS (Net Promoter Score) es una metodología que utiliza herramientas de investigación y clasificación para analizar el nivel de recomendación de una empresa por parte del público. Para el premio, se escucharon 8.754 opiniones de consumidores de todo Brasil entre el 01/09/2022 y el 10/08/2023.



MARCAS MAIS

Honda Motos conquistó el primer lugar en el ranking regional (São Paulo) y en el ranking nacional del premio Marcas Mais, promovido por el diario Estadão en asociación con la consultoría Troiano Branding. Este es el segundo año consecutivo de reconocimiento de la marca, cuyo objetivo es identificar las empresas que generan mayor interés y percepción positiva por parte de los consumidores.



TOP OF MIND

Honda Motos recibió el premio Folha Top of Mind 2023, que reconoce las marcas más recordadas por los consumidores en el último año. La empresa destacó en la categoría «Top Moto» por 11ª vez consecutiva.

El premio tiene en cuenta la opinión de más de 7.000 personas en 169 municipios brasileños de las cinco regiones del país. Este resultado demuestra la preocupación de Honda en superar las expectativas de los clientes con productos y servicios de la más alta calidad.

Enfoque en ofrecer automóviles que atiendan mejor al consumidor, con alta eficiencia y repletos de tecnologías de conectividad y seguridad

Honda Automóviles

América del Sur

Honda comercializa automóviles en América del Sur desde 1992, cuando inició la importación del modelo Accord a Brasil. Cinco años después, en 1997, se inauguró la planta de Sumaré, en el interior de São Paulo, y comenzó la producción de automóviles en la región.

A lo largo de su historia de más de 30 años de presencia en América del Sur y más de 25 años de fabricación de automóviles en Brasil, la empresa ha realizado

inversiones continuas con el objetivo de aumentar su capacidad de producción y mejorar la eficiencia de sus procesos. Desde el inicio de sus operaciones, ha buscado acelerar el proceso de desarrollo, producción y comercialización de productos cada vez más alineados con las expectativas de los consumidores sudamericanos.

Así, en abril de 2018, Honda anunció un plan de reestructuración del sistema de producción de

automóviles en la región, con el objetivo de fortalecer la competitividad del negocio.

En línea con este plan, en 2019 inauguró su nueva planta de automóviles en Brasil, en la ciudad de Itirapina, en el interior de São Paulo. La nueva planta cuenta con un alto nivel de tecnología y eficiencia.

Desde entonces, la producción se ha transferido gradualmente a la nueva planta, que desde enero de 2022 concentra el 100% de la producción de automóviles de Honda en Brasil. Actualmente, los modelos New City sedán, New City Hatchback y New HR-V son producidos en Itirapina (SP).

La fábrica de Sumaré se ha consolidado como centro de producción de motores y componentes, desarrollo automovilístico, estrategia y gestión de negocios del grupo Honda en la región.

La unidad produce el conjunto del motor, que incluye los procesos de Fundición, Mecanizado y Montaje del Motor, además de Inyección de Plástico y Pintura, Herramientas, Ingeniería de Calidad, Planificación Industrial, I&D, áreas administrativas de Honda South America, Centro de Capacitación Técnica y División de Piezas.



Desempeño

Como Honda viene relatando en sus últimos informes de sostenibilidad, el segmento automovilístico fue el más afectado por la pandemia, especialmente por la crisis de semiconductores, que limitó el suministro de productos en todo el mundo y también en la región de América del Sur. En el primer semestre de 2023, los efectos de la escasez de semiconductores aún se sentían, afectando la cadena de producción, así como el suministro de vehículos.

Por otro lado, en el segundo semestre, la electrificación ganó impulso rápidamente en América del Sur debido a los subsidios gubernamentales, favoreciendo el mercado de modelos eléctricos e híbridos.

Honda renovó y reforzó su gama con importantes lanzamientos en Sudamérica: CR-V Advanced Hybrid, ZR-V, Pilot, Civic Advanced Hybrid, Accord Advanced Hybrid y Nuevo HR-V.

De esta forma, la empresa continuó fortaleciendo los fundamentos de la operación con vistas a la sustentabilidad del negocio a largo plazo.

En 2023, las operaciones de Honda Automóviles en América del Sur* registraron, en conjunto, 80.417 vehículos comercializados.

Argentina registró un ligero aumento del 5% en las ventas en comparación con 2022, con 1.111 vehículos vendidos.

En Chile, se vendieron 2.551 unidades en 2023, un 34% menos que en 2022. Y en Perú, las ventas del año pasado sumaron 2.588, un 23% menos que en 2022. Los motivos de los resultados en Perú y Chile han sido la disminución de las ventas minoristas debido a la desaceleración económica que afrontan estos países y a la caída de los índices macroeconómicos, lo que ha provocado un aumento del desempleo, dificultando el acceso a la financiación de vehículos.

Además, estos países han experimentado un crecimiento exponencial de los modelos híbridos y eléctricos, que ofrecen atractivas condiciones financieras y exenciones fiscales.

Honda continúa buscando las mejores fuentes de abastecimiento y aprovechando los recursos globales de producción de la empresa para atender mejor a los consumidores sudamericanos.

La empresa continuará ofreciendo productos de la más alta calidad, respetuosos con el medio ambiente y con la máxima seguridad para satisfacer a los clientes exigentes que buscan fiabilidad y tecnología.



Más de 80 mil
automóviles
comercializados
en América
del Sur

* Mercados considerados: Brasil, Argentina, Chile, Perú, Colombia, Uruguay y Ecuador.

Un mercado automovilístico sólido y centrado en la calidad operativa

Honda Automóveis do Brasil

En 2023, Honda Automóveis do Brasil mantuvo su solidez en el mercado, con una estrategia centrada en la calidad de sus operaciones y en la generación de valor sostenible para sus clientes y socios comerciales, como su red de concesionarios.

Honda Automóveis cerró el año pasado con resultados positivos, con un crecimiento del 27% en las ventas en comparación con 2022. En total, han sido

72.050 unidades comercializadas, lo que representa el mejor resultado de la marca en tres años.

La producción siguió la tendencia de crecimiento y registró 78.720 unidades producidas en 2023, un aumento del 23% en comparación con el año anterior.

El modelo con mayores ventas fue el HR-V, con 48.059 unidades vendidas en 2023. Desde su lanzamiento en 2015, el HR-V se ha convertido en una referencia en el segmento SUV y se ha consolidado como el automóvil más vendido de Honda en Brasil.

Honda presentó al público cuatro lanzamientos en 2023, reforzando su compromiso con el mercado nacional: Civic Advanced Hybrid, Nuevo Honda Civic Type R, Accord Advanced Hybrid y ZR-V. Además, a principios de 2024, la marca lanzó el modelo CR-V Advanced Hybrid.

La empresa sigue esforzándose para aprovechar al máximo su potencial de crecimiento, teniendo en cuenta los recientes lanzamientos y la amplia remodelación de su gama, y en vista de la buena acogida del público a los modelos lanzados en Brasil.



Honda Automóveis está entre las marcas más admiradas del sector

En 2023, Honda Automóveis se destacó en varios premios de marca, reforzando el reconocimiento del público a los servicios y productos de alta calidad ofrecidos por la empresa en Brasil.



Premio NPS Awards

Por - Edición- consecutiva, SoluCX Honda Automóviles como vencedora del NPS Awards 2023 Movilidad, durante un evento organizado por la revista Automotive Business. La iniciativa, celebrada en colaboración con la revista Exame, tiene como objetivo reconocer a las marcas con mayor poder de recomendación por parte de los consumidores, basándose en el Net Promoter Score (NPS).

El NPS (Net Promoter Score) es una metodología que utiliza herramientas de investigación y clasificación para analizar el nivel de recomendación de una empresa por parte del público. Para el premio, se escucharon 6.312 opiniones de consumidores de todo Brasil del 01/09/2022 a 10/08/2023.

Honda Automóviles recibe reconocimiento en premios del sector



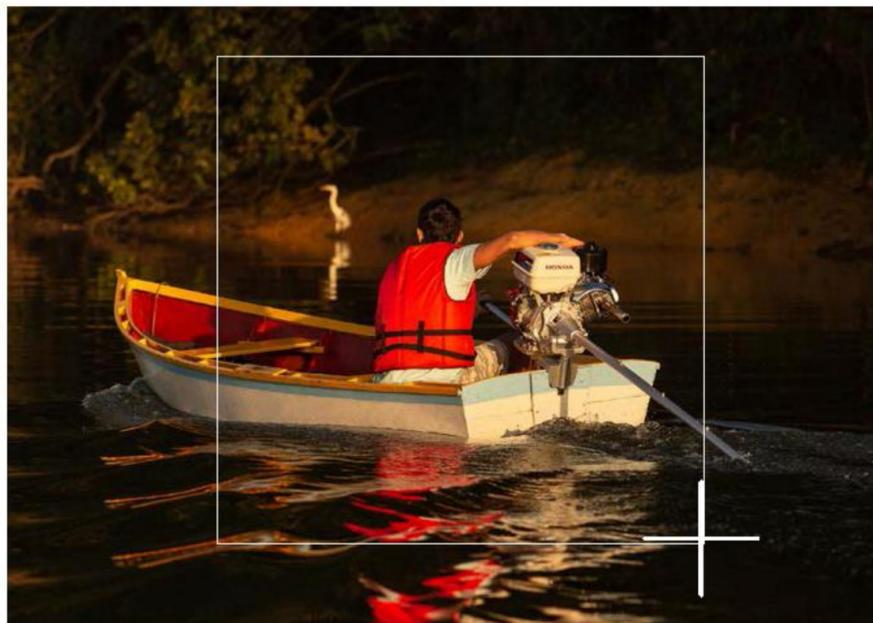
Premio «Os Mais Amados do Rio»

La cuarta edición del premio «Os Mais Amados do Rio», promovido por la revista Veja Rio, eligió a Honda Automóveis en el primer lugar en la categoría Mejor Fabricante de Automóviles, convirtiendo a la marca en una de las favoritas del público carioca. En 2023, el premio registró 3.654 personas entrevistadas a través de la plataforma de investigación MindMiners.

Motores y Máquinas

La línea de Motores y Máquinas de Honda está compuesta por una amplia línea, dividida en las categorías de motores estacionarios, desbrozadoras, generadores, motobombas y cortacéspedes, con las más diversas aplicaciones, como agricultura, uso doméstico, construcción civil y jardinería.

Además, los Motores y Máquinas Honda son de gran importancia para la movilidad en regiones ribereñas, principalmente a lo largo del río Amazonas, facilitando el acceso a las zonas más remotas mediante el acoplamiento de motores estacionarios a diversos tipos de embarcaciones. Esta es una solución de locomoción fluvial adoptada por muchas familias que viven lejos de los grandes centros urbanos del Estado y necesitan transporte para fines comerciales y personales.



El año 2023 presentó una serie de desafíos en América del Sur, especialmente en el ámbito político, que se reflejaron en la economía con impactos en la inflación, el tipo de cambio y las inversiones públicas. Los sectores de Minería y Construcción fueron los más afectados.

Como consecuencia, los resultados de Motores y Máquinas en Chile y Perú cayeron en 2023.

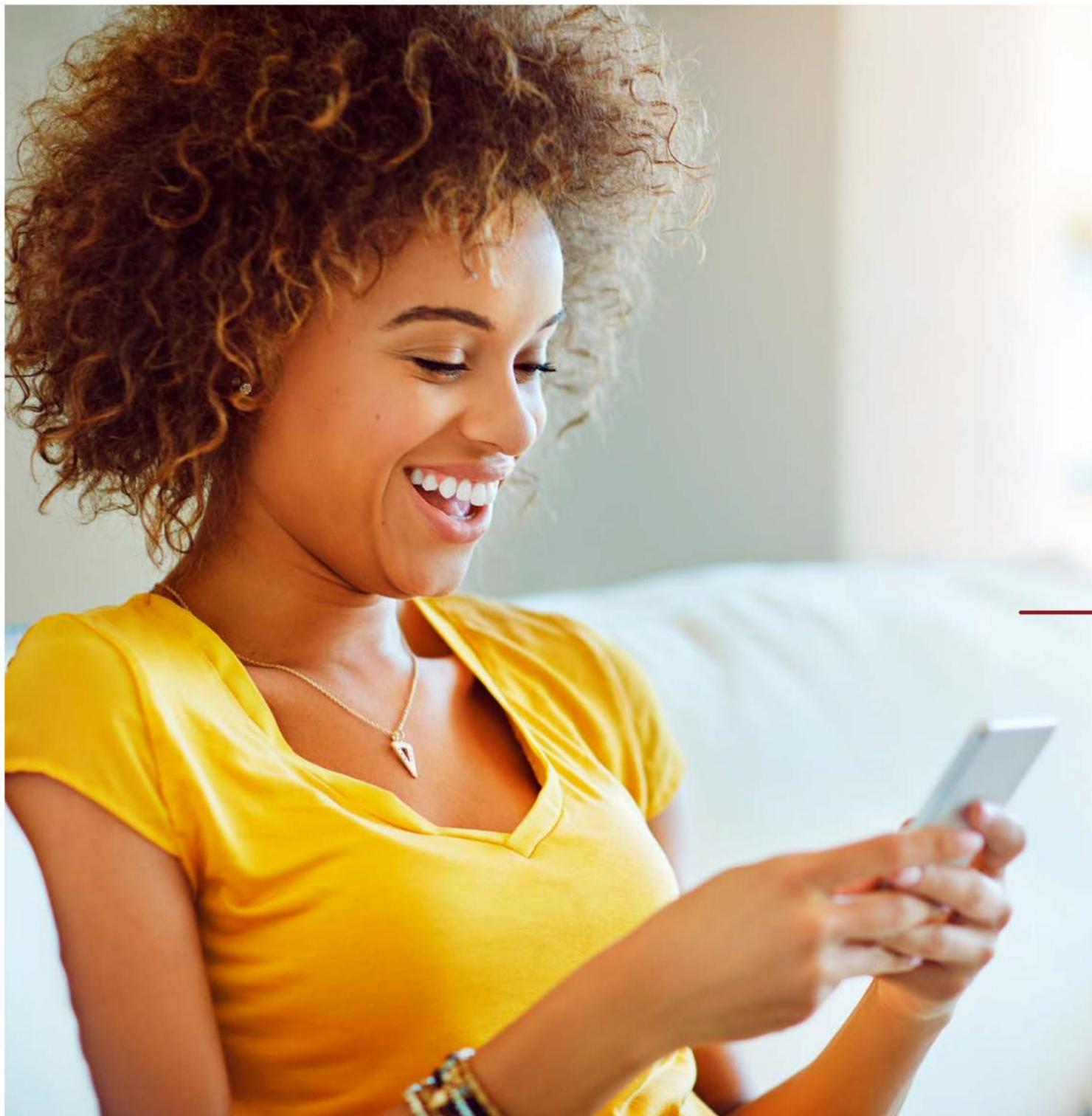
En Argentina, el escenario de inestabilidad también estuvo presente, a raíz de la devaluación del tipo de cambio debido a las medidas económicas del nuevo gobierno, afectando especialmente al mercado de motores y maquinarias, donde la inflación también pesa sobre el poder adquisitivo.

En cuanto al mercado brasileño en 2023, la división de Motores y Máquinas registró ventas de 30.789 unidades, lo que representa una caída del 10% en comparación con 2022. Este resultado se debe principalmente a la caída del mercado de motores de cola larga, muy afectado por la reducción de las subvenciones públicas. Incluso en un escenario difícil, las aplicaciones para uso profesional tuvieron un buen comportamiento en 2023, destacando las ventas de desbrozadoras, con un crecimiento del 23% respecto al año anterior. Los segmentos agrícola y de la construcción tienen potencial para recuperar el crecimiento de las ventas en 2024.

En la fábrica de Moto Honda da Amazônia, en Manaus, se producen tres modelos de motores estacionarios y tres modelos de motocicletas y, en 2023, se produjeron más de 18.300 unidades de Motores y Máquinas.



La línea de Motores y Máquinas es **sinónimo de versatilidad** y refuerza la premisa de Honda de **utilizar la tecnología para facilitar la vida de las personas.**



Honda Servicios Financieros

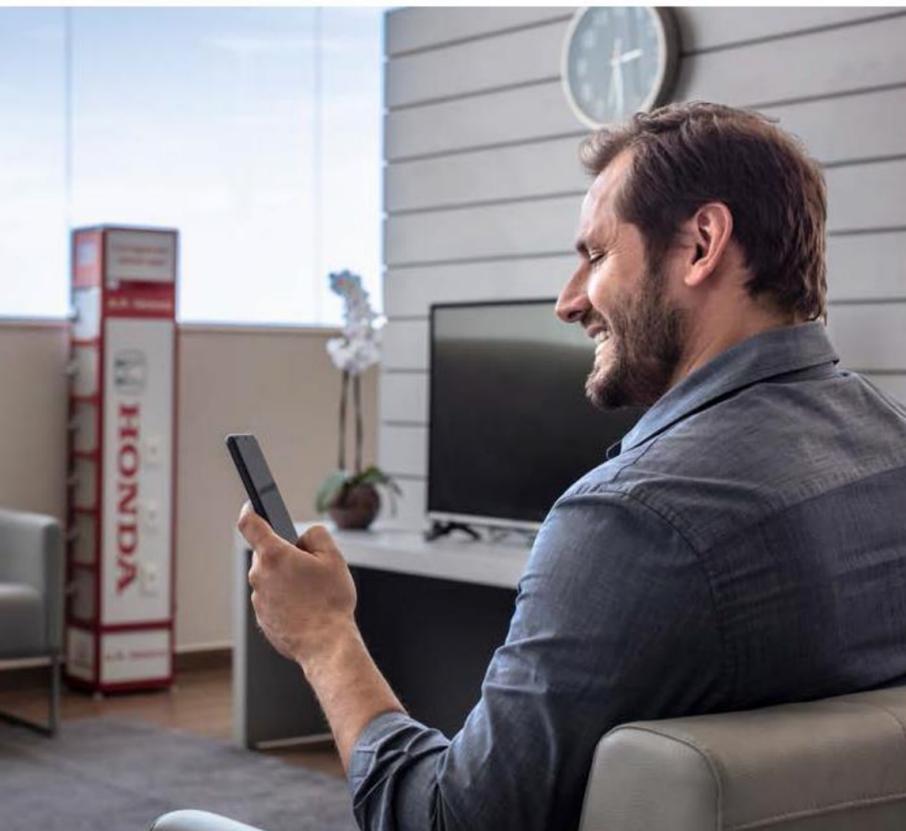
Para facilitar el acceso a los productos de la marca, en 1981 nació el Consorcio Honda, un consorcio administrador que es referencia en el mercado nacional y que forma parte de la estructura de Honda Servicios Financieros, integrada también por la Corredora de Seguros Honda y el Banco Honda.

Esta sinergia con las fábricas es un importante factor de competitividad y contribuye activamente a las ventas de productos Honda.

La empresa también dispone de soluciones para digitalizar sus servicios, con un e-commerce y una app del Consorcio Honda, que cuenta con más de 2 millones de usuarios activos, aportando más practicidad y agilidad al día a día de sus clientes.

+ de 2 millones
de usuarios
activos de la
app Honda
Servicios
Financieros





Desempeño de Honda Servicios Financieros en 2023

En el contexto de 2023, la contribución de HSF a los resultados de la empresa fue notable. El Consorcio Honda fue uno de los principales impulsores de las cifras de la división financiera de la marca, especialmente en el segmento de motocicletas.

El Consorcio Honda es uno de los principales impulsores de los números la división financiera de la marca

Consorcio Honda

El Consorcio Honda es una referencia en consorcios en el mercado brasileño, con 43 años de historia y más de 2 millones de clientes activos. Impulsor de ventas, la modalidad es muy popular entre los consumidores brasileños debido a los planes que se adaptan al presupuesto del cliente, incluso en períodos de inestabilidad financiera.

Cuando analizamos el desempeño del Consorcio Honda en los últimos años, vemos una trayectoria diferente en el mercado de motocicletas, debido al calentamiento de la actividad delivery y a la tendencia de priorizar el vehículo particular durante la pandemia. Incluso con la reanudación de las actividades presenciales en 2022 y la vuelta completa a las actividades sociales en 2023, el reparto a domicilio siguió siendo relevante durante todo el año, al igual que el uso de la moto para el trabajo y el ocio.

La modalidad de consorcio ofrece a los consumidores cuotas de administración y planes de pago competitivos, así como las ventajas

de una compra programada, en la que el cliente puja cuando lo considera oportuno dentro de sus necesidades y planificación financiera.

Así, la modalidad de consorcio obtuvo sólidos resultados en 2023 en el segmento de dos ruedas de la marca, registrando 964.463 nuevas cuotas comercializadas el año pasado, lo que supone un crecimiento del 6,2%.

En cuanto a las entregas de motos Honda 0km, hubo un aumento del 9,8% en comparación con 2022. En 2023 se entregaron 386.690 motos Honda 0km.

La modalidad Consórcio para el segmento de automóviles registró 2.915 nuevas cuotas vendidas en 2023, lo que representa un aumento del 17,1% en comparación con 2022.

Consórcio Honda cuenta actualmente con cerca de 9.864 mil clientes activos en el segmento y, actualmente, trabaja en la modernización de sus planes para operar de forma más consistente en el mercado de automóviles.



Banco Honda

El Banco Honda fue creado con la misión de convertirse en una excelente opción de financiación para los productos Honda.

A través de la modalidad de Crédito Directo al Consumidor (CDC), garantiza condiciones atractivas para que tanto particulares como empresas obtengan el vehículo Honda que desean de forma rápida, práctica y justa.

En 2023, el Banco Honda fue un importante agente financiero de la marca en el segmento de automóviles, respondiendo por el 19,3% de las ventas totales de la empresa y registrando 13.874 contratos.

En el segmento de motocicletas, Banco Honda registró un aumento del 37% en la financiación en comparación con 2022. Entre enero y diciembre de 2023 se financiaron 137.889 unidades, lo que representa el 11,7% de las ventas de motos 0km de la marca.

Corredora de Seguros Honda

Seguros Honda inició sus operaciones en Brasil en 1987 con el objetivo de ofrecer, en asociación con las principales aseguradoras del mercado, una cartera personalizada para atender las necesidades de cobertura de los productos Honda, a un costo competitivo.

Ya sea para el segmento de motocicletas o automóviles, la marca ofrece cobertura de seguro contra colisión, incendio, robo, hurto y daños a terceros*, garantía de piezas genuinas y atención de la red de concesionarios Honda, además de asistencia 24 horas.

* Los beneficios pueden variar según la propuesta de cada aseguradora asociada.



Banco Honda y Honda Seguros completan el paquete de servicios de HSF

HondaJet

El HondaJet es fabricado Honda Company en Estados Unidos y comercializado desde 2015 por Líder Aviação en Brasil (representante local de ventas del jet ejecutivo en el país). Hasta diciembre de 2023, se habían entregado siete unidades del HondaJet en Brasil.

HondaJet, el jet de negocios más avanzado del mundo con ventajas excepcionales en rendimiento, confort, calidad y eficiencia, incorpora numerosas innovaciones tecnológicas en su diseño, incluida la exclusiva configuración

OTWEM - Over-The-Wing Engine Mount (motores en la parte superior de las alas) -, que mejora significativamente el rendimiento al reducir la resistencia aerodinámica.

El diseño OTWEM también reduce el ruido en la cabina, minimiza el ruido de contacto con el suelo, proporciona el mayor espacio interior entre los jets de negocios del mercado, así como el mayor maletero y un aseo completo a bordo.

Novedades del HondaJet en 2023

En octubre de 2023, Honda Aircraft Company anunció en uno de los principales eventos mundiales de aviación de negocios, NBAA-BACE (National Business Aviation Convention and Exhibition), el nombre oficial de su nuevo avión, HondaJet Echelon (hasta entonces denominado programa HondaJet 2600 Concept), así como la exposición conjunta, por primera vez, de la familia HondaJet y sus categorías de reactores superligeros y ligeros.

El HondaJet Echelon marca la entrada de Honda Aircraft Company en una nueva categoría de jets, con capacidad para alojar hasta 11 ocupantes. El modelo también

permite realizar vuelos transcontinentales eficientes, ya que es el primer jet ligero del mundo capaz de volar de una costa a otra de Estados Unidos (2.625 millas o 4.862 kilómetros), sin escalas.

El nombre Echelon traduce el camino visionario de la compañía para la próxima generación de jets ejecutivos, aportando nuevos niveles de eficiencia, sin dejar de lado todo el confort y la comodidad tan presentes en el ADN de Honda Aircraft Company.

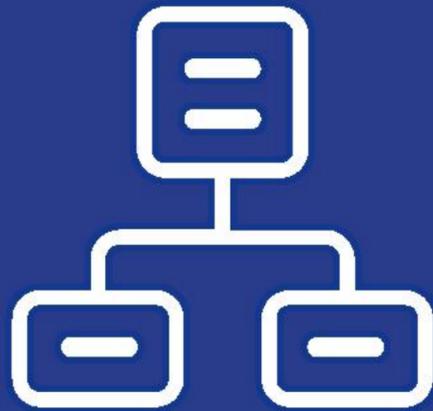
Además, en agosto de 2023, Honda Aircraft Company exhibió el HondaJet Elite II durante Labace, en el aeropuerto de Congonhas, en São Paulo, marcando el estreno del modelo en suelo brasileño.

El jet de negocios más avanzado del mundo, con desempeño, diseño, calidad y tecnología Honda.



Gobernanza Corporativa

06



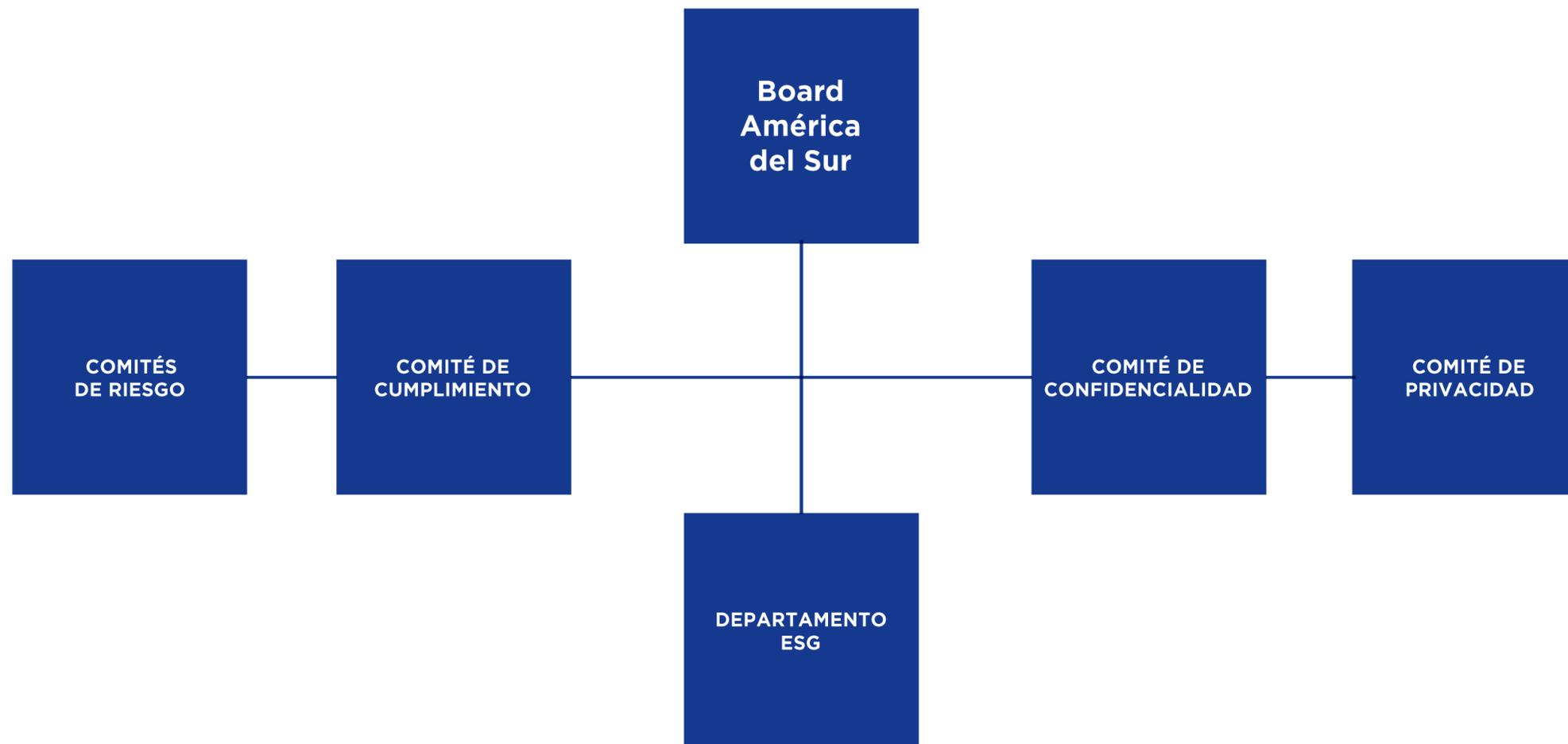
La adopción de principios éticos y transparentes para la gestión de los negocios, el mapeo de los riesgos inherentes a las actividades y el establecimiento de medidas preventivas y mitigadoras. Estas son las directrices del modelo de gobernanza corporativa de Honda.

La empresa considera que la ética y el respeto de la normativa y la legislación del sector son esenciales para la continuidad del negocio. Por ello, estos preceptos se aplican de forma transversal en todos los departamentos, orientando las decisiones empresariales y haciendo que las actividades sean más seguras y sostenibles.

En la gestión de la Gobernanza Corporativa, Riesgo y Conformidad, Honda monitorea y busca adoptar las mejores prácticas del mercado.

La responsabilidad por la gestión de la Gobernanza Corporativa dentro de Honda recae en el Departamento ESG, que sintetiza las palabras Medio Ambiente, Responsabilidad Social y Gobernanza Corporativa, y es responsable por coordinar todos los procesos de prevención y concienciación en el cumplimiento y respeto a las leyes y reglamentos en los que Honda South America opera.

El modelo de Gobernanza Corporativa de Honda South America abarca tres pilares de gestión que se interrelacionan para impulsar el crecimiento sostenible del negocio: gobernanza, riesgos corporativos y conformidad.



GOBERNANZA: Normas de conducta y ética empresarial



RIESGOS CORPORATIVOS Identificación y evaluación de riesgos potenciales para el negocio, definición de medidas para mitigar, eliminar o transferir los riesgos.



CONFORMIDAD: Conformidad con los requisitos legales, los reglamentos y las políticas, normas y procedimientos internos.

Buscando construir relaciones éticas con sus diversos públicos de interés, Honda adopta reglas sólidas que garantizan transparencia y seguridad para que la empresa sea clara en sus posiciones y decisiones. Con este fin, se han creado comités para tratar los principales temas de gobernanza (Riesgos, Cumplimiento, Ética, Confidencialidad y Privacidad), que están directamente vinculados al Consejo de Administración de América del Sur y son responsables de la toma de decisiones en las esferas económica, ambiental y social.



Gobernanza [GRI 102-18]

Honda basa sus decisiones en normas que deben ser observadas y aplicadas por todos los que actúan en su nombre. Para que la empresa goce de una posición de respeto y credibilidad, el modelo de gobernanza tiene en cuenta la transparencia administrativa, la inadmisibilidad de prácticas corruptas, la definición clara de responsabilidades y normas de conducta en situaciones específicas y el cumplimiento de los requisitos legales.

Haciendo honor a su integridad y transparencia en sus posiciones y decisiones, Honda garantiza la generación y el reparto de una riqueza consistente con sus grupos de interés en un horizonte a largo plazo.

Para ello, se han creado comités que se ocupan de las principales cuestiones de gobernanza.

Riesgos Corporativos

[GRI 102-11]

La durabilidad de los negocios de Honda depende del mapeo y monitoreo constante de los riesgos inherentes al negocio, en sus diferentes dimensiones.

Así, para cada uno de los riesgos potenciales identificados, el departamento de ESG coordina y establece medidas preventivas y mitigadoras junto con las áreas de negocio, con el objetivo de garantizar operaciones seguras, confiables y transparentes para los colaboradores y socios comerciales, reduciendo pérdidas financieras y evitando daños a la reputación de la marca.

El objetivo es gestionar el crecimiento sostenible basándose en las normas del mercado y en los riesgos con potencial para afectar a las operaciones en la región y a escala mundial. La evaluación tiene en cuenta los requisitos medioambientales, sociales, financieros, de salud y seguridad en el trabajo y de fiabilidad operativa, así como las cuestiones relativas a los socios comerciales.

En este sentido, la Política Global de Gestión de Riesgos de Honda, que abarca las

las actividades de Honda South America, tiene como objetivo impulsar el crecimiento sostenible de la empresa, con base en la filosofía de la compañía y todos los riesgos con potencial de impactar las operaciones en escala global. Honda cuenta con 11 políticas y documentos normativos relacionados con la gestión de riesgos.

Actualmente, el Código de Conducta es el instrumento más importante que orienta el comportamiento de los empleados, incluso en relación a la prevención y combate a los riesgos, y Honda posee políticas y documentos normativos complementarios sobre el tema.

Además, de acuerdo con los modelos globales de ERM (Enterprise Risk Management) del Grupo Honda, son aplicados procesos anuales de identificación y evaluación de riesgos en todas las filiales de América del Sur y, una vez reconocidos los riesgos primarios, son monitoreados de cerca con medidas preventivas para minimizar los eventos de materialización.

Conformidad:

[GRI 103-2, 103-3/419, 419-1]

Para garantizar la transparencia, la ética, la responsabilidad y un ambiente de trabajo seguro y libre de pérdidas financieras, así como evitar daños a la reputación de la marca y a la sociedad, Honda, a través de su Departamento ESG, gestiona todos los procesos relevantes.

Mediante el mapeo de los procesos relevantes y pruebas de los controles internos, es posible identificar riesgos y áreas críticas y elevar el nivel de responsabilidad y compromiso de la alta dirección de la empresa, así como cumplir con la certificación de la Ley Sarbanes Oxley americana.

Como forma de comunicación directa con la alta dirección de la empresa, los empleados pueden informar de cualquier incumplimiento del Código de Conducta y de las directrices corporativas a través de un canal de comunicación gestionado por el Comité de Cumplimiento de Honda. Este canal está disponible para todos los empleados de todas las unidades de Honda en América del Sur.

Con el fin de asegurar que todo el proceso descrito sea adecuadamente asertivo y con una mirada totalmente independiente, la División de Auditoría Interna desarrolla y aplica anualmente pruebas que puedan garantizar que las premisas del Código de Conducta están realmente funcionando en la empresa.

La evaluación del cumplimiento de la Gobernanza Corporativa de Honda se lleva a cabo de forma continua utilizando sistemas que adoptan estándares internacionales:



- **Sistema de gestión de procesos corporativos:** autoevaluación por parte de los directivos (100% directivos y superiores) de los sistemas y operaciones de los procesos.



- Sistema de gestión específico de procesos: controles internos sobre los procesos empresariales y tecnológicos relevantes (más de 100 subprocesos documentados y revisados anualmente), que están sujetos a certificación conforme a la Ley Sarbanes-Oxley de EE.UU. por parte de un auditor independiente.



- **Sistema de normas y conductas:** Políticas y procedimientos corporativos, disponibles en la intranet o en directorios de acceso público interno.



- **Sistema de protección de la privacidad de datos personales:** Políticas y normas corporativas, registro de las operaciones de tratamiento de datos personales y evaluación de los riesgos para la privacidad con vistas al cumplimiento de la Ley General de Protección de Datos.

Como resultado de las medidas adoptadas por Honda, en el último año no se han producido incidentes relacionados con el incumplimiento de leyes y reglamentos sociales y económicos asociados a las operaciones en Brasil.



- **Estructura del código de conducta, confidencialidad de la información y norma formal de conducta:** todo ello difundido a través de la formación y la gestión.



- **Estructura independiente de Auditoría Interna:** la División de Auditoría Interna de HSA debe desempeñar una función compatible con el Modelo de las Tres Líneas, actuando en la tercera línea de defensa, cuyo papel es proporcionar evaluación y asesoramiento independientes y objetivos sobre la adecuación y eficacia de la gobernanza y la gestión de riesgos. Esto se logra aplicando procesos sistemáticos y disciplinados, experiencia y conocimientos. Informa de sus conclusiones a la dirección y al órgano de gobierno para promover y facilitar la mejora continua. La independencia de la auditoría interna con respecto a las responsabilidades de la gestión es fundamental para su objetividad, autoridad y credibilidad.

Canal de Ética [GRI 102-17]

En apoyo a las medidas adoptadas para garantizar el cumplimiento en todas las actividades de Honda, la empresa cuenta con un Canal de Ética que posibilita la comunicación directa entre los empleados y la dirección de la empresa.

El objetivo es recibir opiniones, críticas, quejas, denuncias y consultas relacionadas con los temas tratados en el Código de Conducta y Políticas.

Las denuncias presentadas a través del Canal de Ética se someten a la evaluación y actuación del Comité de Cumplimiento, cuya misión es velar por la mejora continua de las normas basadas en principios éticos.

El funcionamiento del Comité de Cumplimiento está regulado en un reglamento interno.

Cumplimiento de la Ley General de Protección de Datos

El sistema de Honda para la protección de la privacidad de los datos personales es totalmente conforme con la Ley General de Protección de Datos, basado en Políticas y Normas de Privacidad (Data Mapping, Informe de Impacto, Incidente de Seguridad, Privacy by Design, entre otras normas) para regular mejor las operaciones de tratamiento de



datos personales y evaluar los riesgos para la privacidad. Además, para concienciar sobre el tema, se imparten cursos de formación obligatorios para todos los niveles de la organización y, con el fin de llegar a la alta dirección sobre la importancia del tratamiento de los datos personales, el tema se aborda en un taller al que asisten más de 400 gestores. Todas estas actividades están dirigidas a cumplir la ley y demuestran el compromiso de Honda con sus grupos de interés.

Código de Conducta

[GRI 102-17]

Para garantizar y orientar el cumplimiento de las operaciones de Honda, el Código de Conducta de la empresa se guía por valores éticos y tiene directrices claras sobre los procesos necesarios y el comportamiento que se espera de los empleados.

En 2023, la capacitación sobre el Código de Conducta ya abarcaba a 6.137 empleados activos en todas las unidades de negocios de América del Sur.

Este código también establece una serie de políticas corporativas responsables de combatir conductas ilegales, como el trabajo esclavo, prevenir el blanqueo de dinero y el fraude, la corrupción y las prácticas que violan la ley de competencia.

Política de prevención de Soborno y Corrupción [GRI 103-2, 103-3/205]

La Política de Prevención de Soborno y Corrupción determina la posición de la empresa respecto a la ética empresarial.

Además de la prevención de la corrupción con organismos públicos, la Política Global de Prevención de Soborno y Corrupción de Honda incluye en su alcance directrices para prevenir prácticas de soborno y corrupción en las relaciones de Honda con sus socios comerciales. Con la finalidad de reforzar el compromiso de la empresa con prácticas



de antisoborno y corrupción, Honda envió en 2023 una declaración con las principales directrices adoptadas por la empresa para la prevención de prácticas de soborno y corrupción para toda su cadena de suministro.

Internamente, Honda difunde las directrices contenidas en la Política de Prevención de la Corrupción a través de formación y comunicaciones. Hasta el 2023, cerca de 2.737 empleados activos

La Política de Prevención de Soborno y Corrupción determina la posición de la empresa respecto a la ética empresarial

habían completado la capacitación sobre prevención de soborno y corrupción, disponible en la plataforma de E-learning. Además, la Política está disponible para consulta de todos los empleados de todas las unidades de Sudamérica en la intranet o en sus propios directorios para acceso del público interno.

La aplicación de las directrices establecidas en la Política de Prevención del Soborno y la Corrupción se evalúa anualmente, a través de procesos de control interno certificados conforme a la Ley Sarbanes-Oxley y de un cuestionario de autoevaluación aplicado a los gestores.

Con el objetivo de prevenir y evitar que los productos ofrecidos por Honda sean utilizados para fines de blanqueo de capitales, financiación del terrorismo u ocultación de activos, Honda actualizó en el 2022 su Política de Prevención de Blanqueo de Capitales y Financiación del Terrorismo (PLD/FT).

Fueron establecidos procedimientos a ser realizados para identificar, calificar y desarrollar un abordaje de monitoreo en operaciones que involucren un mayor riesgo de lavado de dinero. El contenido de esta política se difundió mediante formación disponible en la plataforma de educación en línea.

Honda busca fortalecer la cultura de combate a las actividades anticompetitivas, a través de la divulgación de la Política en todas las unidades de negocio

Combate a las prácticas anticompetitivas [GRI 205-2]

En lo que se refiere al combate a las prácticas anticompetitivas, Honda tiene una Política de Defensa de la Competencia, que define medidas para prevenir violaciones del orden económico que involucren operaciones, prácticas comerciales e interacciones con socios comerciales y/o competencia, directamente o por medio de asociaciones comerciales.

Además, la empresa busca fortalecer la cultura de combate a las actividades anticompetitivas, divulgando la Política de Defensa de la Competencia en todas las unidades de negocio.

En 2023, se realizó una encuesta para identificar las áreas que participan en reuniones de entidades de clase, con el objetivo de realizar capacitaciones sobre la Política de Defensa de la Competencia. Como resultado, el 100% de los empleados que participan en reuniones de entidades de clase recibieron la formación.

Honda también considera de gran importancia fortalecer las relaciones con los consumidores, empleados, socios y la comunidad, buscando mantener relaciones de responsabilidad y confianza para ser una empresa cuya existencia sea deseada por la sociedad.



Además de dedicarse a ofrecer productos y servicios de la más alta calidad a precios justos, con vistas a la satisfacción del cliente, Honda también se dedica a ser una empresa socialmente responsable, llevando a cabo diversas actividades sociales (más información en la página 78). Para ello, estableció una política con directrices y procedimientos para las acciones sociales realizadas por Honda en todas sus unidades de América del Sur.

Todas las normas y políticas mencionadas están disponibles para consulta de todos los empleados en el portal interno.

Informe de Rendimiento

- > MEDIO AMBIENTE
- > SEGURIDAD
- > CALIDAD
- > PERSONAS
- > MOVILIDAD E INNOVACIÓN

07



Medio Ambiente

Minimizar el impacto medioambiental de sus operaciones, crear productos cada vez más respetuosos con el medio ambiente y revisar las actividades corporativas. Esta es la premisa de Honda y sobre esta base la empresa ha guiado sus acciones.

En su visión a largo plazo, la creación de una sociedad libre de carbono es una de las directrices clave de la estrategia de sostenibilidad de la empresa, que pretende alcanzar la neutralidad de carbono en todos sus productos y operaciones corporativas para 2050. Todas las filiales de Honda en el mundo están comprometidas con esta directriz.

Para lograr este objetivo, la empresa ha estado trabajando bajo el concepto de Triple Acción para Cero, centrado en tres áreas:

NEUTRALIDAD DE CARBONO: emisiones de CO₂, Cero emisiones para el 2050

Para hacer frente a los problemas relacionados con el cambio climático, Honda está trabajando hacia la meta de limitar el aumento de la temperatura media global a 1,5°C por encima de los niveles preindustriales, que existían antes de la Revolución Industrial, mediante la reducción de las emisiones de carbono de las actividades corporativas y en todo el ciclo de vida del producto.

ENERGÍA LIMPIA: 100% de uso de energía libre de carbono para 2050

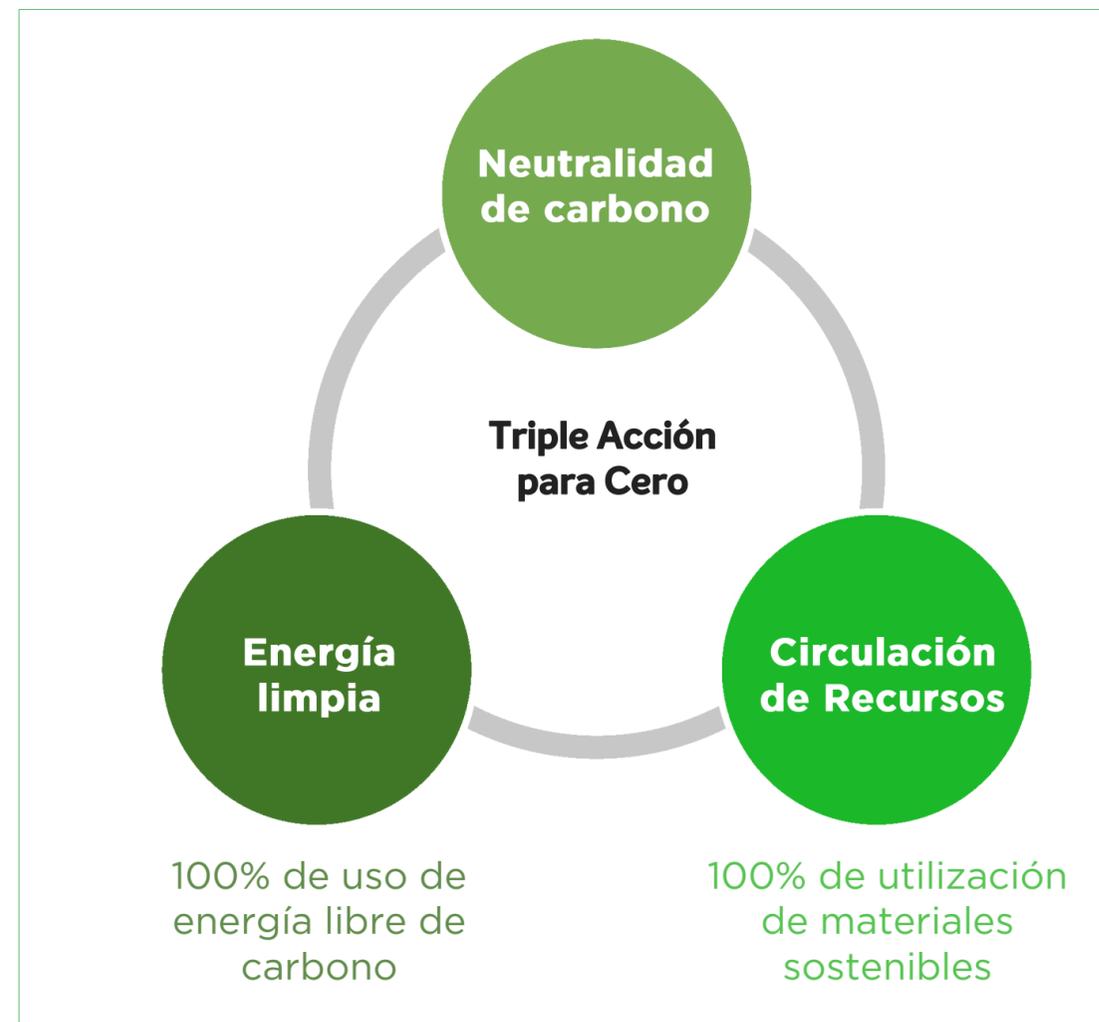
Para abordar los problemas energéticos, Honda irá un paso más allá de su iniciativa convencional para reducir el riesgo energético y pretende utilizar energía limpia tanto durante el uso de los productos como en las actividades corporativas.

CIRCULACIÓN DE RECURSOS: utilización del 100% de materiales sostenibles para 2050

Para abordar el uso eficaz de los recursos, Honda investiga el reciclaje de materiales, incluyendo la reutilización y el reciclaje de baterías.

Más allá de su iniciativa para reducir los riesgos relacionados con los recursos y el desecho de residuos, Honda tiene el reto adicional de desarrollar productos que utilicen materiales sostenibles con un impacto medioambiental cero.

Además, Honda trabaja con el concepto Green Factory, que se aplica en todas sus unidades de fabricación para gestionar los residuos, la eficiencia energética, el uso racional del agua y la reducción de las emisiones atmosféricas. Del mismo modo, el concepto se aplica a las operaciones logísticas a través de la Logística Verde, cuyo objetivo es reducir el volumen de embalajes y maximizar el transporte con almacenes flotantes.



Honda también cuenta con una Oficina Verde, cuyo objetivo es implicar a los empleados en la recogida selectiva de residuos y el uso racional de los recursos. El concepto también se aplica a toda la cadena, incentivando a los concesionarios y proveedores, que también son orientados y evaluados en su actuación medioambiental, extendiendo el compromiso de la marca a toda la cadena de producción.

Emisiones [GRI 103-2, 103-3/305]

Como ya se ha mencionado, Honda ha declarado el objetivo global de alcanzar la neutralidad de carbono en sus productos y actividades corporativas para el 2050. Este compromiso guía la definición de objetivos en la producción y las actividades corporativas y en los niveles de emisión de productos y servicios. Mejorar el rendimiento medioambiental de los productos de la marca es una de las iniciativas clave para materializar la visión de una sociedad sin emisiones de carbono.

A nivel mundial, Honda ha estado invirtiendo para mejorar el rendimiento medioambiental de sus motores de combustión y para desarrollar y comercializar nuevos modelos con tecnologías de propulsión electrificadas, como los vehículos eléctricos de batería (BEV), los vehículos eléctricos híbridos (HEV) y los vehículos eléctricos de pila de combustible de hidrógeno (FCEV).

La política de Honda es adoptar la tecnología adecuada en el lugar adecuado y en el momento oportuno. De esta forma, la empresa decide el tipo de motorización más adecuado para cada región, teniendo en cuenta las diferencias en las políticas públicas y reglamentaciones, la matriz energética, la infraestructura disponible y las características del mercado consumidor.

En Brasil, Honda continúa mejorando el desempeño ambiental de su línea de productos, tanto motocicletas como automóviles. Un ejemplo son los modelos New City, New City Hatchback y New HR-V, que tienen motor 1.5 DI DOHC i-VTEC con Inyección Directa, que combina gran desempeño con bajo consumo de combustible y menores emisiones contaminantes, garantizando excelente conducción combinada con eficiencia energética.

En lo que se refiere al consumo de combustible, el New City se destaca. Según el Programa Brasileiro de Etiquetamento de Veículos (PBEV), el New City consume 9,2/13,1 km/l (etanol/gasolina) en ciudad y 10,5/15,2 km/l en autopista - respectivamente, el New City Hatchback registró 9,1/13,3 y 10,5/14,8 km/l. Con estas cifras, ambos obtuvieron una calificación A en el PBEV dentro de sus categorías.

Honda sigue mejorando el rendimiento medioambiental de su gama de productos





Electrificación

Honda ha dado otro paso importante en la introducción de productos electrificados en su gama en Brasil y ha lanzado en enero de 2023 el nuevo Civic Advanced Hybrid, que representa un salto adelante en términos de tecnología y construcción. El Civic Advanced Hybrid es el segundo modelo electrificado de la compañía que llega al país. El primero fue el Honda Accord, en 2021, que recibió una versión actualizada en Brasil en octubre de 2023 como Honda Accord Advanced Hybrid, trayendo aún más tecnología, seguridad y motorización de alta eficiencia.

Además, en febrero de 2024, Honda lanzó la nueva generación del SUV importado CR-V, que llegó a su 6ª generación con la adopción de tecnología híbrida exclusiva. Buque insignia entre los SUV de la marca, el CR-V Advanced Hybrid es un referente de eficiencia, dinamismo, fiabilidad y tecnología punta orientada a la seguridad y el bienestar de sus usuarios.

La tecnología híbrida de Honda -e:HEV- cuenta con un sistema único compuesto por dos motores eléctricos (un generador y un motor de propulsión) y un motor de combustión, ofreciendo tres posibles modos de funcionamiento: sólo eléctrico, híbrido y de combustión. El sistema elige automáticamente el modo de funcionamiento que ofrece la mejor relación entre rendimiento y bajo consumo, en función de las condiciones de la carretera.

Electrificación

En consonancia con las directrices globales de Honda Motor, las unidades de Honda América del Sur se han fijado la meta de trabajar para reducir el consumo efectivo de electricidad y analizar la posibilidad de diversificar las fuentes de energía. El parque eólico Honda Energy es el principal ejemplo de este compromiso.

Reducción de emisiones de GEI [GRI 305-5]

En comparación con 2022, se observa un aumento considerable en el volumen de reducción de emisiones de CO₂, con una reducción de emisiones de 6.769,90 tCO₂e en su operación, considerando el consumo de electricidad y combustibles (diesel, gasolina, GLP, gas natural y etanol) de proyectos específicos.



Para este resultado, se destacan los proyectos de Moto Honda da Amazônia que, desde abril de 2023, tiene el 100% de la electricidad de su planta proveniente de energía renovable, a través de la compra de certificados I-REC, en línea con el objetivo global de neutralidad de carbono para el 2050.

Cada año, Honda desarrolla proyectos destinados a reducir las emisiones de CO₂ de sus empresas. El resultado de 2023 también es fruto de proyectos como la energía obtenida del parque solar (HAR), el cambio de equipos antiguos por equipos nuevos y más eficientes, y el cambio de sistemas de iluminación por sistemas LED.

Reducción de emisiones de GEI [GRI 305-5]



VOLUMEN DE REDUCCIONES (tCO₂E)

Tecnología Flex en motocicletas

La constante evolución técnica de las motos responde a la filosofía de respeto al medio ambiente, y un ejemplo destacado es la tecnología FlexOne. Se trata de una iniciativa sin precedentes en el sector a nivel mundial, que ha permitido a las motocicletas utilizar gasolina y/o etanol en cualquier proporción, preservando características de funcionamiento y durabilidad de referencia. Honda fue pionera en presentar al mercado esta importante innovación tecnológica, que fue muy bien recibida por los brasileños.

El proyecto, desarrollado en Japón con la participación de ingenieros brasileños, tuvo como objetivo crear un motor con el menor impacto posible sobre el medio ambiente. La tecnología FlexOne fue desarrollada especialmente para el mercado brasileño e introducida en el país con el CG 150 Titan Mix.

Actualmente está presente en ocho motos de la gama: Biz 125, CB 300F Twister, CG 160 Titan, CG 160 Fan, CG 160 Cargo, NXR 160 Bros, XRE 190 y Sahara 300, que representan alrededor del 60% del volumen producido cada año.

Desde 2009, año en que se implantó la tecnología, más de 8 millones de unidades FlexOne han salido de la línea de producción de la fábrica de Manaus (AM). Año tras

+ de
8 millones de unidades
FlexOne han sido
producidas por Honda
desde 2009



año, la motocicleta nacional ha ganado en robustez, eficiencia, economía y se ha convertido en un producto conocido mundialmente por su altísima calidad.

En el inicio de la década de 2000, la implementación del Programa de Control de la Contaminación Atmosférica causada por Motocicletas y Vehículos Similares (Promot) estableció metas de reducción de emisiones contaminantes, lo que resultó en la progresiva adecuación a los más rígidos estándares internacionales.

La quinta fase de Promot, que entró en vigor en enero de 2023, tiene como objetivo la adecuación a la norma Euro 5, paso definitivo para la integración de la motocicleta nacional en las cadenas globales de comercio.

En este sentido, Moto Honda se alinea con las recomendaciones y directrices de la norma para reducir las emisiones contaminantes. El etanol es un combustible natural y renovable ampliamente disponible en Brasil, y durante su crecimiento, la caña de azúcar absorbe de la atmósfera el dióxido de carbono necesario para la fotosíntesis.

Evolución de los indicadores de emisiones

Emisiones directas e indirectas de gases de efecto invernadero (GEI) en tCO₂e

[GRI 305-1; 305-2]

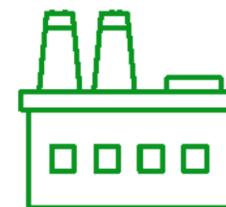
Con el fin de entender, cuantificar y gestionar sus emisiones, Honda utiliza una metodología internacional estandarizada llamada GHG Protocol y participa anualmente del Programa Brasileño GHG Protocol, publicando los Inventarios de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero de sus unidades en Brasil (HDA y HAB).



Al analizar las emisiones de Honda América del Sur, se observa un aumento de las emisiones de alcance 1, debido principalmente al aumento de la producción en las unidades de Moto Honda da Amazônia, Honda de Argentina y Honda Automóveis do Brasil.

Los combustibles que más contribuyeron al resultado fueron el gas natural y la gasolina. El gas natural registró un aumento de alrededor del 8,5% en comparación con 2022, sobre todo relacionado con el aumento de la producción de automóviles en Honda Automóveis do Brasil y del 10% en la producción de motocicletas en Moto Honda da Amazônia, Honda Selva del Perú y Honda Argentina (comparación de 2023 con 2022).

Al analizar el indicador de consumo de energía por unidad producida, se observa que los procesos siguieron siendo prácticamente igual de eficientes en cuanto al consumo de gas natural (una media de 0,02ton-CO₂/unidad).



ÁMBITO 2**

EMISIONES DIRECTAS BRUTAS DE GEI (tCO₂e)

2022

10.520,35
tCO₂e

2023

2.525,56
tCO₂e

**Las emisiones directas de GEI de alcance 2 consisten en la suma de las emisiones provenientes del consumo de energía eléctrica de las unidades sobre las cuales Honda América del Sur tiene control operacional (HAB Sumaré, HAB Itirapina, HSF, HDA, HAR, HDP, HSP, HMDC) para el período del 1 de enero de 2023 al 31 de diciembre de 2023.

La metodología utilizada para este cálculo fue la misma que la usada por el GHG Protocol/IPCC Tool.

Con relación al ámbito 2, las unidades de Honda vienen esforzándose para aumentar la participación de las energías renovables en su matriz energética. Por eso, han puesto en marcha nuevas alternativas, como la compra de certificados I-REC y compra de energía procedente de fuentes renovables en el mercado libre.

A modo de ejemplo, en 2022 Honda Argentina firmó una alianza con la empresa YPF para abastecer a la fábrica de Campana, Provincia de Buenos Aires, con energía renovable por un período de cinco años, que cubrirá el 100% de su demanda de electricidad.

YPF Luz suministra energía renovable desde el parque solar de Zonda y cubre el 100% de las necesidades de electricidad de la planta de Honda en Argentina.

Además, desde abril de 2023, Moto Honda da Amazônia neutraliza el 100% de su consumo de electricidad mediante la compra de certificados de energía renovable (I-REC) y la adquisición de energía procedente de fuentes renovables en el mercado libre.

Estas y otras acciones están en sintonía con el objetivo global de la compañía de alcanzar la neutralidad de carbono para todos los productos y actividades corporativas para el 2050.



ÁMBITO 1*

EMISIONES DIRECTAS BRUTAS DE GEI (tCO₂e)

2022

27.715,84
tCO₂e

2023

29.456,03
tCO₂e

* Las emisiones directas de GEI del ámbito 1 consisten en la suma de las emisiones provenientes del consumo de combustibles (diesel, gasolina, etanol, gas natural, GLP) en las unidades de Honda América del Sur (HAB Sumaré, HAB Itirapina, HDA, HAR, HDP, HSP, HSF, HMDC) del 1 de enero de 2023 al 31 de diciembre de 2023.

La metodología utilizada para este cálculo fue la misma que la usada por el GHG Protocol/IPCC Tool.

Emisiones de GEI

Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI)

[GRI 305-4]

Para calcular la intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero, se suman las emisiones de CO2 de Ámbito 1 y 2 de las unidades fabriles y el resultado se divide por el número de unidades producidas en Honda América del Sur del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023 en las plantas de producción de Honda América del Sur (HAB Sumaré, HAB Itirapina, HDA, HAR, HSP).

A pesar del aumento de la actividad productiva en las plantas de Honda en América del Sur en 2023, ha habido una disminución de las emisiones de GEI en el último año, debido a la

adquisición de electricidad renovable por Moto Honda da Amazônia y Honda Argentina.

Además, las fábricas de Honda en América del Sur buscan siempre promover mejoras en el uso de sus combustibles, por ejemplo, con proyectos de reducción del consumo por medio de la sustitución de tecnologías y/o búsqueda de combustibles más sostenibles (biogás, etanol, etc.).

De esta forma, Honda South America se mantiene en sintonía con las directrices globales de la empresa, con el objetivo de alcanzar la neutralidad de carbono en 2050.



Emisiones de NOx, SOx y otras emisiones atmosféricas significativas

[GRI 305-7]

En 2023, fueron emitidas 1.209,27 toneladas de COV (Compuesto Orgánico Volátil). Se trata de una disminución en comparación con 2022, debido a la mejora y automatización de los procesos de pintura y al desmantelamiento de líneas de pintura con tecnología obsoleta en Moto Honda da Amazônia, lo que se traduce en una reducción del consumo de productos a base de disolventes y, en consecuencia, de las

emisiones de Compuestos Orgánicos Volátiles.

Para estimar esta cantidad emitida por las unidades de Honda América del Sur, se está considerando el 65% del valor total de los productos a base de solventes adquiridos en el período en cuestión (pintura, barniz, imprimación, catalizador, diluyentes, etc.).

VOLUMEN DE EMISIONES	2022	2023
NOx	(-)	(-)
SOx	(-)	(-)
Contaminantes orgánicos persistentes (COP)	(-)	(-)
Compuestos orgánicos volátiles (COV)	1.500,79 toneladas	1.209,27 toneladas
contaminantes peligrosos del aire (HAP, por su sigla en inglés)	(-)	(-)
Partículas en suspensión (PM, por su sigla en inglés)	(-)	(-)
Otras categorías (si procede)	(-)	(-)

Parque Eólico Honda Energy: producción sostenible de más de 1 millón de automóviles con electricidad limpia

Honda se ha esforzado por cumplir el objetivo global de lograr la neutralidad de carbono en sus productos y actividades corporativas para el año 2050. El parque eólico Honda Energy es un gran ejemplo de ello.

El emprendimiento fue inaugurado en noviembre de 2014 y está ubicado en la ciudad de Xangri-Lá (RS).

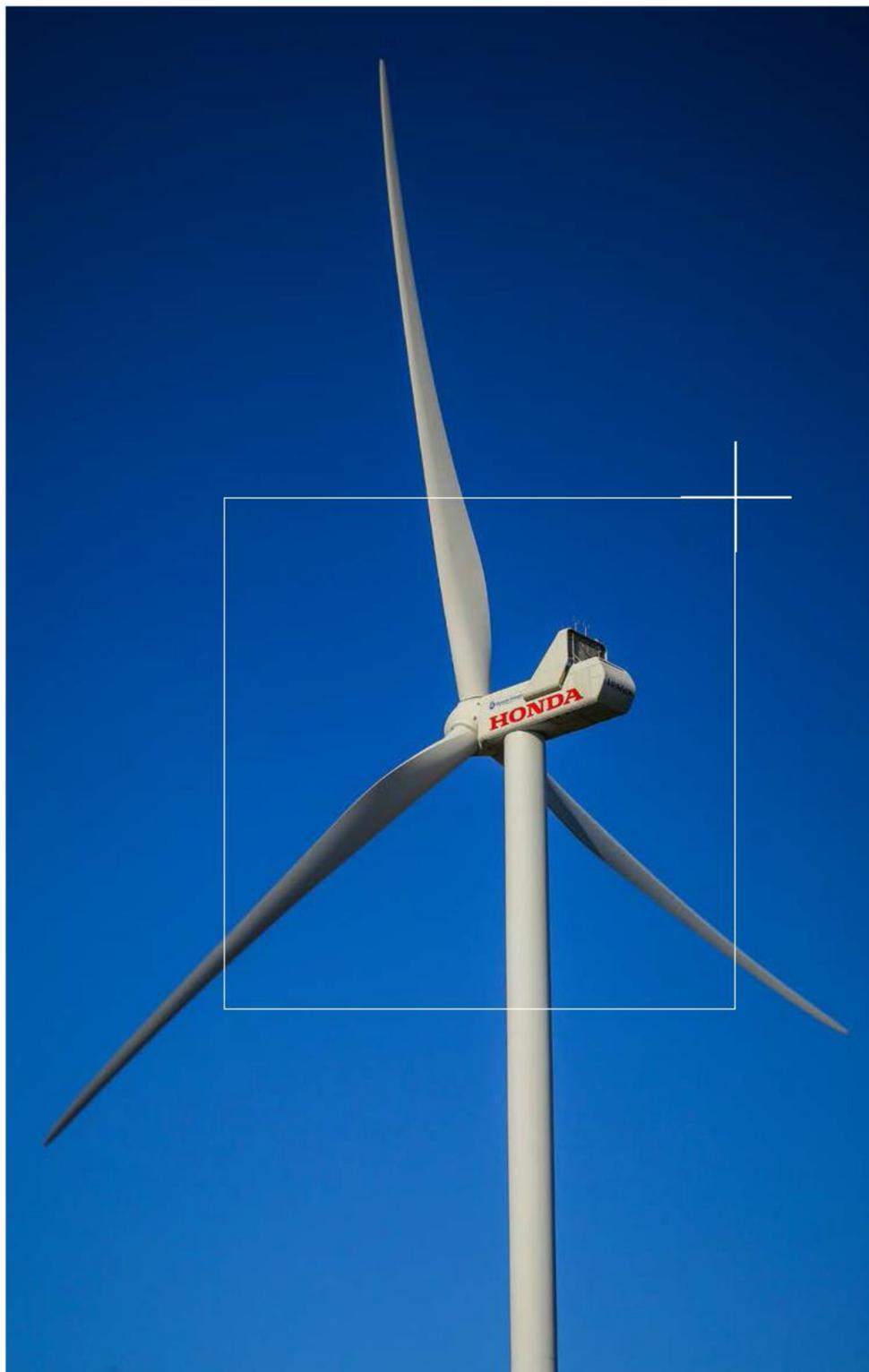
La operación abastece toda la demanda de electricidad de las unidades de fabricación de automóviles en el interior de São Paulo, así como la oficina administrativa en São Paulo (SP).

En noviembre de 2020, Honda amplió su desarrollo para incluir diez turbinas y una capacidad instalada de 31,7 megavatios (MW).

Entre enero y diciembre de 2023, el parque alcanzó el hito de 75.000 MWh de energía generada.

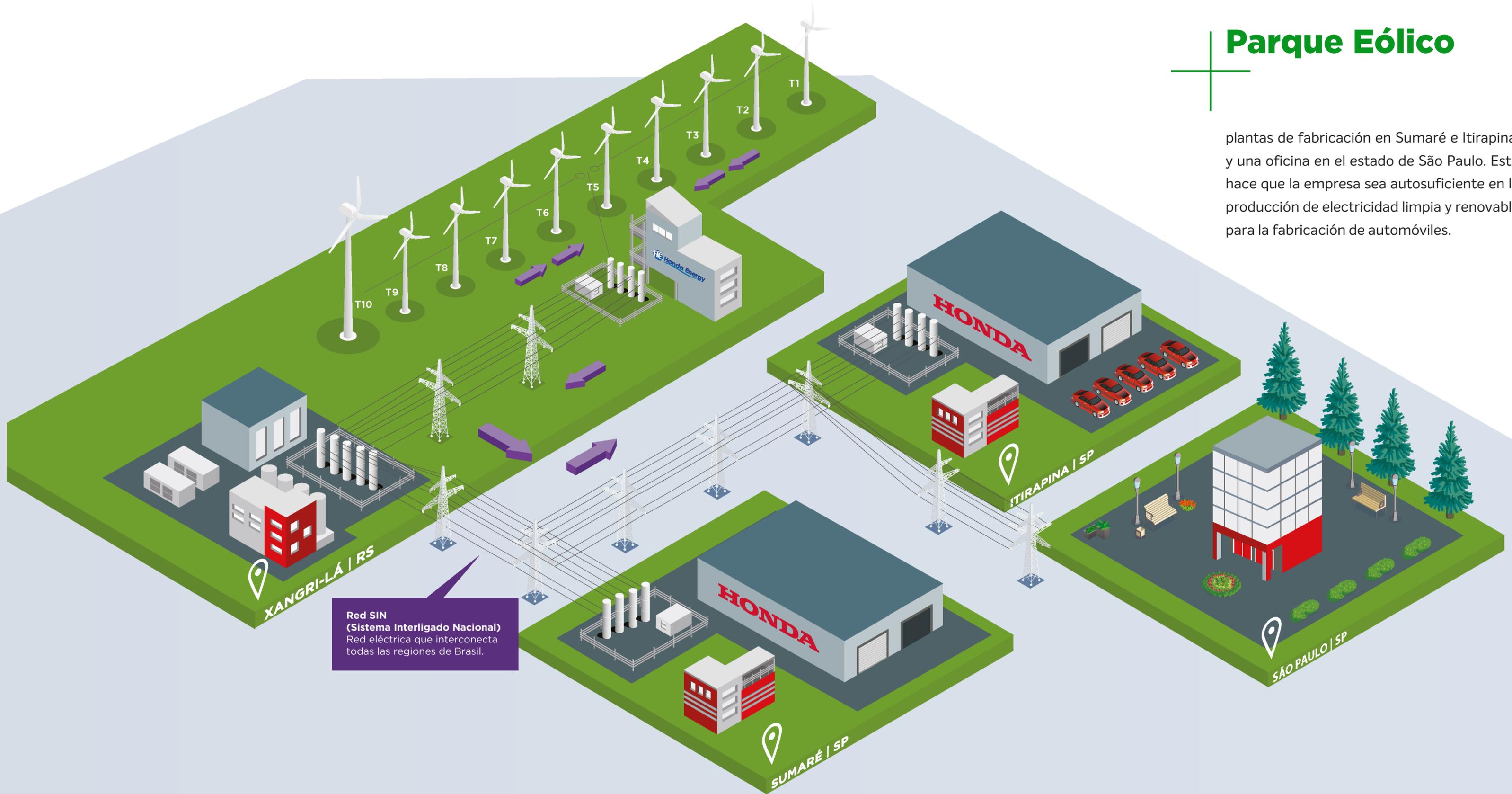
Desde el inicio de las operaciones, se han dejado de emitir a la atmósfera más de 47.000 toneladas de CO₂ y ya se han generado unos 720.000 MWh de energía, lo que ha permitido la producción sostenible de más de 1 millón de automóviles con electricidad limpia.

El proyecto ha generado más de 720.000 MWh de electricidad limpia, permitiendo la producción sostenible de más de 1 millón de automóviles



Parque Eólico

plantas de fabricación en Sumaré e Itirapina, y una oficina en el estado de São Paulo. Esto hace que la empresa sea autosuficiente en la producción de electricidad limpia y renovable para la fabricación de automóviles.



Red SIN
(Sistema Interligado Nacional)
Red eléctrica que interconecta todas las regiones de Brasil.

Operaciones ecoeficientes

[GRI 103-2, 103-3/302-1]

Honda realiza evaluaciones frecuentes de sus instalaciones, priorizando siempre el uso de la luz natural y de otros recursos respetuosos con el medio ambiente. Los indicadores ambientales son monitoreados y analizados mensualmente por las áreas de planificación y gestión ambiental de las plantas y, en los casos en que se detecta que el consumo es muy diferente de los objetivos establecidos, se realizan análisis PDCA (*Plan, Do, Check and Act*, en español, Planificar, Hacer, Verificar y Actuar) para identificar las causas y establecer medidas preventivas y correctivas.

Para garantizar la estandarización de los informes y análisis entre las unidades de Honda, los valores de energía son convertidos en Gigajulios (GJ) utilizando los factores propuestos por la Herramienta GHG Protocol y alineados con las premisas del IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change).

En 2023, hubo un mayor consumo total de combustibles, electricidad y energía como resultado del aumento de la actividad productiva en las plantas de Honda South America.

	2022	2023
Consumo total de combustibles no renovables (GJ)	478.598,07	510.412,88
Consumo total de combustibles renovables (GJ)	13.508,77	12.860,62
Consumo de electricidad (GJ)	891.559,05	927.544,30
Consumo total de energía (GJ)	1.383.665,89	1.450.817,81

Los valores reportados se refieren al consumo de las unidades Honda América del Sur (HAB Sumaré, HAB Itirapina, HDA, HAR, HDP, HSP, HSF, HMDC) en el período del 1 de enero de 2023 al 31 de diciembre de 2023, en Electricidad; Combustibles no renovables: diesel, gasolina, GLP, gas natural, CO2; y Combustible renovable: etanol y biodiesel.

Índice de Intensidad Energética

[GRI 302-3]

El índice de intensidad energética registrado en 2023 por las unidades fabriles de Honda South America fue de 0,96 GJ/unidad.

Honda South America está alineada con las directrices globales de la empresa, con el objetivo de alcanzar la neutralidad de carbono en 2050. Así, tiene la meta de reducir su consumo de energía por unidad producida en comparación con el período fiscal anterior.

Honda South America está en sintonía con las directrices globales de la empresa, **con el propósito de alcanzar la neutralidad de carbono hasta 2050**

Índice de Intensidad Energética



El cálculo de este índice considera el consumo de energía eléctrica y combustibles como diesel, biodiesel, gasolina, etanol, GLP, gas natural y CO2 del 1 de enero de 2023 al 31 de diciembre de 2023 en las unidades productivas de Honda South America (HAB Sumaré, HAB Itirapina, HDA, HAR, HSP).

Reducción del consumo de energía [GRI 302-4]



El resultado de la reducción corresponde a la suma de las reducciones de todos los proyectos implantados en las unidades productivas de Honda South America. Base para conversión a GJ - Herramienta GHG Protocol/IPCC.

En el 2023, hubo una reducción menor de GJ si comparada al 2022, debido a la reducción del número de proyectos realizados.

A pesar de este resultado, las unidades de Honda en América del Sur han continuado implementando proyectos que han ayudado a los resultados, como la sustitución de equipos ineficientes, la implementación de comités ambientales así como campañas de concienciación, entre otros.

En consonancia con las directrices globales de Honda Motor, las unidades de Honda América del Sur se han fijado la meta de trabajar para reducir el consumo efectivo de electricidad y analizar la posibilidad de diversificar las fuentes de energía.

El parque eólico Honda Energy es un ejemplo de esta gestión. Esta iniciativa, sumada a los esfuerzos de las unidades Honda Argentina y Moto Honda da Amazônia para adquirir parte de su electricidad de fuentes renovables, como parques de energía solar, hace que Honda América del Sur tenga hoy cerca del 81% de su electricidad proveniente de fuentes limpias.

Uso racional del agua [GRI 103-2, 103-3, 303-1]

Con el fin de establecer una relación equilibrada con el medio ambiente y el uso de los recursos naturales, **Honda mantiene las mejores prácticas del sector y sigue toda la normativa aplicable a sus actividades.**

Con relación al uso del agua, las unidades de Honda buscan optimizar el uso de este recurso e implementar las mejores soluciones para el tratamiento de efluentes.

El consumo de agua aumentó en 2023 debido al aumento de la actividad productiva en las unidades de Moto Honda da Amazônia, Honda Automóveis do Brasil y Honda da Argentina. Al comparar el volumen de consumo de agua con el volumen de producción, se observa un consumo proporcional.

Además, desde 2021, Moto Honda da Amazônia está reestructurando su sistema interno de medición de agua, implantando la medición sectorial y corrigiendo las desviaciones, lo que puede suponer un aumento en comparación con otros años. **Las mejoras en las instalaciones se están volviendo esenciales para que los procesos de producción sean más eficientes, ya que, una vez medidos, es posible identificar los desperdicios y formular estrategias para seguir mejorando la cadena de producción en consonancia con las hipótesis y estrategias medioambientales a largo plazo.**

A través de proyectos de mejora continua, como la reutilización del agua en algunos procesos productivos, el cambio de sistemas y el mantenimiento de equipos, Honda pretende reducir el consumo de agua y evitar el desperdicio.



FUENTE	2022	2023
Aguas superficiales	44.000,00	-
Aguas subterráneas	1.513.003,58	1.714.765,51
Aguas pluviales	-	-
Efluentes de otra organización	-	-
Suministro por servicios de agua públicos o privados	10.151,31	8.550,56
Agua recuperada	-	1.610,80
TOTAL	1.567.154,89	1.724.926,87

Acciones de Honda para preservar los manantiales y el uso consciente del agua

En su fábrica de motocicletas en Manaus (AM), Honda reutiliza el agua de lluvia en los sanitarios, generando un ahorro medio de 800 mil litros/mes, lo que equivale al consumo diario de 230 personas.

Los lavabos de la empresa tienen grifos de cierre automático y reductores de caudal de agua, que ayudan a reducir el consumo en cerca de un 70%. Además, el agua del proceso de generación de aire comprimido se recoge en una cisterna y se reutiliza para refrigerar los procesos de producción, lo que genera un ahorro de unos 700.000 litros al año.



Estación de Tratamiento de Efluentes (ETE)

Considerada una de las más modernas de América del Sur entre las unidades Honda, la Estación de Tratamiento de Efluentes (ETE) de Moto Honda da Amazônia trata 1.722 m³/día de efluentes, con capacidad de hasta 2.500 m³/día.

Después de ser utilizada en los procesos productivos, comedores y baños, el agua pasa por un riguroso proceso de purificación antes de ser devuelta al medio ambiente.

En este proceso de tratamiento, los elementos químicos del agua se separan y se envían al tanque de tratamiento bio-

lógico para unirse a los lodos activados, que son el resultado del tratamiento para destruir los contaminantes orgánicos.

A continuación, el agua sometida al proceso de desinfección se dirige a la laguna de estabilización.

Parte del efluente final tratado se reutiliza para regar jardines, en los procesos industriales de limpieza de piezas y de limpieza de la planta; y la otra parte se devuelve a la naturaleza, contribuyendo a la preservación del ecosistema de Igarapés.

La Estación de Tratamiento de Efluentes de Moto Honda en Manaus es considerada **una de las más modernas de América Latina** entre las unidades de la empresa



Gestión de residuos y reciclaje

[GRI 103-2, 103-3, 306; 306-2]

Honda aplica el concepto de las 3R en todas sus operaciones: Reducir, Reutilizar y Reciclar. De esta forma, la empresa gestiona los residuos procedentes de sus actividades y centra sus esfuerzos en el perfeccionamiento de los procesos de producción mediante el desarrollo de nuevas tecnologías orientadas a la reducción, la reutilización y el reciclaje.

en comparación con 2022, debido principalmente al aumento de la actividad de producción. Si nos fijamos en la intensidad de residuos generados por unidad producida, se puede observar un descenso del 4,3% en los residuos generados por unidad producida en Sudamérica.

Honda es una empresa comprometida con la reducción y mitigación del impacto de sus actividades en el medio ambiente. Todas sus unidades en América del Sur promueven la recolección selectiva de residuos, desarrollan proyectos destinados a reducir y eliminar los residuos generados por sus actividades, promueven mejoras en la gestión de los residuos generados en los procesos productivos, tales como a aplicación del concepto TWM (acrónimo de «Total Waste Manangement») Cabe recordar que el HDA, HAB Sumaré e Itirapina ya son empresas de vertido cero.

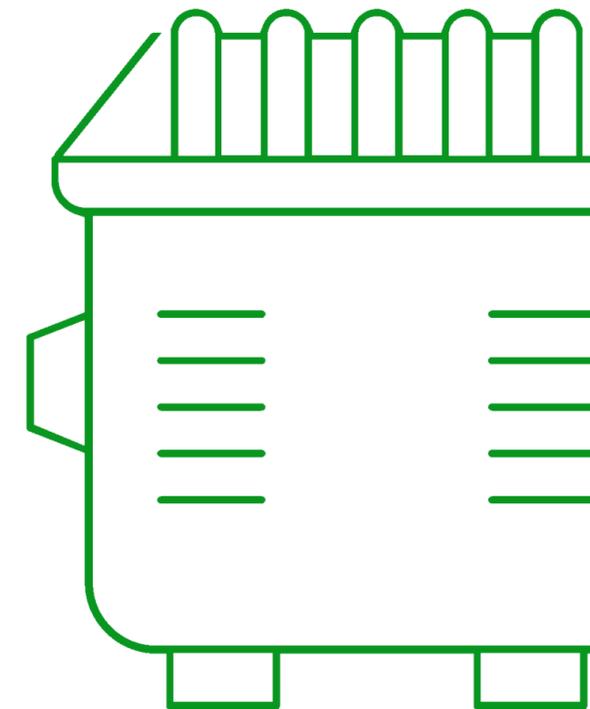
Además, se ha producido un aumento considerable de los procesos más sostenibles para los residuos no peligrosos, como el reciclaje y el compostaje, reforzando el concepto de «Circulación de Recursos», una de las áreas de interés de la Triple Acción para Cero.

RESIDUOS PELIGROSOS	2022 (t)	2023 (t)
Reciclaje	680,77	479,00
Recuperación	0	0
Incineración	2.854,32	3.304,04
Vertedero	0	0
Otros (especificar) - incorporación	0	0
Otros (especificar) - coprocesamiento	475,68	182,61

RESIDUOS NO PELIGROSOS	2022 (t)	2023 (t)
Reutilización	0	0
Reciclaje	37.304,13	43.195,03
Compostaje	206,76	355,46
Incineración	9.598,28	6.670,39
Vertedero	669,26	616,38
Otros (especificar) - coprocesamiento	1.168,58	1.036,49
Otros (especificar) - ultrafiltración	0	0

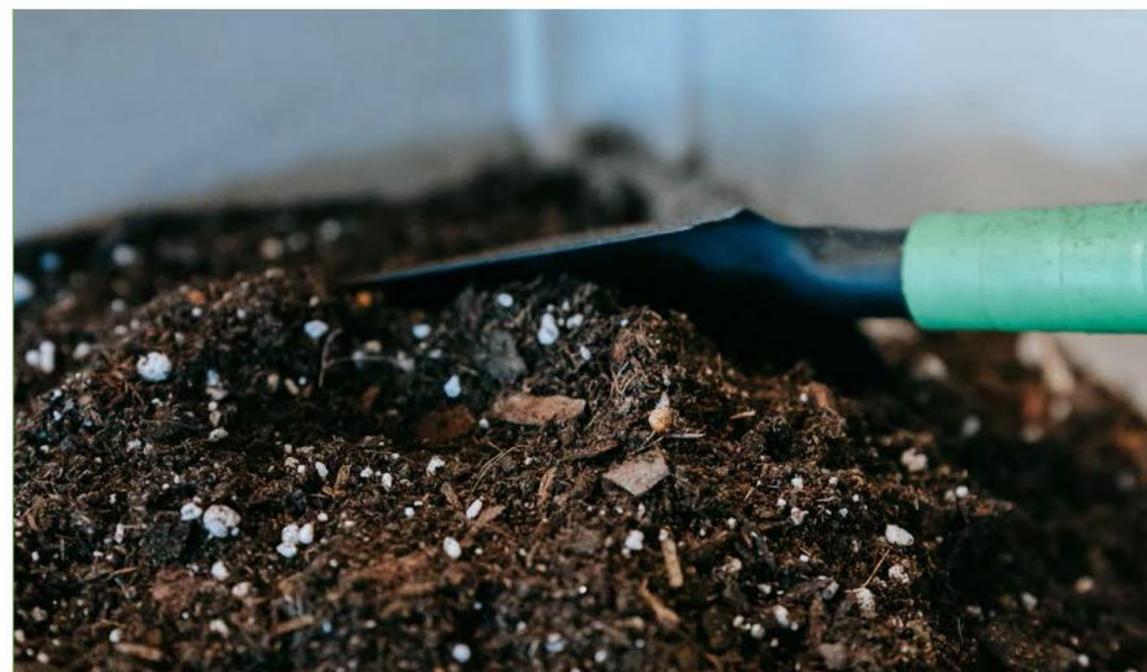
VOLUMEN TOTAL 52.957,77 55.839,39

Honda está comprometida con la reducción y mitigación del impacto de sus actividades en el medio ambiente

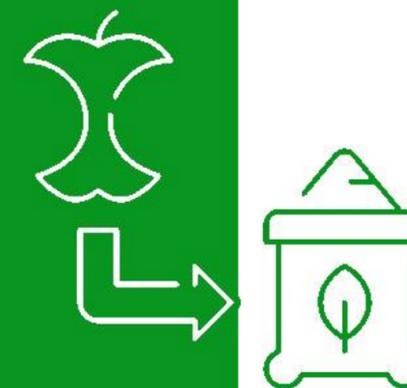


Compostaje

Los restos de comida no son basura. Es posible transformar lo que queda en el plato en abono mediante el proceso de compostaje. **Es lo que hace la fábrica de Honda Automóveis, en Sumaré, desde que inauguró su Centro de Compostaje Interno, reduciendo las emisiones de dióxido de carbono de la cadena logística involucrada en la recogida y eliminación de más de 120 toneladas anuales de este tipo de residuos.** Se trata de una iniciativa más de Honda en favor de la sostenibilidad.



14,6 toneladas de abono orgánico fueron producidos por Honda y utilizados en las zonas verdes de la empresa



El compostaje y el cabotaje son ejemplos de acciones más sostenibles



Cabotaje

En su sistema logístico, Moto Honda prioriza el uso de modalidades eficientes de transporte, garantizando no sólo puntualidad y seguridad, sino también el menor impacto ambiental posible, desde el transporte de insumos a la fábrica en Manaus hasta la distribución de sus productos a su amplia red de concesionarias.

En este sentido, la empresa utiliza el cabotaje como principal medio de abastecimiento de la fábrica de Manaus. En 2023, Moto Honda da Amazônia transportó 3.764 contenedores de piezas, suministros y bastidores retornables en esta modalidad, lo que supuso una reducción de emisiones de más de 12.000 toneladas de CO2 (en comparación con el transporte por carretera, considerando la base de cálculo del GHG Protocol).

Biodiversidad [GRI 304-1]

Reserva Particular do Patrimônio Natural (RPPN)

A fin de contribuir con la preservación de la biodiversidad en la región amazónica, Honda se comprometió desde 2006 a mantener una Reserva Particular do Patrimônio Natural (RPPN), localizada en el perímetro urbano de Manaus (AM).

Este modo de conservación forma parte de un compromiso voluntario para preservar la naturaleza y el equilibrio del ecosistema local mediante la protección de los recursos hídricos, la gestión de los recursos naturales y el mantenimiento de los equilibrios climáticos, entre otras contribuciones ambientales.

Considerada un fragmento forestal urbano de bosque secundario, situado a orillas del Igarapé do Mindu, la reserva mantenida por Honda alberga una gran biodiversidad de especies de flora y fauna amazónicas en un área de 16 hectáreas de bosque, equivalente a 17 campos de fútbol.

Gracias a esta iniciativa se han preservado alrededor de 140 especies arbóreas forestales, entre ellas ceiba pentanbra, laurel, dinizia excelsa y virola surinamensis, así como especies de animales autóctonos, especialmente el sauim de collar, en peligro de extinción.



Proyecto agrícola

A 80 kilómetros de Manaus, en el municipio de Rio Preto da Eva, **Honda cuenta con una estructura completa para probar la calidad y durabilidad de sus motocicletas.**

De forma armoniosa, la empresa también ejecuta un proyecto de horticultura y reforestación con especies nativas. Alrededor del 80% del terreno, equivalente a 802,38 hectáreas, se mantiene como reserva legal, una propiedad rural que se mantiene con vegetación nativa, donde se cultivan especies en peligro de extinción como la caoba, el palo de rosa, el tabebuia y la carapa guianensis.

El Proyecto Agrícola, inaugurado en 2003, tiene como objetivo plantar árboles frutales como coco, chontaduro, acerola, limón, papaya y plátano, así como lechuga y rúcula hidropónicas, que abastecen a los restaurantes de la fábrica y a organizaciones que atienden a niños y ancianos necesitados.



Gran parte de las frutas y hortalizas cultivadas se donan a instituciones sociales que complementan la dieta sana de la población, como el Albergue Moacir Alves, la Casa Mamãe Margarida y el Grupo de Apoio à Criança com Câncer (GACC).

Desde el inicio del proyecto en 2003, se han donado más de 144,3 toneladas de alimentos.



Se conservan tres manantiales en el Proyecto Agrícola y otros tres en la Reserva Particular do Patrimônio Natural

Seguridad

La seguridad vial es un compromiso esencial para Honda y un requisito para la movilidad.

Para Honda, las medidas de seguridad contra accidentes combinan tres elementos: Habilidad Humana (actividades de concienciación), Rendimiento de la Movilidad (desarrollo tecnológico) y Ecosistema de Tránsito (colaboración con terceros y desarrollo de sistemas/servicios).



En Brasil, las operaciones de la marca se centran en dos dimensiones principales. En primer lugar, la empresa desarrolla tecnologías avanzadas e innovadoras, mejorando las características de sus productos para que sean cada vez más seguros para los clientes. El segundo pilar es la educación y la concienciación, destinadas a reforzar el comportamiento seguro de los principales agentes del tráfico.

Seguridad del producto

Motocicletas

En el segmento de las motocicletas, un hito importante es la implantación de la tecnología de frenado CBS (Combined Brake System) o ABS (Anti Lock Brake System) en el 100% de las motocicletas producidas en el país.

El CBS, una innovadora tecnología desarrollada por Honda, consiste en un sistema hidráulico/mecánico que actúa sobre los frenos de la moto para distribuir uniformemente la frenada entre las ruedas traseras y delanteras, asegurando una mayor estabilidad de frenada para el piloto.

El ABS es un sistema electrónico que evita el bloqueo de la rueda en frenadas bruscas y en superficies con poca adherencia.

Además de los sistemas de frenado, Honda invierte en el desarrollo de tecnologías avanzadas como controles de tracción y estabilidad, suspensión electrónica, embrague asistido y deslizante, acelerador electrónico, sistema anti Wheelie y control de tracción, así como conectividad e incluso airbags, que se implementan según la estrategia de cada producto.

Por último, la empresa trabaja continuamente en sus proyectos de mejora de los parámetros de control de la motocicleta y del conjunto chasis/suspensión, que permiten una ciclabilidad más segura.

Sahara 300: una motocicleta icónica y más segura

En 2023, Honda presentó al mercado la nueva Sahara 300, una moto que continúa el legado de una de las motos más icónicas de los años 90, la NX 350 Sahara.

La nueva versión combina la versatilidad del mítico modelo de antaño con la última tecnología, con un motor de 300cc, nuevo diseño, caja de cambios de seis velocidades, accesorios originales de la marca y entrada USB-C. Además, el modelo incorpora nuevas tecnologías que aportan más seguridad al motorista.

ESS

El Sahara 300 incorpora el sistema ESS -*Emergency Stop Signal* o Señal de Parada de Emergencia-, que enciende automáticamente las luces de advertencia en caso de frenada brusca (por encima de 50 kilómetros por hora). Esta tecnología es exclusiva del Sahara 300 en su segmento, ya que anteriormente este dispositivo de seguridad estaba restringido a modelos de mayor cilindrada.

Embrague deslizante

La incorporación de la 6ª marcha ha ido acompañada de un nuevo sistema de embrague asistido y deslizante. Estas optimizaciones reducen el grado de esfuerzo necesario para accionar la palanca y el embrague deslizante proporciona seguridad en los cambios de marcha más extremos al evitar que la rueda trasera pierda adherencia.



Automóviles

En el segmento de automóviles, Honda viene introduciendo en Brasil el Honda SENSING, un paquete de tecnologías avanzadas de seguridad y asistencia al conductor, que está disponible en todos los modelos importados y nacionales de la marca*.

Honda SENSING toma imágenes captadas por una cámara de largo alcance y visión amplia instalada en el centro y en la parte superior del parabrisas y amplía la capacidad del vehículo para detectar y evitar el riesgo de accidente.

* En los modelos New City y New City Hatchback, Honda SENSING está disponible como equipo de serie en la versión Touring.

Echa un vistazo a las funciones de Honda SENSING:

ACC - Control de cruceo adaptativo

Ayuda al conductor a mantener una distancia de seguridad con el vehículo detectado por delante. Incorpora el sistema Low Speed Follow, que te permite mantener la distancia con el vehículo que te precede incluso a baja velocidad.

CMBS - Sistema de Frenado con Mitigación de Colisión

Aplica los frenos cuando detecta una posible colisión frontal, con el objetivo de mitigar los accidentes. Puede detectar e identificar peatones y vehículos que circulan en el mismo sentido o en sentido contrario. La cámara también puede detectar bicicletas y motocicletas.

LKAS - Sistema de asistencia de mantenimiento de carril
Detecta los carriles y ajusta la dirección para ayudar al conductor a mantener el vehículo centrado en las líneas de delimitación.

RDM - Sistema de mitigación de cambio involuntario de carril

Detecta la salida del carril y ajusta la dirección para evitar accidentes.

AHB - Regulación automática de los faros

Conmutación automática nocturna de las luces cortas y largas de los faros en función de la situación.





Tránsito seguro

Centro de Educación Vial de Honda (CETH)

Honda cree que la educación, combinada con la tecnología de los productos, es la clave para un futuro sin accidentes. Por eso, la empresa promueve actividades de seguridad en el tránsito en todos los continentes donde actúa, realizando acciones de acuerdo con las características y situaciones de tráfico de cada país.

En Brasil, existen tres unidades del Centro de Educación Vial de Honda (CETH), ubicadas en Indaiatuba (SP), Recife (PE) y Manaus (AM), que ofrecen clases prácticas

y teóricas orientadas a divulgar conceptos de seguridad vial y conducción segura de motocicletas.

En 2023, el CETH Indaiatuba (SP) cumplió 25 años de funcionamiento. Fue la primera unidad abierta en Brasil, en marzo de 1998, y consolidó el trabajo de concienciación que Honda venía realizando desde los años 70, con cursos itinerantes en las principales ciu-

dades de Brasil. También en 2023, el Centro Educacional de Tránsito de Manaus cumplió 10 años de funcionamiento. Estos hitos demuestran el compromiso de Honda con las actividades educativas a favor de la seguridad vial.

El proyecto también se lleva a cabo en los CETH ubicados en Argentina y Perú.

Los Centros Honda de Educación Vial ofrecen entrenamiento gratuito a los propietarios de flotas de vehículos de empresas públicas y privadas, incluyendo la Policía Militar, Ejército, Cuerpo de Bomberos y otros.

En los CETH, la formación teórica se realiza en un aula y proporciona a los motociclistas informaciones importantes sobre la conducción en las más variadas situaciones de tránsito. En una segunda etapa, los alumnos ponen en práctica lo aprendido en el aula en las pistas de la unidad.

En 2023, más de 4.400 personas fueron formadas en cursos prácticos de conducción segura y más de 17.000 asistieron a las conferencias del CETH. Además, en las redes sociales, más de 21 millones de personas recibieron el impacto de publicaciones relevantes sobre el tema. Entre ellas, la serie web «Embaixadores no Comando», en la que embajadores de la marca dan consejos sobre conducción segura. Desde que el CETH inició sus actividades en 1998, más de 500.000 personas se han visto afectadas por la iniciativa.



Colaboración con la red de concesionarios

Con el objetivo de promover el tema del tránsito seguro para motociclistas, Honda, a través de las actividades del Centro de Educación Vial de Honda (CETH), promovió una campaña de incentivo con la red de concesionarios de motocicletas en todo el país.

La iniciativa involucró a la red de concesionarios en la realización de acciones de Seguridad en el Tránsito, posibilitando aumentar el número de personas alcanzadas y maximizar la concienciación y educación a favor de un tránsito más seguro. Entre las actividades promovidas hubo cursos de conducción segura, conferencias para promover la reflexión sobre el comportamiento seguro en el tránsito, pit stops educativos para motociclistas, además de acciones que involucraron a los niños con el Clubinho Honda. En total, más de 3.000 acciones de Seguridad en el Tránsito fueron realizadas por 163 grupos de concesionarios, impactando a más de 171.000 personas en todo Brasil.

La campaña, denominada Customer Safety Awards, refuerza la importancia de la red de concesionarios para la difusión de los conceptos de seguridad vial, ya que cuenta con más de 1.100 puntos de venta en todo el país que pueden ayudar a promover actividades educativas en las cinco regiones de Brasil.

Clubinho Honda

Los Centros de Educación Vial también ofrecen actividades educativas para niños en Brasil. Se trata del proyecto «Clubinho Honda - Tránsito Amigo», que funciona desde 1992 para promover actividades lúdicas que invitan a los niños de 4 a 7 años a aprender sobre seguridad en el tránsito de forma amena y divertida.

Los CETH cuentan también con Cidade Mirim do Clubinho Honda en sus dependencias. El espacio, abierto a niños de colegios públicos y privados, reproduce una ciudad con la intención de transmitir conceptos de educación vial. Simula una miniciudad, con elementos como pasos de peatones, semáforos, señales de tráfico y minivehículos eléctricos para que los niños aprendan las principales normas de circulación.

Clubinho Honda atiende a niños de escuelas públicas y privadas, aumentando el alcance de los participantes en conceptos de seguridad vial por medio de una película infantil y actividades lúdicas que retratan el tema. En total, se realizaron 307 acciones, con un impacto en más de 65.000 niños.



La asociación entre Honda y la Secretaria Municipal de Educación de Manaus, centrada en la difusión de conceptos de seguridad en el tránsito, cumplió un año en 2023, con resultados positivos. En reconocimiento a los más de 25.000 niños que han recibido formación en las escuelas municipales de la capital amazónica, la empresa entregó una placa conmemorativa destacando la importancia de valorar la educación.

El objetivo de la asociación, que sigue activa, es presentar y divulgar conceptos de seguridad vial a los niños que, además de ser peatones y pasajeros, son los conductores del futuro. Niños de 4 a 10 años, que frecuentan el sistema escolar municipal de Manaus (AM), pueden participar de las clases y conferencias desarrolladas por Moto Honda en las escuelas, con el apoyo de videos y materiales didácticos, que permiten un ambiente de aprendizaje dinámico y atractivo.



Retirada de producto

El respeto por el individuo es uno de los principios que rigen las operaciones de Honda en todo el mundo. Basándose en ello, la empresa lleva a cabo sus campañas de retirada de productos en todo el país, de forma gratuita y con el apoyo de su sólida red de concesionarios. La empresa procura acudir a los clientes para las reparaciones con transparencia y agilidad.

Mega retirada de los airbags Takata

La retirada de los airbags Takata es la mayor de la historia de la industria automovilística en Brasil. Desde julio de 2010, Honda ha estado llamando a sus clientes para reparar el inflador de airbag Takata defectuoso y, hasta la fecha de cierre de este informe, ha llevado a cabo 17 campañas de retirada de infladores de airbag Takata en automóviles móviles y 2 campañas para la moto GoldWing.

[GRI 103-3/416, 416-1]

Considerando las campañas anunciadas hasta diciembre de 2023, hay 943.361 vehículos que necesitan ser retirados. Teniendo en cuenta la sustitución de los infladores del lado del conductor y/o del pasajero, hay un total de 1.611.781 infladores Takata que deben sustituirse.

Teniendo en cuenta la fecha límite de diciembre de 2023, se han sustituido 1.377.091 infladores de airbag Takata. Además, se identificaron 66.585 infladores en

vehículos ya desguazados, fuera de circulación y temporalmente no disponibles para reparación, como vehículos robados, totalizando una tasa de servicio del 89,6%. En este periodo, Honda ha registrado 64 casos confirmados de rotura anómala del inflador del airbag Takata, prestando total asistencia a los clientes.

Honda ha adoptado una serie de medidas para aumentar la comunicación con todos los propietarios cuyos vehículos tienen un inflador defectuoso y concienciarles de la urgencia de la reparación.

Es habitual que los coches cambien de propietario con el tiempo, pero los nuevos dueños no siempre vuelven

a los concesionarios para realizar revisiones y/o reparaciones periódicas, lo que dificulta la actualización de los datos en los registros de Honda.

En este sentido, Honda no está escatimando esfuerzos para llegar a estos clientes, a través de campañas y acciones como piezas publicitarias dirigidas a este perfil de consumidor, pegatinas en los embalajes de las Piezas de Recambio Genuinas, cartas con mensajes personalizados, entre otras iniciativas.

Consciente de la gravedad de la retirada de los infladores de los airbags Takata, Honda se compromete con iniciativas para acelerar el índice de respuesta de la campaña, actuando en total conformidad con la legislación vigente.

De forma recurrente, la empresa ha llevado a cabo las siguientes acciones:

- Campañas en medios digitales;
- Difusión de vídeos con testimonios reales de los clientes afectados en la página web de la marca www.honda.com.br/recall;
- Asociación con SENATRAN para enviar cartas a los clientes y notificación a través de la app Carteira Digital de Trânsito, recordándoles la necesidad de realizar la llamada a la retirada del producto;
- Centro de llamadas activo y receptivo para citas y consultas;
- Envío de correos electrónicos y SMS a los clientes registrados en la base de datos de la empresa, utilizando la herramienta de CRM myHonda;
- Divulgación de piezas de comunicación en camiones

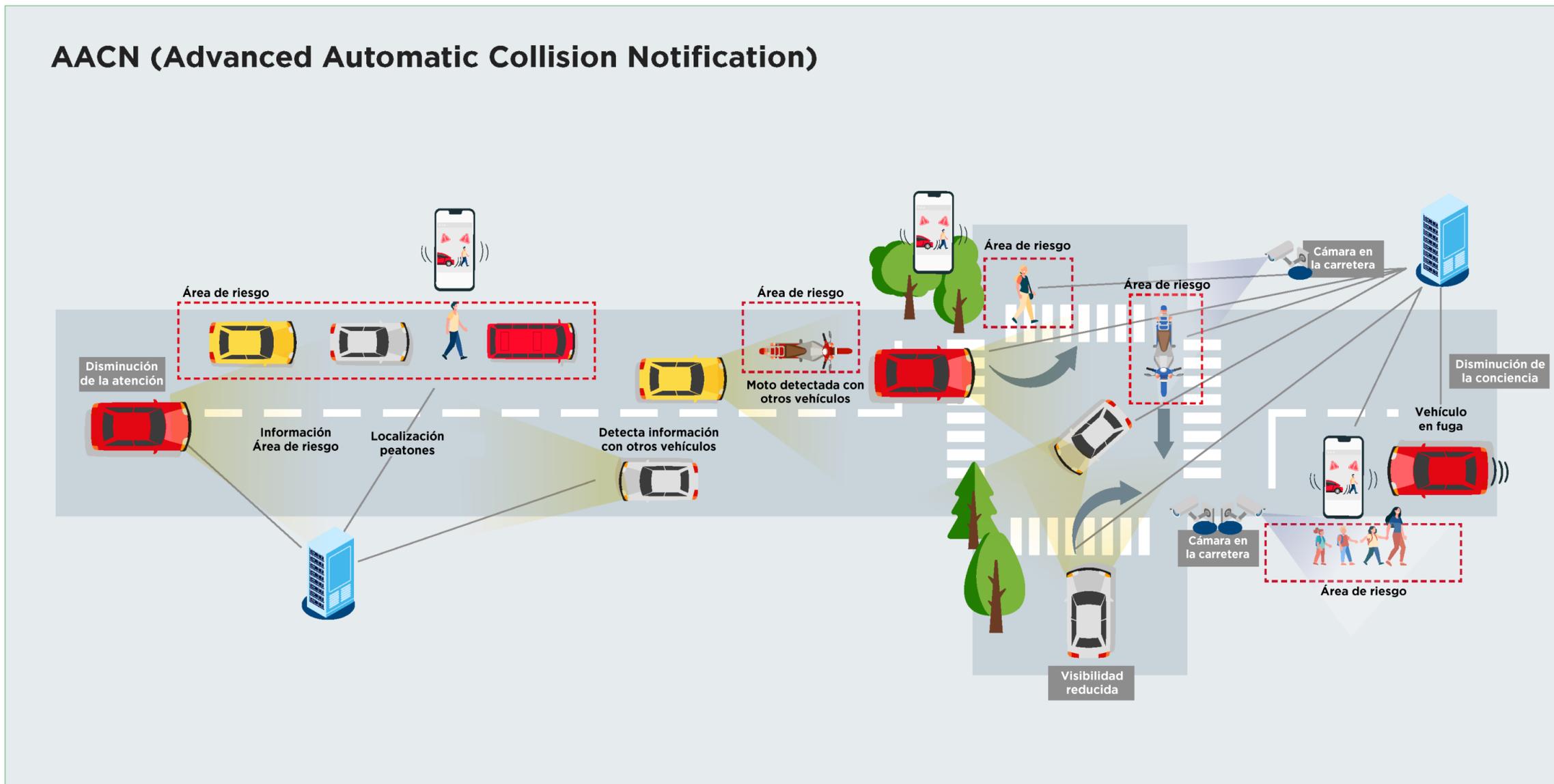
El ecosistema del tránsito: sistemas y servicios

En Japón, Honda ha estado desarrollando diversas tecnologías, entre ellas la implantación de un «MAPA DE SEGURIDAD», que consolida algunos consejos de conducción para zonas propensas a accidentes, por ejemplo, lugares que requieren cambios bruscos de carril, basándose en un análisis de datos.

El sistema, conocido como AACN (Advanced Automatic Collision Notification, en español, notificación automática avanzada de colisiones), notifica automáticamente a los cuerpos de bomberos y hospitales colaboradores los vehículos implicados en accidentes y utiliza la tecnología de los vehículos conectados para estimar la probabilidad de que se produzcan víctimas mortales y heridos graves en caso de accidente.

Para ello, Honda quiere seguir avanzando en sus tecnologías conectadas, integrando a todos los participantes en el tráfico, es decir, personas y vehículos de movilidad, a través de telecomunicaciones que puedan ayudar a predecir riesgos y prevenir accidentes.

AACN (Advanced Automatic Collision Notification)



Calidad

La satisfacción del cliente es lo primero

Ofrecer productos de la máxima calidad a un precio justo para superar las expectativas de los clientes es un principio fundamental que rige las operaciones de Honda en todo el mundo. Este compromiso puede apreciarse en las palabras del propio fundador, Soichiro Honda, quien subrayó que «una calidad del 100% no es aceptable. Nos esforzamos por alcanzar el 120%».

El concepto de calidad total adoptado por la marca incorpora todas las dimensiones del negocio. Honda cree que el producto final sólo ofrecerá un valor diferenciado al cliente si toda la operación se rige por el mismo principio, desde el diseño, el desarrollo, la gestión de la cadena de suministro, la producción, la venta, la posventa y la administración. De este modo, el concepto de calidad total se extiende también a toda la cadena, incluidos los proveedores de piezas y materias primas, los concesionarios y otros socios.

El enfoque en la satisfacción del cliente a través de la calidad diferenciada de productos y servicios es uno de los principales diferenciales competitivos que sostienen el valor de la marca Honda a largo plazo.

Calidad del producto reconocida por los clientes

La satisfacción de los clientes con los productos comercializados en Brasil es un indicador fundamental para evaluar la calidad y el desempeño de la empresa.

Honda invierte continuamente en encuestas para identificar el nivel de satisfacción de los clientes con los productos y servicios de la marca, orientando las iniciativas hacia la mejora continua y el desarrollo de nuevas soluciones.

Del mismo modo, Honda está atenta a las encuestas, evaluaciones y premios realizados por terceros que permiten a la empresa reconocer sus puntos fuertes y sus puntos de mejora.



Honda se centra en la satisfacción del cliente y la calidad del producto



PREMIOS

Honda Automóveis do Brasil

En 2023, Honda Automóveis obtuvo importantes premios en el sector, entre ellos:



New HR-V

Gran Campeón «Melhor Valor de Revenda 2023» por AutoInforme



New HR-V

Elegido «coche más fiable de Brasil» por la revista Exame



New City Sedan EX

1º lugar en Melhor Compra por Quatro Rodas (coches hasta 120.000)



Honda Motos

Entre los premios del segmento nacional de dos ruedas, Honda Motos destacó en:



Prêmio Moto De Ouro

Un galardón organizado por la revista Motociclismo, en el que Honda resultó ganadora en la categoría Cub con la Biz 125, en la categoría City con el modelo CB 500F y en la categoría Touring con la GL 1800 Goldwing.



Moto Do Ano

La revista Duas Rodas organizó los premios «Moto do Ano» y Honda venció en las categorías Street hasta 400cc con la CB 300F Twister y Touring con la GL 1800 Goldwing.



Prêmio Mobilidade Estadão

Promovido por el periódico O Estado de São Paulo, Honda venció en las categorías: Mejor moto urbana (300F Twister), Mejor Moto de Carretera (CRF 1100L Africa Twin) y Mejor MotoMotor (CRF 1100L Africa Twin).



Sistema de gestión de calidad

Honda tiene un sistema global de gestión de la calidad, G-HQS, establecido en abril de 2005, que consiste en un conjunto de estándares fundamentales que apoyan las actividades de garantía y mejora de la calidad en todas las operaciones del grupo Honda. El sistema pretende garantizar la calidad no sólo en las actividades de producción, sino también en otras áreas de la empresa.

A través del G-HQS, Honda define claramente los roles y las responsabilidades, los estándares y los indicadores para las áreas de desarrollo, fabricación, servicios, compras e ingeniería, con el fin de mejorar continuamente la calidad de los procesos y de los productos.

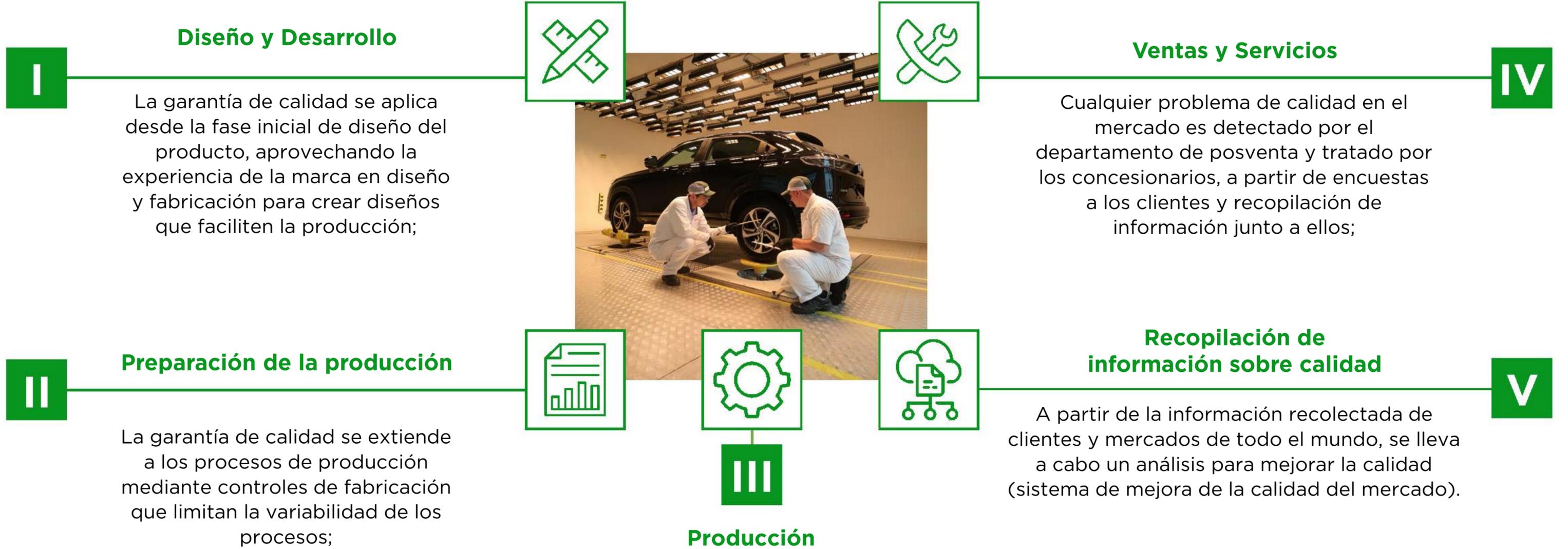
El G-HQS sistematiza los conocimientos adquiridos por Honda, de forma independiente,

en la fabricación de productos de calidad y la prevención de problemas potenciales. Además de su propio sistema, Honda también cumple los estándares de certificación ISO. Actualmente, cuatro instalaciones de Honda en América del Sur tienen certificación ISO 9001 (Moto Honda da Amazônia, Honda Automóveis Sumaré e Itirapina y Honda de Argentina).



Honda dispone de un sistema global **de gestión CALIDAD**

Ciclo de calidad Honda





Investigación y Desarrollo

Para Honda, invertir en investigación y desarrollo es esencial para el proceso de innovación.

En este sentido, el Centro de Investigación y Desarrollo, ubicado en la fábrica de Automóviles de Sumaré (SP), está fuertemente involucrado en iniciativas para aumentar la tasa de nacionalización de componentes, en tecnologías menos dañinas para el medio ambiente y adaptadas a las demandas específicas de los países de la región.

Dentro de esta misma estrategia, el Centro de Desarrollo y Tecnología (Centro de Desenvolvimento e Tecnologia - CDT), ubicado en la planta de Manaus (AM), funciona como un polo tecnológico multidisciplinar y tiene como misión potenciar la investigación y la creación de soluciones para las necesidades del mercado sudamericano.

La unidad cuenta con una infraestructura para la evaluación de productos, además de un campo de pruebas que simula las más variadas condiciones de uso de las motocicletas, y laboratorios para pruebas de motores, emisión de gases y durabilidad.

En ambos segmentos, los recursos y la capacidad técnica para investigación y desarrollo en Brasil, sumados al conocimiento global en las áreas de innovación, tecnología, gestión de energía, robótica e inteligencia artificial, garantizan que Honda sea líder en movilidad.

El área de investigación y desarrollo también es fundamental para garantizar la calidad de los productos, creando diseños y proyectos que limiten la variabilidad del proceso de fabricación.

Los ingenieros de Honda tienen acceso a una amplia base de conocimientos acumulados sobre procedimientos y técnicas que ayudan a evitar problemas de calidad en el desarrollo conjunto con los proveedores y en la producción.

Esfuerzos realizados para alcanzar el 120% de calidad



Gestión de Proveedores [GRI 102-9]

Honda South America busca trabajar con proveedores reconocidos no sólo por su capacidad de atención y por la calidad de sus productos y servicios, sino también por sus acciones éticas en las esferas social y ambiental.

Así, para formar parte del equipo de proveedores de la compañía, todas las empresas pasan por un proceso de selección realizado de acuerdo con las directrices globales definidas por la matriz en Japón.

El estándar de Honda para la selección y gestión de socios está definido por la metodología QCDMEFS (Calidad, Coste, Entrega, Gestión, Medio Ambiente, Finanzas y Seguridad, por su sigla en portugués).

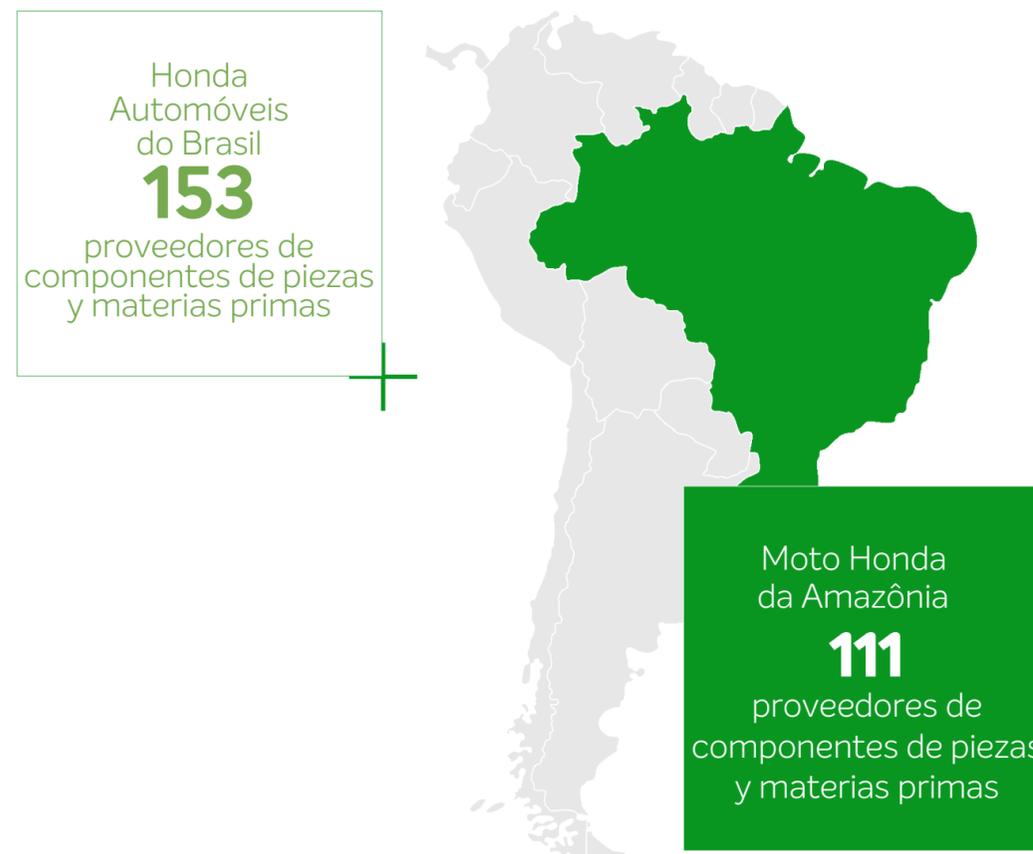
Centrándose en estas dimensiones, se establecen indicadores y procesos para el desarrollo y seguimiento de los proveedores, tales como especificaciones de calidad, eficiencia, servicio, gestión medioambiental, gestión de recursos humanos, entre otros.

CANTIDAD DE PROVEEDORES

(Base 31/dez) [GRI 102-10]

Honda Automóveis terminó 2023 con 153 proveedores de piezas de materia prima, manteniendo el total registrado en el período anterior.

Para Moto Honda da Amazônia, hubo una variación en la cantidad, con 111 proveedores de piezas de materia prima. No hubo discontinuidad de las relaciones comerciales con los proveedores, sino la desactivación de algunas de las plantas fabriles, que pasan a proveer a través de una única unidad, aumentando la eficiencia del negocio.



NHC-S – New Honda Circle Suppliers

Cada año, Honda lleva a cabo un programa de desarrollo denominado NHC (New Honda Circle). En este programa, se invita a empleados de todas las áreas y unidades a formar grupos de trabajo dedicados a identificar oportunidades, desarrollar e implantar proyectos de innovación y mejoras en los procesos y en el entorno de trabajo en su conjunto.

Para incentivar a los proveedores y comprometerlos con su filosofía, Honda desarrolló el New Honda Circle Suppliers –Nuevo Círculo Honda Proveedores– (NHC-S), que tiene como objetivo estimularlos a actuar dentro del concepto de mejora continua.

En Honda Automóveis do Brasil, 73 grupos participaron de la iniciativa. De ellos, 12 grupos fueron finalistas y participaron en la ceremonia de premiación realizada en junio de 2023. Las tres empresas ganadoras fueron: en primer lugar, LSL; en segundo lugar, Sumidenso; y en tercer lugar, Mangels.

En Moto Honda da Amazônia, el programa NHC Proveedores se realizó presencialmente con la participación de 72 equipos de proveedores e incluyó 4 equipos vencedores, que trabajaron en diversas cuestiones de mejora de la calidad y aumento de la eficiencia. Además, en continuidad del Programa de Sostenibilidad, la unidad de Manaus trabajó en colaboración con proveedores y socios comerciales y recaudó más de 70.000 artículos de limpieza y productos de higiene personal para ayudar a instituciones de Manaus y São Paulo.

New Honda Circle Suppliers - NHC-S Ambiental

Honda también lleva a cabo anualmente el programa New Honda Circle Suppliers - NHC-S Ambiental, cuyo objetivo es animar a sus proveedores a eliminar el despilfarro de energía. Así, los asociados son incentivados a mejorar la eficiencia energética de sus máquinas y equipos, reduciendo el consumo de energía y, consecuentemente, las emisiones de CO₂.

En 2023, Honda Automóveis do Brasil contó con la participación de 31 proveedores que, en conjunto, dejaron de emitir 19.755 toneladas de CO₂ a la atmósfera a través de acciones de mejora continua. La empresa Mubea fue reconocida por el mejor trabajo en materia de sostenibilidad.

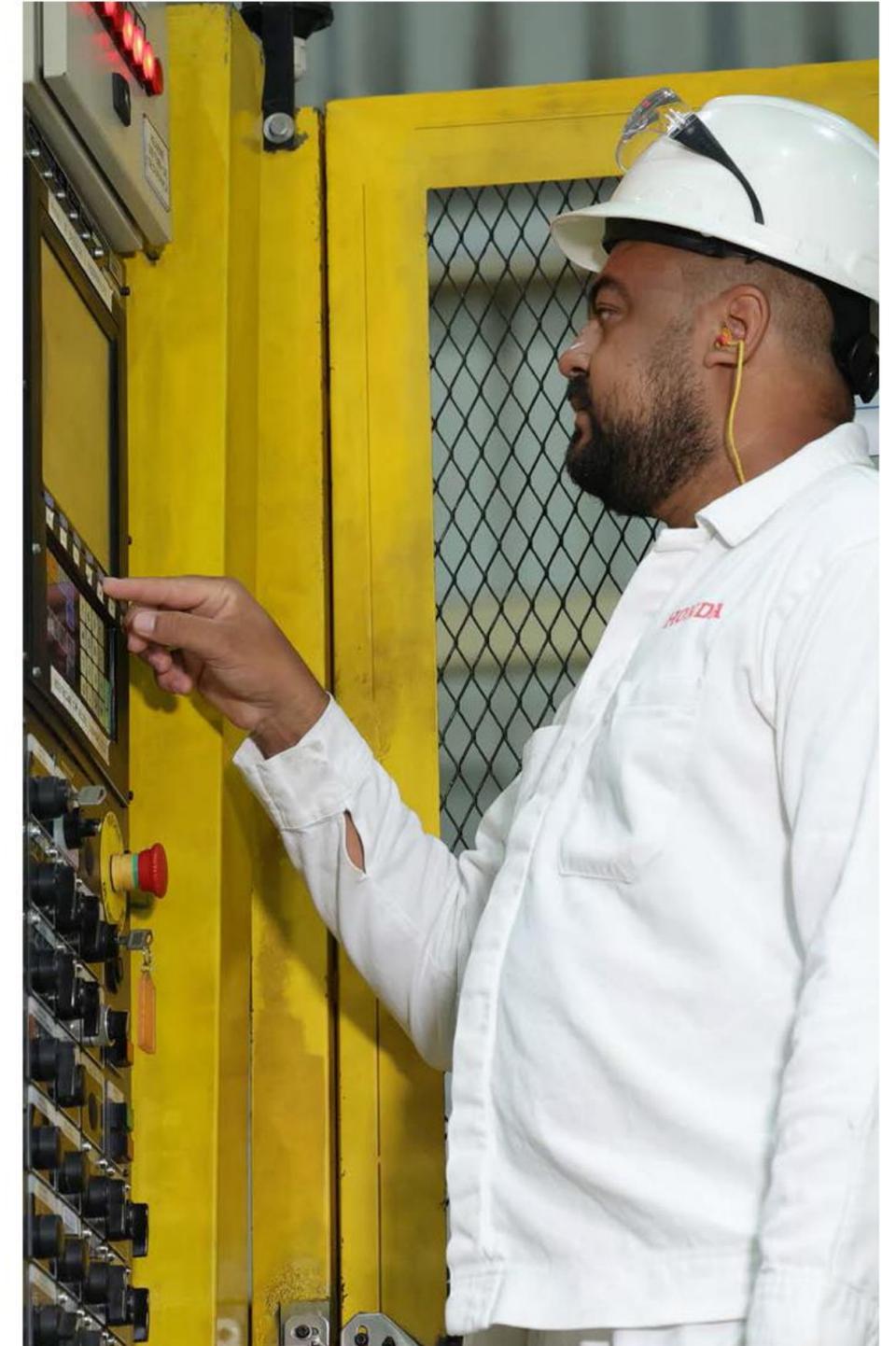


Más de 19.000 toneladas de CO₂ dejarán de ser emitidas en 2023 por las acciones de NHC-S Ambiental

Acciones de Sostenibilidad con proveedores

En 2023, Honda promovió un Día de la Sostenibilidad con los proveedores de Moto Honda para presentar la Directriz Global de la empresa sobre el tema, así como sus objetivos, en consonancia con la Filosofía Honda. En la ocasión, se presentaron las acciones de Honda para alcanzar el Triple Cero: Neutralidad de Carbono, Circulación de Recursos y Energía Limpia y se reforzó el compromiso de los proveedores con la firma Honda Supplier Sustainability Guideline, destacando la importancia de las acciones de todos para lograr una cadena de suministro sostenible.

Los proveedores de Honda Automóviles son firmantes de la Honda Supplier Sustainability Guideline desde 2022.



Calidad en el proceso de producción

Los procesos de producción de Honda se desarrollan utilizando modernas tecnologías de fabricación que producen piezas y componentes con altos estándares de calidad. Además, se aplican rigurosas inspecciones intermedias, utilizando altos estándares, para elevar aún más la calidad de los productos, siempre pensando en el cliente.

Centro de Calidad de Mercado

Honda ha creado un área, el Centro de Calidad de Mercado (Market Quality Centre - MQC), para gestionar la información sobre la calidad del producto ofrecido al mercado.

El MQC tiene como objetivo mejorar la prevención de problemas, además de detectar y resolver las incidencias con rapidez. El área recopila información sobre la calidad del producto de los concesionarios de todo Brasil a través del departamento de servicio de los centros de relación con el cliente.

Esta información se comparte con las áreas de investigación y desarrollo, producción y gestión de proveedores para realizar evaluaciones técnicas que permitan identificar las causas y aplicar contramedidas.

Más de 197 mil clientes pudieron expresar su opinión a través de encuestas de Honda



Relaciones con los clientes

Honda tiene como objetivo proporcionar a los clientes experiencias positivas a lo largo del tiempo, en todos los puntos de contacto con la marca. Esto crea una historia de relación que permite a los clientes reconocer el valor de la marca, sus cualidades y diferenciales.

En esta misión, uno de los principales pilares de Honda en Brasil es su extensa red de concesionarios,

formada por 204 puntos de ventas y servicios para automóviles y más de 1.100 para motocicletas.

La red de concesionarios es un socio fundamental que comparte la misma cultura de orientación al cliente, ofreciendo atención personalizada desde el primer contacto, prueba de productos, negociación de ventas, prestación de servicios e implementación de estrategias de comunicación y relacionamiento.

La gestión de los concesionarios es acompañada de cerca por los equipos de asesoría de Honda, a través de actualizaciones constantes, prestando consultoría a distancia y presencial, discutiendo y orientando las mejores acciones conjuntas con la red, a partir de encuestas de satisfacción sobre la atención, productos y servicios ofrecidos.

En 2023, más de 197.000 clientes fueron escuchados y pudieron expresar sus opiniones a través de encuestas realizadas por el área de Posventa, contribuyendo a los procesos de mejora continua de la empresa.

La formación de los empleados de la red de concesionarios es otro factor esencial para garantizar experiencias positivas a los clientes. En 2023, Honda aplicó más de 239.000 horas de formación técnica y de comportamiento, tanto a distancia como presencial, a los empleados de servicios y recambios de la red.

PROGRAMA BEST QUALITY

El programa Best Quality alcanza su 16ª edición en 2023. La iniciativa de la marca está dirigida a la formación de los técnicos, consultores y responsables de servicios y recambios de su red de concesionarios de motos y coches. Además de la formación, el Programa Best Quality busca comprometer y motivar a los miles de profesionales de la Red de Concesionarios para mejorar su desempeño profesional con foco y dedicación en la satisfacción del cliente.



La evaluación final, que reunió a 83 participantes en el Centro de Formación de Sumaré, consistió en pruebas prácticas de diagnóstico de vehículos, simulaciones de atención, así como una prueba escrita de conocimientos y un análisis psicológico.

Desde su lanzamiento en 2007, el programa ha contado con la participación de más de 132.000 empleados de la red de concesionarios en toda América del Sur, lo que demuestra el compromiso de la marca para garantizar la alta calidad de su servicio de posventa.

En 2023, Honda South America fue representada por sus mejores profesionales de posventa en dos competencias mundiales organizadas por Honda Motor, en Japón.

En el segmento de automóviles, se realizó la segunda edición del World Skill Contest (Concurso Mundial de Habilidades, en traducción libre), con el objetivo de reconocer al mejor técnico de la red mundial de concesionarios Honda en el segmento del automóvil.

En el segmento de las motocicletas, la novedad fue el Global Technician Contest (Concurso mundial de técnicos, en traducción libre), el primer concurso centrado en las dos ruedas.

Honda cumple las **políticas y los requisitos legales** en sus comunicaciones de marketing

Comunicación de Marketing [GRI 417-3]

El marketing es un área centrada en generar valor para el producto, servicio o marca de una empresa. Es un importante método de comunicación entre organizaciones y clientes y está sujeto a leyes, códigos y reglamentos.

Se espera que una organización utilice prácticas justas y responsables en sus negocios y relaciones con los clientes. El marketing justo y responsable evita cualquier afirmación engañosa, falsa o discriminatoria. Así, Honda actúa de conformidad con las políticas y los requisitos legales.

En 2023, no se identificaron casos de incumplimiento de leyes y/o códigos voluntarios.

Relación Digital

Gracias a una fuerte estrategia de comunicación a través de medios digitales y a su propia plataforma CRM, denominada «myHonda», la empresa y toda su red de concesionarios mantienen una relación con los clientes a lo largo del tiempo, en todo el país, sobre los más diversos temas.

La comunicación en línea está garantizada no sólo para los clientes actuales, que ya tienen un historial de relaciones con la marca, sino también para aquellos que desean adquirir un producto o servicio Honda por primera vez.

Al formar parte de myHonda, los clientes y aficionados de la marca tienen acceso a contenidos de interés, oportunidades y condiciones especiales, información de productos y servicios, además de gestionar sus datos de contacto, preferencias de comunicación, entre otras opciones, en total conformidad con la LGPD. De esta forma, Honda garantiza la excelencia en la atención al cliente también en el entorno digital.



Portal postventa

Con el objetivo de extender la excelencia de la marca al entorno digital, aportando más información a los usuarios de forma fácil y transparente, desde 2019, los clientes de Honda cuentan con nuevas herramientas y funcionalidades en la web de posventa, como la consulta y programación de revisiones y la periodicidad indicada para el cambio de piezas y componentes.

Además, los clientes pueden consultar el costo de las revisiones y piezas, así como programar los servicios, desde la comodidad de sus hogares.

Redes Sociales

Con el propósito de mantener otro importante canal de comunicación con el público, Honda también está presente en las redes sociales, ofreciendo atención al cliente y contenidos variados sobre sus productos y servicios.

Las páginas también cuentan con la presentación de temas que conforman los pilares de la marca, como seguridad vial, medio ambiente, deportes de motor, entre otros. En todos sus canales oficiales, Honda cuenta con más de 15 millones de seguidores en Brasil.

 HONDA Institucional 	 HONDA Automóviles 	 HONDA Motos 	 HONDA Motores y Máquinas 
 Honda RACING Honda Racing 	 Honda REDRIDER Honda Redrider 	 HONDA Consórcio Consorcio Honda 	 HONDA Banco Banco Honda 

Con el fin de promover un entorno saludable para compartir ideas y opiniones en las redes sociales, Honda ha creado los Términos de Uso de las Redes Sociales, que están disponibles en su página web y son visibles para todos los usuarios. El contenido contiene directrices que muestran las políticas adoptadas por Honda en sus acciones en el entorno digital, aumentando el pilar de la gobernanza. Visita la página y echa un vistazo: <https://www.honda.com.br/redes-sociais/termos-de-uso>

Personas

Honda cree en el Poder de los Sueños como fuerza motriz para afrontar retos y emprender grandes logros.

Por eso, la empresa busca mantener un ambiente de trabajo innovador, capaz de crear valores únicos para la sociedad y los clientes, donde cada empleado pueda disfrutar de la verdadera Alegría de Crear, discutida en la página 7 de este informe.

La política de Recursos Humanos se sustenta en la creencia fundamental en el respeto a la persona, que debe entenderse a través de tres pilares:

1. Valorización de la iniciativa de cada empleado para hacer realidad sus ideas y aspiraciones;
2. La igualdad, para que las personas reciban un trato justo, con las mismas oportunidades;
3. La confianza, fundamental para establecer relaciones duraderas y crear equipos de trabajo.

Es a partir de esta filosofía que Honda incorporó el tema de la Diversidad en su matriz de materialidad en 2022 (más información en la página 12), en el tópico material «Gestión de Personas y Diversidad», tratado más adelante en este capítulo.



Datos Generales [GRI 102-8, 103-2, 103-3/402]

Honda South America cerró el año 2023 con 12.858 colaboradores permanentes y 339 no permanentes. Cada uno de estos empleados pudo compartir este entorno laboral, que se basa en el respeto al ser humano y estimula el desarrollo y la realización profesional a largo plazo, además de recibir una remuneración en línea con las mejores prácticas del mercado. Con esta filosofía, Honda gestiona su capital humano y crea una cultura corporativa que proporciona una ventaja competitiva sostenible a largo plazo.

POR REGIÓN

2022

Norte/Noreste - Brasil:
Temporales: **523**
Permanentes: **6922**

Sur/Sureste - Brasil:
Temporales: **40**
Permanentes: **3515**

Argentina:
Temporales: **08**
Permanentes: **678**

Chile:
Temporales: **05**
Permanentes: **81**

Perú:
Temporales: **30**
Permanentes: **319**

2023

Norte/Noreste - Brasil:
Temporales: **243**
Permanentes: **8154**

Sur/Sureste - Brasil:
Temporales: **22**
Permanentes: **3625**

Argentina:
Temporales: **41**
Permanentes: **683**

Chile:
Temporales: **05**
Permanentes: **81**

Perú:
Temporales: **28**
Permanentes: **315**

Número total de empleados por contrato laboral

(permanentes y temporales)

POR GÉNERO

2022

Número total de empleados por contrato laboral
(permanentes y temporales)



526 Temporales
9.981. Permanentes



Número total de empleados por contrato laboral
(jornada completa y media jornada)



9.855 jornada completa
113 media jornada



1.459 jornada completa
101 media jornada

2023



284 temporales
11.070 permanentes



55 temporales
1.788 permanentes



11.235 jornada completa
119 media jornada



1.750 jornada completa
93 media jornada



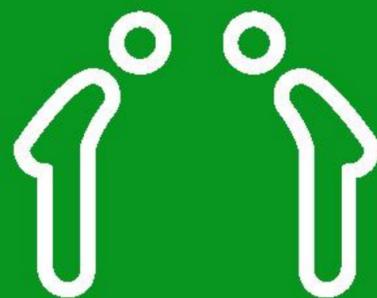
Diversidad e Inclusión [GRI 405-1]

Honda considera que el tema Diversidad e Inclusión es de suma importancia para la sociedad, ya que una mayor igualdad promueve la estabilidad social y apoya el desarrollo económico, además de ayudar a la empresa a tener acceso a una visión más amplia y diversa de las cuestiones que la rodean. El tema se ha convertido en un tópico material para la empresa desde 2022.

La visión de Honda sobre la Diversidad

La diversidad en el entorno laboral se refiere a la pluralidad de características entre los empleados. Abarca el respeto y la aceptación de las personas a través del reconocimiento de las diferencias y la singularidad de cada persona, y puede referirse al género, raza, etnia, nacionalidad, edad, orientación sexual, discapacidad, característica física, creencia religiosa, perspectiva política, status social, entre otros.

Un ambiente basado en la diversidad tiende a ser más estimulante y flexible, lo que, junto con el poder de los sueños, el trabajo en equipo y la iniciativa de cada empleado, favorece la innovación y la creatividad.



El respeto por el individuo es la base de la filosofía de Honda

Honda incorpora los principios de la Diversidad en sus valores, principalmente a partir del concepto de Respeto al Individuo, presente en la Filosofía Honda. Se cree que cada persona es única y tiene su propia forma de pensar, crear y soñar, y que esta singularidad debe ser respetada.

Este concepto se basa en otros tres: Iniciativa, Igualdad y Confianza. Éstos animan a no limitarse a ideas preconcebidas, a reconocer y respetar las diferencias individuales, a tratar a todos con equidad y a ofrecer las mismas oportunidades a todos.

Esto garantiza un entorno estimulante, productivo y positivo en el que todos pueden contribuir por igual al éxito de la empresa y ser reconocidos por sus esfuerzos.

Honda se compromete a desempeñar un papel activo en la revisión de sus operaciones y divisiones con vistas a promover la diversidad y apoyar la igualdad de oportunidades, para propagar una cultura integradora en toda la empresa. Estos principios se aplican igualmente a la contratación de personal, las oportunidades de progresión profesional y las políticas de remuneración.

Plan de Acción para la Diversidad y la Inclusión

1 - Creación del Programa de Diversidad en Honda South America

Honda valora la práctica de acciones dirigidas a la diversidad y por eso creó el Programa de Diversidad que contiene un plan de acción para:

- Reconocer las diferencias como fuente de fortalecimiento del potencial humano, generando valor para la organización y para la sociedad;
- Promover el respeto mutuo y la igualdad de oportunidades a través de acciones de concienciación dirigidas a la aplicación efectiva de la Filosofía Honda de Respeto al Individuo;
- Garantizar la promoción del principio de igualdad de oportunidades en las áreas de Reclutamiento y Selección, Desarrollo de los Empleados y Gestión de Carrera.

DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

CATEGORÍA FUNCIONAL	2022		2023	
	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES
Directores	18	0	19	1
Gerentes y Gerentes Generales	176	14	184	19
Supervisores	330	61	397	82
Empleados - Administrativos	1996	716	3519	1091
Empleados - Fábrica	7427	733	6950	607

2 - Monitoreo de metas e indicadores para aumentar la Equidad de Género en cargos de liderazgo

- El porcentaje de mujeres en cargos de liderazgo en Honda South America alcanzó el 13,5% en 2023;
- También se monitorea el porcentaje de mujeres en la *shortlist de los procesos de selección;
- Seguimiento trimestral con el board de la empresa sobre las metas de diversidad;
- Aumento de la contratación en los Programas de Jóvenes Talentos, lo que ha resultado en más diversidad de género y racial en los grupos de aprendices en los últimos tres años.

Queda mucho camino por recorrer hacia la igualdad de género, dado que el sector automovilístico ha sido históricamente predominantemente masculino.



* Shortlist: selección por etapas, teniendo en cuenta la lista de candidatos considerados para las entrevistas.

3 - Acciones de concienciación y formación

Desde 2021, Honda lleva a cabo una formación más intensiva en el tema para el liderazgo de la empresa, incluyendo los siguientes cursos:

- Formación en Liderazgo Inclusivo, Diversidad e Inclusión y Sesgos Inconscientes para la Alta Dirección (consejos, vicepresidencias y presidencia);
- Formación sobre sesgos inconscientes para los responsables de Recursos Humanos (RRHH) y la dirección general de ESG;
- Formación en Diversidad e Inclusión para los equipos de RRHH y Relaciones Laborales.

Desde 2022, Honda busca aumentar la concienciación y aclarar dudas sobre Diversidad e Inclusión en la formación de los nuevos directivos de la empresa.

En 2023, se dio un paso importante en las acciones de concienciación y formación con la realización de la Formación en Diversidad e Inclusión y Sesgos Inconscientes a todos los niveles de liderazgo (gerencia general, gerencia, supervisión y alta dirección) en toda la organización, alcanzando así el 100% del liderazgo de Honda en esta materia.

* Los profesionales en posiciones de liderazgo son los que ejercen funciones de gerencia y de confianza.



Bienestar y seguridad de los empleados

Salud y seguridad laboral

[GRI 103-2, 103-3/403, 403-2]

«Sin seguridad no hay producción». La frase del fundador Soichiro Honda sigue viva hasta hoy y puede verse en carteles por toda la empresa y oírse en los pasillos. Cuando se trata de preservar la salud y la seguridad de los empleados y de terceros, Honda no sólo respeta la legislación vigente y los reglamentos de los sectores en los que opera, sino que también invierte fuertemente en acciones destinadas a aumentar la seguridad y promover la salud de los trabajadores.

La gestión del área de Salud y Seguridad respalda el plan estratégico de la empresa. Además, todos los profesionales de Honda están comprometidos con la prevención de accidentes, y la alta administración desempeña un papel importante en este proceso, apoyando iniciativas y proporcionando recursos para el diseño y la aplicación de programas preventivos.

Entorno libre de accidentes e incidentes

Para anticiparse a los posibles riesgos e impactos que puedan surgir en sus operaciones, la empresa utiliza metodologías y herramientas para mapear todas las actividades existentes. Para cada una de las situaciones mapeadas, hay procedimientos y soluciones preventivas, que incluyen la concienciación de los profesionales sobre la importancia de pensar y actuar siempre teniendo en cuenta la seguridad de todos. **El objetivo de Honda es conseguir «cero accidentes» en todas sus unidades de producción.**

Honda busca siempre nuevas herramientas y tecnologías para transmitir la información sobre seguridad a todas las generaciones. Un ejemplo de este compromiso es la «píldora diaria de seguridad», es que, justo al comienzo de la jornada laboral y antes de que empiece la producción, los empleados reciben instrucciones relacionadas a la seguridad en su actividad.

Honda está promoviendo una serie de acciones enfocadas a aumentar la seguridad y promover la salud del empleado

En los últimos años, la frecuencia y gravedad de los accidentes ha disminuido significativamente gracias a su política de mejora continua y a la aplicación de diversas metodologías y herramientas, entre las que destacan:

- **Safety Dojo por departamento:** Con el fin de desarrollar la concienciación de los empleados en materia de seguridad, se instalaron ocho Dojos de Seguridad¹ adjuntos a las áreas de producción de la unidad de Manaus (AM). Los Dojos proporcionan información y simulaciones de los riesgos presentes en cada entorno de trabajo y sus medidas de seguridad;
- **SST - Sugestão de Segurança do Trabalho (Sugestión de Seguridad del Trabajo):** Herramienta bottom-up² creada con el objetivo de aumentar la percepción de los empleados sobre los riesgos e incentivar la búsqueda de mejoras para prevenir accidentes en el ambiente fabril de Honda Automóveis do Brasil;
- **Reuniones de Mitigación de Accidentes:** Reuniones realizadas por medio de 'genba', expresión japonesa que significa «ir al lugar y ver la situación in situ», en las que cada equipo presenta a la dirección de producción y al equipo de Seguridad Ocupacional los datos estadísticos del sector, las acciones de prevención de accidentes realizadas durante el mes, reflexiones sobre ocurrencias en otras unidades de Honda, así como datos sobre el uso de herramientas de seguridad y planificación futura para mitigar accidentes en la planta de Honda Automóveis.

¹ Dojo: término japonés que designa un lugar donde los practicantes de artes marciales se entrenan para mejorar su rendimiento.

² Orientación ascendente de un flujo de información.

Un equipo sano

La seguridad y el bienestar van de la mano. **Por ello, Honda pone en marcha una serie de medidas para preservar la salud de sus empleados, como estudios ergonómicos del trabajo, atención médica especializada en caso de emergencias y campañas de prevención a través de la concienciación, como Octubre Rosa, centrada en la lucha contra el cáncer de mama, Noviembre Azul, que alerta sobre la disfunción próstata, entre otras.**

Y por salud, entendemos también bienestar emocional. En este sentido, Honda ofrece orientación médica y psicológica con el objetivo de cuidar no sólo del cuerpo, sino también de la mente de sus empleados, promoviendo el bienestar.

La fábrica de Moto Honda en Manaus también cuenta con un Ambulatorio de Especialidades, que ofrece atención médica y psicológica a los empleados, permitiéndoles reservar citas y consultas con diferentes especialidades, así como exámenes de rutina, con comodidad y agilidad.



Encuesta de Clima

El principal indicador que refleja la calidad de la gestión de los recursos humanos en la empresa es la evolución de la Encuesta de Clima anual realizada a todos los empleados de América del Sur. El resultado de 2023 se mantiene en un nivel elevado, con un aumento del indicador alcanzado el año anterior, con un índice de favorabilidad del 90%, que indica la media global de respuestas de empleados satisfechos. Hubo una mejora en todos los factores evaluados en la encuesta, a nivel sudamericano, destacándose el reconocimiento del esfuerzo, el entorno laboral y la confianza en la gestión. La encuesta también tuvo una tasa de participación histórica del 98%. Los resultados de la encuesta son evaluados por el área de recursos humanos para elaborar un plan de acción corporativo y por los gestores a fin de definir acciones centradas en la realidad de las diferentes áreas.

90%
de índice alcanzada
en la encuesta de
clima 2023

Formación y capacitación [GRI 404-1]

El año 2023 fue un hito importante para el fortalecimiento de los Programas de Desarrollo de Personas.

Los programas de liderazgo corporativo se reanudaron para acelerar el proceso de desarrollo y reforzar la interacción entre las sedes, además se implantaron y revisaron programas e iniciativas, como el Fundamental para Nuevos Gestores, que no sólo fomenta el desarrollo, sino que también aporta nuevos conceptos de liderazgo a todos los gestores que forman parte del primer nivel de liderazgo, lo que abarca

la potenciación de soft skills, la promoción del autoconocimiento y el desarrollo de competencias de gestión. Reforzando la gestión de las relaciones con los equipos, el programa ofrece a la dirección una nueva visión de las personas y, sobre todo, refuerza la cadena de sucesión en Honda.

Los entrenamientos en línea y las rutas de aprendizaje, ofrecidas en la plataforma Honda Academy, continúan desempeñando un papel importante en el desarrollo y preservación del conocimiento organizacional, incluso en temas técnicos de las áreas especializadas de la fábrica.



En la unidad de Moto Honda en Manaus, fue inaugurado un moderno centro de formación para garantizar que las demandas de capacitación técnica, seguridad y calidad sean mejor atendidas para todos, además de fortalecer el desarrollo del liderazgo.

El nuevo Centro de Formación y Desarrollo, instalado en un área central de la fábrica de

motocicletas, ha acercado geográficamente a los equipos al espacio dedicado a la formación de las personas, facilitando el acceso y aumentando y fomentando la participación de todos en las actividades de desarrollo ofrecidas. La inversión en el proyecto de reestructuración del espacio físico destinado a la formación demuestra la gran preocupación de Honda por las personas y ya se puede apreciar en el aumento de la participación en las formaciones presenciales.

FORMACIÓN



GÉNERO	2022		2023	
	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES
Número medio de horas de formación completadas por los empleados de la organización durante el periodo del informe	9,8	14,4	17,7	18,6
CATEGORÍA FUNCIONAL				
Directores	19,0	0	2,2	0,1
Gerentes y Gerentes Generales	18,8	19,6	33,9	64,0
Empleados - Administrativos	13,5	16,5	22,9	19,6
Empleados - Fábrica	8,5	12,4	14,3	15,6

Honda sigue trabajando para ampliar y fortalecer los cursos ofrecidos a sus empleados, con estudios de perfeccionamiento para capacitación técnica específica en las áreas, apoyo a la calificación profesional, garantizando la mejora continua de los procesos, además de atender a la necesidad de fortalecer el liderazgo.

Escuela de liderazgo

Con el objetivo de desarrollar internamente a los líderes de la empresa, los gestores de Honda están preparados para inspirar, coordinar y potenciar el talento de sus equipos. Partiendo de la filosofía de la empresa, un programa de formación garantiza la formación integral de los empleados en puestos directivos, a través de actividades y herramientas como proyectos estratégicos en grupos multidisciplinares (Cross-Functional Team), Coaching Profesional, Plan de Desarrollo Individual (PDI) y Evaluación 360°.



Programa de Prácticas

Se trata de la principal puerta de entrada para jóvenes profesionales que buscan un entorno de trabajo inspirador que valore aspectos como la iniciativa, la igualdad, la confianza y la comunicación.

Con una duración máxima de 24 meses, dividido en tres etapas, el programa incluye una metodología centrada en el aprendizaje y la experiencia práctica en el área de trabajo final. Además de participar en proyectos y actividades en el área definida, los alumnos desarrollan una propuesta de mejora relevante.

A lo largo de su desarrollo, los aprendices son acompañados por los gerentes de área y por el departamento de Recursos Humanos.

En noviembre de 2023, Honda lanzó su Programa de Prácticas 2024. **Se ofrecieron 22 vacantes de prácticas en las unidades de São Paulo (SP) y Sumaré (SP).**

**Programas
estructurados para
el desarrollo de
jóvenes talentos**

Programa de Aprendices

Incorporarse a una empresa sólida con una filosofía que valora el aprendizaje y el desarrollo continuo puede ser una gran oportunidad profesional. Por eso Honda organiza cada año su Programa de Aprendices.

El programa está dirigido a recién graduados (hasta dos años) con dominio de la lengua inglesa, de carreras como Administración, Informática, Ingeniería, Tecnología, Estadística, Física, Marketing, Matemáticas, Sistemas de Información, entre otras.

Los aprendices pasan los tres primeros meses en rotación de trabajo en las principales áreas de la empresa y los nueve meses siguientes trabajando en sus propias áreas.

También está previsto que desarrollen proyectos de mejora en las áreas en las que trabajan, así como un programa de formación específico y tutorías con los gerentes.

Honda abrió el proceso de selección para su programa de Aprendices en diciembre de 2023, ofreciendo 18 vacantes para las unidades de la empresa en São Paulo (SP), Sumaré (SP) y Manaus (AM), para trabajar en las áreas de Auditoría, Cobranza, Cumplimiento, Compras, Contabilidad, Crédito, Planificación de Productos, Planificación Comercial, Recursos Humanos, Tesorería y Tecnología de la Información.

NHC

Todos los años, la Filosofía Honda se celebra a través del programa de desarrollo NHC (New Honda Circle). En este programa, colaboradores de todas las áreas y unidades son invitados a formar grupos de trabajo dedicados a identificar oportunidades, desarrollar e implantar proyectos de innovación y mejora en los procesos y en el ambiente de trabajo como un todo.

Los proyectos deben desarrollarse siguiendo la metodología del programa y son una

oportunidad para que los empleados aprendan sobre herramientas de calidad, intercambien conocimientos y ganen visibilidad y reconocimiento, ya que los grupos destacados tienen la oportunidad de participar en convenciones nacionales e internacionales, compartiendo sus experiencias y creaciones.

De esta forma, Honda valora el capital humano, fomentando las ideas y reconociendo la dedicación individual en favor del aprendizaje

conjunto. En la edición 2023, participaron 9.906 colaboradores en América del Sur, formando 1.651 equipos. Además, para promover el intercambio de conocimiento entre las unidades, se realizó la Convención NHC América del Sur, en la ciudad de Manaus, organizada por Moto Honda. El evento contó con la participación de miembros con proyectos destacados, totalizando 237 colaboradores de diferentes países como: Brasil, Argentina, Chile, Perú, Estados Unidos, Indonesia, India y China.

NHC - New Honda Circle: el programa de innovación y mejora de Honda



Comunidades Locales

[GRI 103-2, 103-3/203, 203-1]

La visión de la empresa de compartir la alegría con las personas no estaría completa sin el trabajo de Honda con las comunidades locales. **Desde su fundación, Honda se esfuerza por contribuir con la sociedad y con sus clientes, creando productos y tecnologías de calidad, conviviendo armoniosamente y promoviendo actividades filantrópicas con el objetivo de estrechar los lazos con las comunidades del entorno de sus operaciones.**

Actualmente, se realizan diversas actividades sociales en todo el mundo, con el objetivo de compartir la alegría con las personas y convertirse en una empresa deseada por la sociedad. Honda también se esfuerza por apoyar iniciativas que reflejen las circunstancias locales en sus actividades corporativas en el extranjero.

Honda ha establecido principios fundamentales y direcciones globales que representan su enfoque de las actividades sociales. A partir de esta forma de ser, pensar y actuar, se creó el lema de la empresa Together for Tomorrow (juntos por el mañana, en español). Adoptado a nivel mundial por la empresa, es la manera en que Honda demuestra la

importancia de sus relaciones con la sociedad en su conjunto. Su construcción se basó en cuatro pilares – protección ambiental, educación para las generaciones futuras, atención a las necesidades de las comunidades locales y promoción de un tránsito más seguro – que ayudan a la empresa a direccionar sus acciones a favor del desarrollo social, económico y ambiental con foco en ayudar a construir un mundo mejor y más justo para las generaciones futuras.

En busca de mejorar la dirección y el enfoque de los proyectos y acciones sociales en la región, Honda South America cuenta con una Política de Acción Social y Patrocinio que busca promover las directrices de la Política Global dentro de la realidad regional.

En el período del 1 de enero de 2023 al 31 de diciembre de 2023, fueron realizados **45 proyectos y acciones sociales**, representando una inversión de cerca de 669 mil dólares. De este monto, el 10% (alrededor de 66.400 dólares) se invirtió a través de la Ley de Incentivo de Brasil – Lei Rouanet.



Se llevan a cabo
diversas actividades sociales en las seis regiones de operaciones de todo el mundo



Incentivo a la educación [GRI 203-1]

Reconociendo la importancia de la educación en la formación individual, Honda ofrece desde 2007 el Curso de Formación Profesional a jóvenes de la región de Recife (PE). La iniciativa tiene lugar en su Centro de Formación de la ciudad.

A lo largo de más de 800 horas de formación, los alumnos participan de clases teóricas y técnicas sobre mantenimiento de automóviles y motocicletas, con temas de metrología, eléctrica, revisión, inspección periódica y otros.

También se incluyen en la carga lectiva, con el objetivo de ampliar el campo de conocimientos de estos jóvenes y aumentar sus posibilidades en el mercado laboral, módulos de orientación sobre ventas, técnicas de negociación, salud, relaciones familiares, informática, medio ambiente, seguridad

vial e importancia del voluntariado.

El proceso de selección de los jóvenes incluye el análisis de criterios como la edad, la escolarización y la vulnerabilidad social, así como una prueba escrita, dinámicas de grupo y visitas familiares. **Los candidatos deben tener entre 18 y 20 años y estar cursando o haber terminado la enseñanza secundaria.**

En 2023, un grupo de 25 estudiantes de la ciudad de Recife (PE) tuvo la oportunidad de pasar por el Curso de Formación Profesional, sumando más de 310 jóvenes que se han beneficiado del proyecto desde su primera edición. Hoy, muchos de ellos están trabajando en el mercado laboral en diferentes funciones, algunos de los cuales comienzan sus carreras en la red de concesionarios Honda.

Con el objetivo de ampliar sus actividades, en abril de 2023, Honda firmó un Acuerdo de Cooperación con el Ayuntamiento de Sumaré para ofrecer formación profesional a los jóvenes de la ciudad. Desde entonces, el nuevo curso se inspira en la experiencia positiva y en las lecciones aprendidas en el curso de Recife a lo largo de los años y sigue los mismos moldes de éxito. El curso se realiza en el Centro de Capacitación Honda, ubicado en la unidad administrativa de la empresa en Sumaré (SP) y ya benefició a 19 jóvenes del interior de São Paulo.

El Curso de Capacitación Profesional cuenta con el compromiso y la dedicación de profesionales de Honda de las más diversas áreas de actuación, que agregan conocimiento al proyecto a través de su experiencia y conocimiento profesional, de forma voluntaria.



Semeando Sonhos - Recogida de aceite de cocina

Llevado a cabo por Honda Automóveis, el proyecto Semeando Sonhos (Sembrando Sueños) tiene como objetivo beneficiar a las instituciones de la comunidad local en torno a la planta de Itirapina (SP) mediante la venta de aceite de cocina usado a empresas especializadas en el reciclaje del producto.

La iniciativa comenzó en 2019 y contaba con la donación del aceite generado en las casas

de los empleados, que depositaban voluntariamente el producto en puntos de recogida distribuidos por la empresa. Después, el proyecto pasó a incluir la donación de aceite de los comedores de la fábrica y la recogida en las escuelas del municipio, donde, además de donar los recipientes de almacenamiento, Honda promovió campañas de concienciación ofreciendo charlas y obras de teatro para aclarar los impactos negativos de la eliminación incorrecta de estos residuos en el medio ambiente.

Se realizó una gincana entre las escuelas, que involucró a más de 1.880 alumnos, con el objetivo de incentivar la recolección de aceite y, como reconocimiento, los equipos vencedores recibieron una visita a la fábrica de Honda.

La acción beneficia instituciones que atienden a 110 niños y 23 ancianos y, hasta el momento, se reciclaron cerca de 2.465 litros de aceite, aumentando la conciencia ambiental, sustentando el medio ambiente y promoviendo la integración entre la empresa, los empleados y la comunidad.



Sou Voluntário Honda

Honda cree que las acciones de unión y solidaridad traen satisfacción y contagian alegría. Por eso, en 2021 se creó el grupo «Sou Voluntário Honda» -en español, Soy Voluntario Honda-, con la participación de más de 500 colaboradores de la fábrica de Manaus. Los voluntarios contribuyen donando alimentos, montando y entregando canastas básicas.

En 2023, los voluntarios recogieron toneladas de alimentos, así como donaciones adicionales de la empresa. Alrededor de 100 toneladas de alimentos y más de 2.000 juguetes fueron donados a más de 20 comunidades, beneficiando a miles de familias.





Pioneros en Movimiento, Unidos por la Sustentabilidad Vial

El proyecto social «Pioneros en Movimiento, Unidos por la Sustentabilidad Vial» es un programa educativo de Honda Motor de Argentina (HAR) orientado a crear una sociedad presente y futura en la que todos puedan perseguir sus sueños.

Comenzó en 2013 con el objetivo de sensibilizar a docentes, padres y alumnos de 6 a 12 años de escuelas primarias públicas y privadas.

Los cuatro pilares de la Política Global de Acción Social de Honda (proteger el medio ambiente, educar a las generaciones futuras, satisfacer las necesidades de las comunidades locales y promover un tránsito más seguro) se abordan a través de la presentación de contenidos representados por cuatro superhéroes (Súper Saber, La Chica Vialidad, Súper Eco y Capitán Solidario).

La acción ha aumentado su alcance desde el lanzamiento de su página web, donde se pueden descargar juegos educativos, fondos de pantalla y otros materiales para dar a conocer los cuatro pilares.

Para los alumnos que no disponen de conexión a Internet, el proyecto cuenta también con un cómic con contenidos educativos, que ofrece un acceso igualitario a la educación y el aprendizaje a través del juego. A final de año, se celebra un concurso para elegir a la «Escuela más pionera».

Utilizando recursos educativos como juegos, obras de teatro, circuitos de tráfico, recogida selectiva y reciclaje de residuos, de mayo a diciembre de 2023, la acción benefició a 29.183 personas, tanto en actividades presenciales como en línea.

Jornada de Empleabilidad

Con el objetivo de sumar esfuerzos para promover una cultura de sustentabilidad, Honda Motor de Argentina (HAR) y el Grupo de Responsabilidad Social Corporativa AcercaRSE, integrado por 17 empresas de distintos sectores, organizaron en noviembre de 2023 la acción denominada «Jornada de Empleabilidad».

Se beneficiaron 365 jóvenes de escuelas secundarias y técnicas (públicas y privadas) de las ciudades de Campana, Zárate, Lima y Exaltación de la Cruz, todas ubicadas en Argentina. La acción social pretende compartir herramientas, experiencias y orientar a los jóvenes en temas como redacción de CV, realización de entrevistas de trabajo, marketing personal, entre otros.



Curso de conducción profesional de motocicletas

Entre abril y octubre de 2023, Honda del Perú (HDP) organizó el «Curso de Manejo Profesional de Motocicletas». La iniciativa benefició directamente a 598 participantes.

El curso cuenta con instructores voluntarios que imparten clases prácticas y teóricas para enseñar las leyes de tránsito y métodos de conducción a la comunidad en general, clientes y potenciales clientes. La acción está en consonancia con las iniciativas de Honda por la armonía en el tránsito y el objetivo de contribuir a un tránsito más seguro para todos.

Movilidad e Innovación

Desde su Visión 2030, Honda expresa el deseo de «Servir a las personas de todo el mundo con la alegría de ampliar el potencial de sus vidas» y «Liderar el avance de la movilidad, promoviendo mejoras en la vida cotidiana». Por eso, desarrolla soluciones diseñadas para ser beneficiosas para la sociedad.

Como se explica con más detalle en el capítulo 3 de este informe (Estrategia de Sostenibilidad), Honda ha definido directrices específicas para hacer realidad la Visión 2030, que incluye el desarrollo de soluciones de movilidad diversificadas.

Así, el capítulo «Movilidad e Innovación» presenta las iniciativas, investigaciones y tecnologías de punta de Honda y cómo convergen para alcanzar una sociedad libre de emisiones de carbono y accidentes de tránsito.

Cabe destacar que Honda estudia continuamente la introducción de sus tecnologías en los mercados en los que opera. La política de la empresa es ofrecer la tecnología adecuada en el lugar adecuado y en el momento oportuno. Para ello, es necesario evaluar diversos factores, como la matriz energética del país, la infraestructura pública, las características del mercado, la geografía y el perfil del consumidor.

Iniciativas globales hacia una sociedad libre de emisiones de carbono

Automóviles

En abril de 2023, Honda Motor celebró una rueda de prensa sobre los progresos realizados hacia la transformación de su negocio y la electrificación.

La empresa anunció iniciativas como:

- **Adquisición estable de semiconductores:** desde una perspectiva a medio y largo plazo, Honda ha estado estableciendo relaciones de cooperación con fabricantes de semiconductores, incluida la colaboración estratégica con Taiwan Semiconductor Manufacturing Company Limited (TSMC).
- **Iniciativas en áreas relacionadas con las baterías:** para lograr su objetivo de aumentar la proporción de ventas de EV (vehículos eléctricos) y FCEV (vehículos de pila de combustible) al 100% en todo el mundo para 2040, Honda seguirá trabajando en la adquisición y el desarrollo de baterías, así como garantizando la adquisición estable de materiales para baterías mediante la creación de sólidas alianzas con empresas de reciclaje de recursos.



- **Planes de introducción de EV:** en Norteamérica, un modelo EV de tamaño medio-grande basado en la plataforma EV global original de Honda saldrá a la venta en 2025. En Japón, un modelo basado en la plataforma N-ONE saldrá a la venta en 2025, y dos modelos pequeños, incluido un SUV, se comercializarán en 2026.
- **Refuerzo de las áreas relacionadas con el software:** Honda duplicará el número inicialmente previsto de nuevas contrataciones en áreas relacionadas con el software.
- **Nueva creación de valor:** Honda ha asegurado un presupuesto anual de 100.000 millones de yenes para la investigación de la próxima generación de movilidad, así como para actividades de investigación fundamental. Honda Innovations Co., Ltd. se creó en Japón para reforzar la innovación abierta con start-ups.

Desarrollo de soluciones de movilidad diversificadas para el futuro



Para el segmento de las motocicletas, **Honda planea 30 modelos eléctricos para 2030 en sus mercados globales**

Motocicletas

Con el objetivo de lograr la neutralidad de carbono en toda su gama de motocicletas para la década de 2040, Honda acelerará la electrificación de sus modelos como eje principal de sus estrategias medioambientales para el negocio de dos ruedas, al tiempo que seguirá avanzando en los motores de combustión interna.

Honda tiene previsto introducir 30 modelos de motos eléctricas en todo el mundo para 2030 y pretende aumentar las ventas anuales de modelos eléctricos a 4 millones de unidades para 2030.

Como mayor fabricante de motocicletas del mundo, Honda continuará liderando la industria en esta «era de neutralidad de carbono», ofreciendo la «alegría de conducir» con sus motos eléctricas y nuevos productos de valor, aprovechando el alto nivel de compatibilidad de la tecnología de software y los modelos electrificados.

La empresa también anunció que para 2030 se esforzará por reducir el coste de las motos eléctricas acabadas en un 50% en comparación con el costo de los modelos

eléctricos actualmente disponibles alimentados por baterías intercambiables. Para lograrlo, Honda adoptará modelos enchufables, optimizará las celdas de las baterías, aumentará la eficiencia de compra y producción adoptando módulos comunes, y aumentará la eficiencia de producción a través de diversas medidas, como la producción en fábricas dedicadas a modelos eléctricos.

Para la electrificación de sus motocicletas, Honda está invirtiendo 100.000 millones de yenes en el periodo de 5 años de 2021 a 2025, e invertirá otros 400.000 millones de yenes en el siguiente periodo de 5 años de 2026 a 2030, totalizando aproximadamente 500.000 millones de yenes en 10 años antes del final de la década.

A partir de 2031, Honda aumentará aún más su competitividad invirtiendo en el establecimiento de un sistema y una capacidad de producción a escala mundial y avanzando aún más en las tecnologías de software para maximizar las ventas de motocicletas eléctricas.

Otras iniciativas globales hacia una sociedad libre de emisiones de carbono:

Resumen del negocio del hidrógeno de Honda

Trabajando para conseguir una sociedad neutra en carbono, Honda no sólo continuará electrificando sus productos, sino que también adoptará un enfoque proactivo para aumentar el uso del hidrógeno como portador de energía y se esforzará por ampliar su negocio del hidrógeno.

Honda ha identificado cuatro campos principales para la utilización de su sistema de pila de combustible: vehículos de pila de combustible (FCEV), vehículos comerciales, centrales eléctricas estacionarias y maquinaria de construcción, y colaborará activamente con otras empresas.

Honda seguirá investigando y desarrollando en el futuro con el objetivo de utilizar sus tecnologías de hidrógeno, como el sistema de pila de combustible y las tecnologías de electrólisis diferencial de agua a alta presión en el campo de la tecnología espacial.



En marzo de 2023, Honda puso en funcionamiento una central eléctrica estacionaria de pila de combustible en sus instalaciones de Torrance (California, EE.UU.), lo que supone el primer paso de la empresa hacia la futura comercialización de energía de reserva con cero emisiones.

La central de pilas de combustible, que funciona como tecnología de demostración, suministra energía de emergencia limpia y silenciosa al centro de datos de American Honda Motor Co. Inc. En los próximos años, Honda pretende aplicar un sistema estacionario de próxima generación para las instalaciones de fabricación y centros de datos de Honda

en todo el mundo, reduciendo así las emisiones de gases de efecto invernadero.

Los centros de datos necesitan energía fiable y de alta calidad, porque cualquier interrupción del suministro eléctrico puede provocar tiempos de inactividad o problemas como fraudes de datos y daños en los servidores. Los generadores estacionarios de reserva habituales funcionan con gasóleo, lo que genera más emisiones de carbono y contaminantes. Los sistemas de alimentación que utilizan pilas de combustible de hidrógeno ofrecen un futuro prometedor para la generación de energía limpia, pero a la vez fiable y de alta calidad.

En diciembre de 2023, Honda Motor Co., Ltd. comenzó las pruebas, en colaboración con Isuzu Motors Limited, para demostrar un camión pesado de pila de combustible (FC), el GIGA FUEL CELL, en las carreteras públicas de Japón. El modelo está siendo desarrollado por las dos empresas y a través de estas pruebas de demostración, previstas hasta finales de 2024, las marcas seguirán avanzando en la obtención de datos, la acumulación de conocimientos y la identificación de problemas técnicos para una introducción en el mercado en 2027.

Isuzu y Honda creen que esta tecnología, que utiliza hidrógeno como combustible y no produce emisiones de CO₂, será una medida eficaz para lograr la neutralidad de carbono en los camiones pesados.

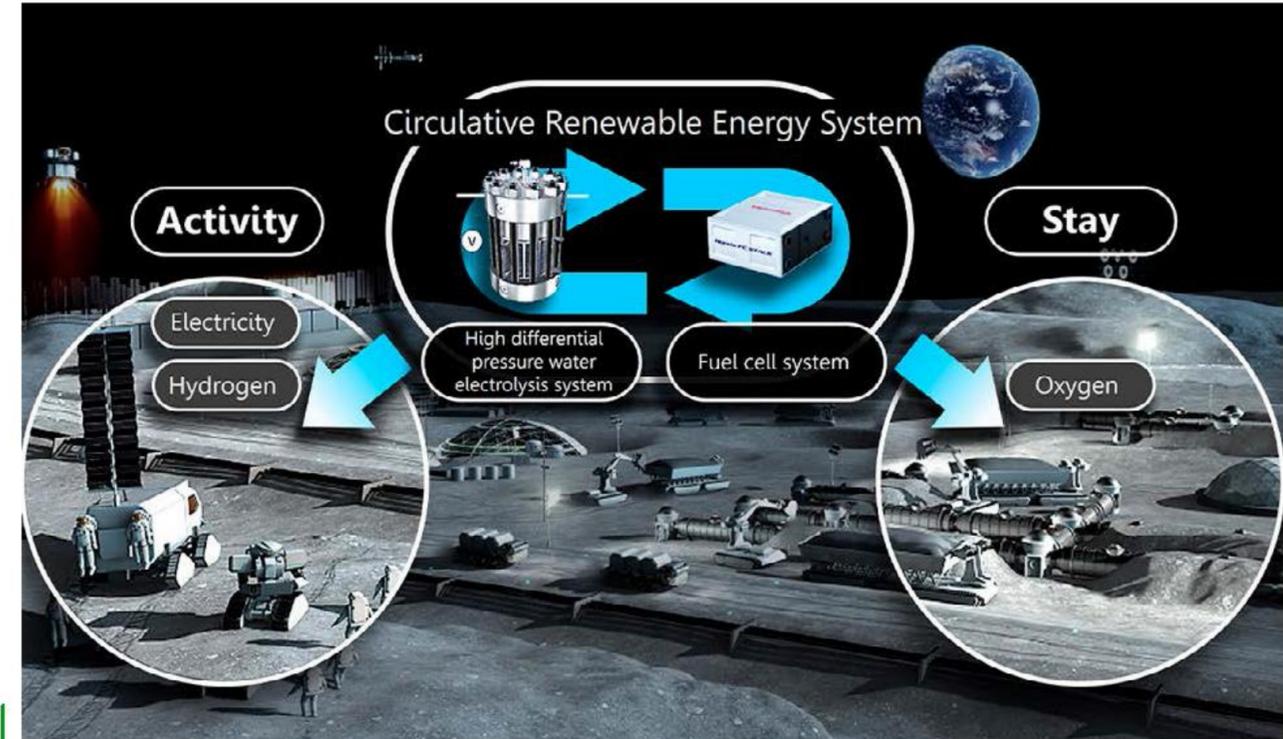


Asociaciones estratégicas para el desarrollo tecnológico

Acordo de joint venture Honda y GS Yuasa

Honda Motor Co., Ltd. (Honda) y GS Yuasa International Ltd. (GS Yuasa) han anunciado la firma de un acuerdo de joint venture para establecer una nueva empresa en 2023. Las empresas han llegado a un acuerdo para trabajar conjuntamente en baterías de iones de litio de alta capacidad y alto rendimiento y están discutiendo los detalles principalmente para vehículos eléctricos.

Para satisfacer la creciente demanda de baterías, la nueva joint venture, denominada 'Honda GS Yuasa EV Battery R&D Co., Ltd.', investigará y desarrollará baterías de iones de litio y métodos de producción de baterías altamente competitivos a nivel mundial. Además, la nueva empresa se esforzará por establecer una cadena de suministro de las principales materias primas y un sistema de producción altamente eficiente para sus baterías.



Sistema Circulante de Energía Renovable: Honda & JAXA

En 2023, Honda anunció la firma de un acuerdo de colaboración con la Agencia de Exploración Aeroespacial de Japón (JAXA) en relación con el «Sistema Circulante de Energía Renovable», diseñado para suministrar electricidad con el fin de mantener la funcionalidad de la vida espacial y de diversos sistemas de vehículos exploradores lunares (lunar rovers).

El Sistema de Energía Renovable Circulante combina el sistema original de electrólisis de agua de alta presión diferencial de Honda y un sistema de pila de combustible, y está diseñado para la producción continua de oxígeno, hidrógeno y electricidad a partir de energía solar y agua.

Producción de baterías: Una joint venture entre LG Energy Solution y Honda



LG Energy Solution (LGES) y Honda Motor Co., Ltd. anunciaron el establecimiento formal de una joint venture (JV) que producirá baterías de iones de litio para vehículos eléctricos (EVs) producidos por Honda.

La JV comenzó la construcción de una nueva fábrica de baterías a principios de 2023, con el objetivo de completarla a finales de 2024 y comenzar la producción en masa de

células avanzadas de baterías de iones de litio a finales de 2025. Se prevé que la planta tenga una capacidad de producción anual de aproximadamente 40 GWh.

Todas las baterías producidas por la nueva JV se suministrarán exclusivamente a las plantas de Honda en Norteamérica para alimentar los vehículos eléctricos de batería vendidos en la región.



Aprobación para que la organización de investigación «HySE» desarrolle motores propulsados por hidrógeno para vehículos de movilidad reducida*.

Honda se ha asociado con otras tres grandes empresas japonesas –Kawasaki, Suzuki y Yamaha– y ha recibido la aprobación del Ministerio de Economía, Comercio e Industria de Japón para formar una asociación de investigación tecnológica denominada HySE (Hydrogen Small Mobility & Engine Technology) con el fin de desarrollar motores propulsados por hidrógeno para la movilidad reducida, es decir, algunos modelos de motocicletas, minivehículos originarios de Japón, pequeñas embarcaciones marinas, equipos de construcción, drones, etc.

Para alcanzar una sociedad neutra en carbono, es necesaria una estrategia múltiple que aborde diversos problemas de movilidad, en lugar de centrarse en una única fuente de energía. En este contexto, la investigación y el desarrollo orientados a la comercialización de motores impulsados por hidrógeno –considerados una fuente de energía de próxima generación– deben cobrar impulso.

Las principales áreas de investigación y desarrollo incluyen: estudios sobre los motores impulsados por hidrógeno, estudios sobre el sistema de reabastecimiento de hidrógeno y estudios sobre el sistema de suministro de combustible.

Con la popularización de los vehículos electrificados, automatizados y conectados, el segmento de la automoción sigue una tendencia y la capacidad de desarrollar software es un factor muy

Asociación con Honda Motor para el desarrollo de software

La empresa ha anunciado una asociación para el desarrollo de software con SCSK Corporation (SCSK), un proveedor de soluciones y servicios de TI con sede en Japón. Con la popularización de los vehículos electrificados, automatizados y conectados, el segmento de la automoción sigue una tendencia y la capacidad de desarrollar software es un factor muy relevante.

En línea con estas tendencias, Honda ha firmado un acuerdo para formar una asociación con SCSK con el objetivo de establecer un sistema y una capacidad que permitan el desarrollo de un software más continuo y rápido. A través de esta asociación, las dos empresas unirán sus respectivos puntos fuertes, es decir, las tecnologías de control de sistemas y seguridad de Honda con la amplia gama de tecnologías de TI de SCSK, maximizando así la sinergia entre las empresas.

Esta asociación entre ambas empresas se centrará en el desarrollo de software en las siguientes áreas:

- Sistema operativo para la arquitectura eléctrica/electrónica (E&E) de próxima generación
- Sistemas de propulsión electrificados
- Seguridad avanzada y dirección automatizada IVI (infoentretenimiento en el vehículo)

Honda, GM y Cruise planean lanzar un servicio de transporte sin conductor a principios de 2026

Junto con Cruise y General Motors Company (GM), Honda Motor anunció la firma de un memorando con el objetivo de establecer una joint venture que pondrá en marcha un servicio de transporte sin conductor en Japón a principios de 2026.

Con este nuevo servicio, se propone ofrecer un servicio de viajes sin conductor que recogerá a los clientes en un lugar concreto y los llevará al destino, íntegramente mediante conducción autónoma. Los clientes utilizarán una aplicación específica en sus smartphones para completar todo el proceso, desde la recogida hasta el pago.



El vehículo utilizado será el Cruise Origin, un modelo autónomo sin asiento de conductor ni volante, que cuenta con un amplio espacio y permite que 6 personas viajen simultáneamente. Este servicio de transporte sin conductor ofrecerá un tipo de experiencia de movilidad completamente nuevo en Japón y llegará a un amplio rango de clientes, incluidos empresarios, familias y visitantes, entre otros.

Honda SENSING 360+, una iniciativa de Honda para la tecnología de seguridad y asistencia al conductor

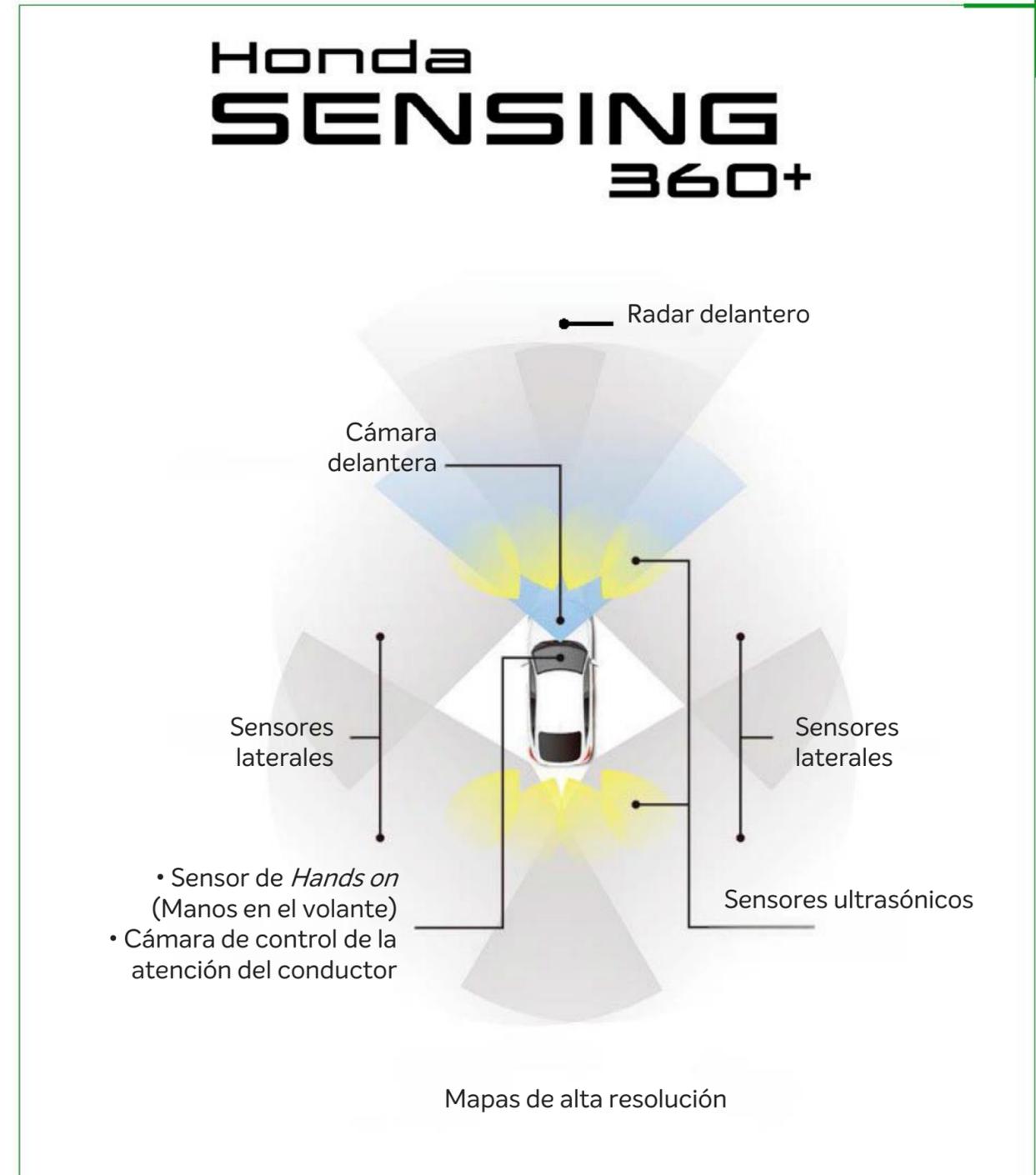
En 2023, Honda Motor Co. anunció el lanzamiento del nuevo sistema omnidireccional de seguridad y asistencia para motocicletas Honda SENSING 360+¹, que elimina los ángulos muertos alrededor del vehículo y contribuye a evitar colisiones y a reducir la carga del conductor durante la conducción.

Además de las funciones del actual Honda SENSING 360, el Honda SENSING 360+ adoptará una cámara de monitoreo del conductor y mapas de alta definición para mejorar las funciones de monitoreo de la condición del conductor y de control del vehículo, respectivamente, para reducir aún más la carga del conductor. Al reducir las colisiones causadas por errores humanos con estas nuevas tecnologías, Honda se esforzará por ofrecer vehículos que permitan a todo el mundo disfrutar de la libertad de la movilidad con total tranquilidad y animará a la gente

a salir más activamente y llegar más lejos con sus vehículos.

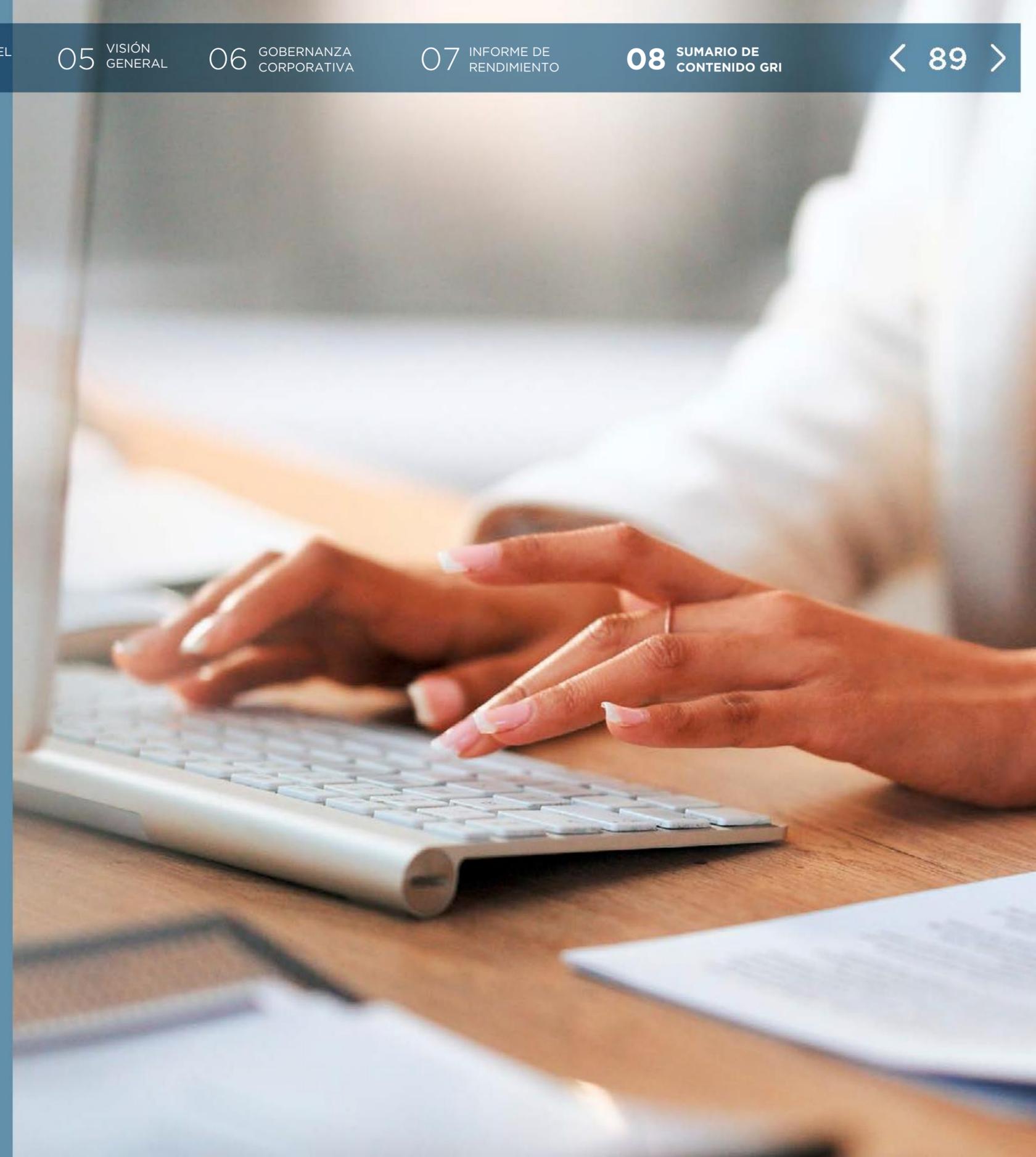
Basándose en el eslogan de seguridad global «Seguridad para todos», Honda se ha dedicado a lograr una sociedad libre de colisiones para todos los que comparten las carreteras y las calles, a través de la investigación y el desarrollo de tecnologías de seguridad desde una perspectiva de hardware y software. El objetivo de Honda es eliminar las muertes por accidentes de tráfico en los que se vean implicadas motos y coches de la marca en todo el mundo para 2050. Desde su introducción en 2014, las funciones de Honda SENSING han seguido avanzando, ampliando su aplicación a modelos de producción en serie en todo el mundo y apoyando a los clientes de Honda en diversas situaciones de conducción.

¹Las tecnologías Honda SENSING, Honda SENSING 360 y Honda SENSING 360+ ofrecen funciones de asistencia al motorista y sus capacidades tienen un límite, por lo que es necesario que el conductor conduzca de forma segura manteniendo una buena postura de conducción, prestando atención constante a su entorno y estando preparado para tomar el control de las operaciones de dirección y frenado en cualquier momento.



Sumario de Contenido GRI

08



Sumario de Contenido Estándares GRI

[GRI 102-55]

STANDARD GRI	DISCLOSURE	PÁGINA Y/O URL	OMISIÓN
GRI 10 1: FUNDAMENTO S 20 16			
Disclosures Generales			
	102-1 - Nombre de la organización	página 3	
	102-2 - Actividades, marcas, productos y servicios	página 15 a 17	
	102-3 - Ubicación de la sede	página 15	
	102-4 - Ubicación de las operaciones	página 16	
	102-5 - Propiedad y forma jurídica	Sociedad Limitada	
	102-6 - Mercados atendidos	página 16 a 17	
	102-7 - Tamaño de la organización	página 17	
	102-8 - Información sobre empleados y otros trabajadores	página 69 a 77	
	102-9 - Cadena de proveedores	página 64	
	102-10 - Cambios significativos en la organización y en la cadena de proveedores	página 64	
GRI 102: Disclosures Generales 2016	102-11 - Enfoque o principio de precaución	página 33	
	102-12 - Iniciativas externas	Honda South America no es signataria de ningún compromiso voluntario	
	102-13 - Participación en asociaciones	ABEEólica - Associação Brasileira de Energia Eólica ABRACICLO - Associação Brasileira dos Fabricantes de Motocicletas, Ciclomotores, Motonetas, Bicicletas e Similares SIMEFRE - Sindicato da Indústria de Materiais e Equipamentos Ferroviários, Rodoviários e Duas Rodas ANFAVEA/SINFAVEA - Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores / Sindicato Nacional da Indústria de Tratores, Caminhões, Automóveis e Veículos Similares AEA - Associação Brasileira de Engenharia Automotiva FIEAM - Federação das Indústrias do Estado do Amazonas CIEAM - Centro da Indústria do Estado do Amazonas AFICAM - Associação dos Fabricantes de Componentes da Amazônia Câmara de Comércio e Indústria Nipo-Brasileira do Amazonas e São Paulo ABIAPE - Associação Brasileira dos Investidores em Autoprodução de Energia FIESP-CIESP - Federação das Industrias do Estado de SP - Centro das Industrias do Estado de SP IQA -> Instituto da Qualidade Automotiva ABIMAQ - Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos SINDIPEÇAS - Sindicato Nacional da Indústria de Componentes para Veículos Automotores SINDIENERGIA-RS - Sindicato da Indústria de Energias Renováveis do Rio Grande do Sul CÂMARA DE COMÉRCIO E INDÚSTRIA JAPONESA DO BRASIL	
	102-14 - Declaración del principal responsable de la toma de decisiones	página 5	
	102-16 - Valores, principios, normas y reglas de conducta	página 7 a 9	

STANDARD GRI	DISCLOSURE	PÁGINA Y/O URL	OMISIÓN
GRI 10 1: FUNDAMENTO S 20 16			
Disclosures Generales			
	102-17 - Mecanismos de asesoramiento y cuestiones éticas	página 35	
	102-18 - Estructura de gobernanza	página 32 a 33	
	102-40 - Lista de partes interesadas	página 12	
	102-41 Acuerdos de negociación colectiva	El 100% de los empleados inscritos en el régimen CLT están cubiertos por acuerdos de clase y colectivos	
	102-42 - Identificación y selección de las partes interesadas	página 12	
	102-43 - Enfoque de la participación de las partes interesadas	página 12	
	102-44 - Principales temas y preocupaciones planteadas	página 12	
	102-45 - Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	página 12	
	102-46- Definición del contenido del informe y límites temáticos	página 12	
	102-47 - Lista de temas materiales	página 12	
GRI 102: Disclosures Generales 2016	102-48 - Reformulación de la información	página 12	
	102-49 - Cambios en los informes	página 12	
	102-50 - Periodo cubierto por el informe	página 12	
	102-51 - Fecha del último informe	2023	
	102-52 - Ciclo de divulgación de informes	anual	
	102- 53- Punto de contacto para preguntas sobre el informe	Para sugerencias sobre el contenido del Informe, póngase en contacto con nosotros a través de los teléfonos: Motocicletas y Productos de Fuerza: 0800 055 22 21 Automóviles: 0800 017 12 13 Banco Honda: +55 11 2172 7080 Consorcio Honda: +55 11 2172 7007	
	102-54 - Declaración de conformidad con los Standards GRI	página 12	
	102-55 - Sumario del contenido GRI	página 90 a 94	
102-56 - Verificación externa	El Informe de Sostenibilidad no ha sido verificado externamente		

STANDARD GRI	DISCLOSURE	PÁGINA Y/O URL	OMISIÓN
TEMAS MATERIALES			
Calidad de Productos y Servicios:			
	103-1 - Explicación del tema material y sus límites	página 12	
GRI 103: Forma de Gestión	103-2 - Forma de gestión y sus componentes	página 59 a 68	
	103-3 - Evaluación de la forma de gestión	página 59 a 68	
GRI 417-3: Casos de incumplimiento en relación con las comunicaciones de marketing 2016	417-3- Casos de incumplimiento en relación con las comunicaciones de marketing	página 67	
Satisfacción de los clientes			
GRI 103: Forma de Gestión	103-3 - Evaluación de la forma de gestión	página 66	
Ítem de control propio	<ul style="list-style-type: none"> • Clientes escuchados en las encuestas de satisfacción • Encuestas de imagen de marca y galardones públicos 	páginas 21, 25, 60 y 66	
Movilidad e Innovación			
	103-1 - Explicación del tema material y sus límites	página 82	
GRI 103: Forma de Gestión	103-2 - Forma de gestión y sus componentes	página 82	
Ítem de control propio	<ul style="list-style-type: none"> • Lanzamiento de nuevos productos y servicios • Informes sobre las innovaciones globales de la marca 	página 82 a 88	
Educación y Seguridad Vial			
	103-1 - Explicación del tema material y sus límites	página 53 a 58	
GRI 103: Forma de Gestión	103-2 - Forma de gestión y sus componentes	página 53 a 58	
Ítem de control propio	<ul style="list-style-type: none"> • Metas y/o compromisos para promover la seguridad vial • Nuevas tecnologías en los productos • CETH personas impactadas • Nuevas iniciativas (convenios) • Índice de servicio de retirada de Takata 	página 53 a 58	
Emisiones y Ecoeficiencia operativa			
Emisiones			
	103-1 - Explicación del tema material y sus límites	página 40 a 46	
GRI 103: Forma de Gestión	103-2 - Forma de gestión y sus componentes	página 40 a 46	
	103-3 - Evaluación de la forma de gestión	página 40 a 46	
	305-1 - Emisiones directas de GEI (Ámbito 1)	página 43	
GRI 305: Emisiones 2016	305-2 - Emisiones indirectas de GEI procedentes de la compra de energía (Ámbito 2)	página 43	
	305-4 - Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI)	página 44	
	305-7 - Emisiones de NO _x , SO _x y otras emisiones atmosféricas significativas	página 44	

STANDARD GRI	DISCLO SURE	PÁGINA Y/O URL	OMISIÓN
TEMAS MATERIALES			
Emisiones y Ecoeficiencia operativa			
Operaciones ecoeficientes			
	103-1 - Explicación del tema material y sus límites	página 47	
GRI 103: Forma de Gestión	103-2 - Forma de gestión y sus componentes	página 47	
	103-3 - Evaluación de la forma de gestión	página 47	
Energía			
	GRI 302-1: Energía	página 47 y 48	
GRI 302-1: Energía	GRI 302-3: Índice de Intensidad Energética	página 47	
	GRI 302-4: Reducción del consumo de Energía	página 48	
	103-1 - Explicación del tema material y sus límites	página 48	
GRI 103: Forma de Gestión	103-2 - Forma de gestión y sus componentes	página 48 y 49	
	103-3 - Evaluación de la forma de gestión	página 48 y 49	
GRI 303: Agua 2016	303-1 - Consumo de agua por fuentes	página 48	
Residuos y reciclaje			
	103-1 - Explicación del tema material y sus límites	página 50 y 51	
GRI 103: Forma de Gestión	103-2 - Forma de gestión y sus componentes	página 50 y 51	
	103-3 - Evaluación de la forma de gestión	página 50 y 51	
GRI 306: Efluentes y residuos 2016	306-2 - Residuos por tipo y método de eliminación	página 50	
Gestión de Personas y Diversidad			
Relaciones laborales			
	103-1 - Explicación del tema material y sus límites	página 69	
GRI 103: Forma de Gestión	103-2 - Forma de gestión y sus componentes	página 69	
	103-3 - Evaluación de la forma de gestión	página 69	
GRI 402: Relaciones laborales 2016	402-1 Plazo mínimo de notificación sobre cambios operativos:	En el caso de contrataciones internas que impliquen desplazamientos desde el domicilio, se informa previamente al trabajador, con al menos 30 días de antelación. En caso de que se decida volver del teletrabajo (work from home) al trabajo presencial, se informa al empleado con al menos 15 días de antelación.	

STANDARD GRI	DISCLOSURE	PÁGINA Y/O URL	OMISIÓN
TEMAS MATERIALES			
Gestión de Personas y Diversidad			
Salud y seguridad laboral			
	103-1 - Explicación del tema material y sus límites	página 73	
GRI 103: Forma de Gestión	103-2 - Forma de gestión y sus componentes	página 73	
	103-3 - Evaluación de la forma de gestión	página 73	
GRI 403: Salud y Seguridad Laboral 2016	403-2 - Tipos y tasas de lesiones, enfermedades ocupacionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo	página 73 y 74	no detallado
Formación y Educación			
	103-1 - Explicación del tema material y sus límites	página 75 y 76	
GRI 103: Forma de Gestión	103-2 - Forma de gestión y sus componentes	página 75 y 76	
	103-3 - Evaluación de la forma de gestión	página 75 y 76	
GRI 404: Formación y Educación 2016	404-1 - Promedio de horas de formación al año, por empleado	página 75	
Diversidad e Inclusión			
	103-1 - Explicación del tema material y sus límites	página 71	
GRI 103: Forma de Gestión	103-2 - Forma de gestión y sus componentes	página 71 y 72	
	103-3 - Evaluación de la forma de gestión	página 71 y 72	
GRI 405-1: Diversidad en los órganos de gobernanza y entre los empleados	GRI 405-1: Diversidad en los órganos de gobernanza y entre los empleados	página 71 y 72	
Ética y Gobernanza			
	103-1 - Explicación del tema material y sus límites	página 32	
GRI 103: Forma de Gestión	103-2 - Forma de gestión y sus componentes	página 32 a 37	
	103-3 - Evaluación de la forma de gestión	página 32 a 37	
	102-16 - Valores, principios, normas y normas de conducta	página 32	
	102-17 - Mecanismos de asesoramiento y cuestiones éticas	página 35	
GRI 102-16, 102-17, 205-2, 419-1	205-2 - Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	página 37	
	419-1 - Incumplimiento de leyes y reglamentos en el ámbito socioeconómico	página 34	

Créditos e Información Corporativa

El área de Comunicación Corporativa desempeña el rol de planificar y preparar el Informe de Sostenibilidad de Honda.

Con la cooperación de cada área de negocio, el material se publica después de la validación y discusión acerca de los contenidos. Este informe ha sido estructurado para comunicar a las partes interesadas las iniciativas de la empresa para mejorar aún más su valor corporativo y cómo Honda continuará aportando alegría a la sociedad.

Comité Editorial

Departamento de Comunicación Corporativa de Honda South America
Departamento ESG de Honda South America

Diseño gráfico, diagramación e infografía

Magenta Lab

Fotos

Colección Honda, Freepik y The Noun project, Unsplash, Pexel y Adobe



Página web Honda

<https://www.honda.com.br/>



LinkedIn Honda Brasil

HONDA
The Power of Dreams

How we move you.
CREATE ► TRANSCEND, AUGMENT