

INFORME DE SOSTENIBILIDAD

20
21





PRESENTACIÓN

1

Por detrás de la marca Honda existe la historia extraordinaria de un hombre y su sueño. Hijo de un herrero y de una tejedora, Soichiro Honda nació en otoño de 1906, en la ciudad de Hamamatsu, en Japón. Cuando niño, pasaba muchas horas ayudando a su padre en el taller donde reparaba bicicletas, medio de transporte que se tornaba cada vez más popular en el país en aquel inicio de siglo XX.

Él se fascinó cuando vio un carro motorizado por primera vez y a partir de entonces comenzó a soñar con la idea de construir su propio automóvil. A los 15 años, él se mudó para Tokio y comenzó a trabajar en un taller mecánico. Fue allí donde, combinando técnicas industriales y artesanales, tuvo la oportunidad de construir su soñado carro. Así nació el modelo “Curtiss”, vehículo probado y aprobado para carreras que, en 1924, ganó el Japan Motor Car Championship. En esa época, Soichiro Honda tenía solamente 18 años.

A los 21 años, él volvió para su ciudad natal y comenzó a trabajar en un taller mecánico hasta tener capital suficiente para abrir su propia fábrica de piezas de automóviles, donde comenzó a producir anillos de pistón.

“Un sueño nunca es demasiado grande.”

Soichiro Honda



74
años de historia

50
años en América del Sur

Sello conmemorativo por los 50
años de Honda en Brasil



SONHOS
QUE MOVEM
GERAÇÕES

HONDA
The Power of Dreams

Soichiro Honda fue testigo de dos grandes guerras y también de un conflicto entre China y Japón. Después de la Segunda Guerra Mundial, el país estaba completamente devastado y él perdió todo lo que había construido debido a los bombardeos y también a un terremoto que conmocionó aún más el país. Uno de los peores problemas en aquel tiempo era el transporte. Con el racionamiento de combustible y trenes abarrotados, Soichiro Honda compró un lote de motores usados para generadores y los adaptó en bicicletas. Fue así que comenzó a vender los primeros ciclomotores.

La producción de motocicletas fue siendo mejorada y aumentando, los carros comenzaron a formar parte de la línea de producción y, poco a poco, fábricas fueron siendo instaladas en todo Japón y enseguida en otros países y continentes.

La reputación de la empresa creció y hoy Honda Motor Company es uno de los mayores nombres de la industria automovilística, conocida y respetada en el mundo entero. Soichiro Honda falleció en 1991, pero su sueño continúa vivo hasta hoy. Inspirada por el poder de los sueños, la empresa intenta, por medio de sus productos y servicios, proporcionar experiencias diferenciadas para las personas. El compromiso de la marca es proporcionar alegría y mejorar la vida de las personas por medio de la movilidad.

Gracias a la creencia y perseverancia de su fundador, Honda es una empresa global con 74 años de historia y con actividades en América del Sur hace más de 50 años, donde produce, importa y comercializa motocicletas, automóviles, cuatriciclos y productos de fuerza. En el 2015, el sueño de Soichiro creó alas y la compañía pasó también a comercializar el avión ejecutivo HondaJet, el más avanzado del mercado en su categoría.

Por intermedio de Honda South América, holding responsable de todas las operaciones del grupo en la región, la compañía mantiene unidades productivas en Brasil, Argentina y Perú, además de una unidad importadora en Chile y más de 2.200 puntos de venta, lo que garantiza la presencia de la marca en las principales ciudades de América del Sur. Este relato contiene información y datos sobre las operaciones en América del Sur en el 2021.

Con él, Honda mantiene la relación de transparencia que establece con sus públicos, así como rinde cuenta de sus acciones, proyectos y resultados alcanzados por sus subsidiarias en la región.

Se trata de un material importante al respecto de la materialización del sueño de Soichiro Honda y del comprometimiento global de la compañía en expandir la alegría de la movilidad y el potencial de la vida de las personas por medio de sus productos y servicios, lo que traduce la visión 2030 de la empresa.

MENSAJE DE LA ADMINISTRACIÓN

2



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

Preparamos este contenido con dedicación y transparencia, a fin de promover, integrar y dar continuidad a las discusiones sobre la importancia del alineamiento del negocio a los grandes temas socioambientales y de gobierno corporativo, cada día más esenciales para el desarrollo sostenible de empresas y organizaciones.

Honda es una empresa orientada para el ser humano que tiene como propósito ampliar el potencial de la vida de las personas por medio de soluciones de movilidad. La visión de la marca para asegurar la sostenibilidad de largo plazo es “ser una empresa deseada por la sociedad” capaz de crear valor para los clientes, por medio de soluciones y tecnologías únicas e innovadoras y, al mismo tiempo, crear valor para la sociedad, contribuyendo para la solución de temas de relevancia para las personas y para el planeta.

Como parte de este esfuerzo, Honda presenta en este relato su nueva matriz de materialidad, revisada con base en un amplio proceso de escucha junto a nuestros diferentes públicos de interés. En línea con los cambios en los valores y expectativas de la sociedad incorporamos, a partir de este año, temas de suma importancia en nuestra matriz: Diversidad e Inclusión, Movilidad e Innovación. Además de esto, mantuvimos el compromiso de relatar nuestros avances en los temas

ambientales, de seguridad en el tránsito, ética y gobierno, calidad, satisfacción de los clientes y gestión de personas.

El año 2021 estuvo marcado por la mayor crisis sanitaria de nuestra época, la pandemia de covid-19. Tuvimos que convivir con la continuidad del aislamiento social, con las inestimables pérdidas de seres queridos y con los impactos de la pandemia en el ambiente de negocios.

Pero fue también el año en que recuperamos la esperanza y vimos el importante avance de la vacunación en masa y la disminución en las tasas de internaciones y mortalidad.

En el 2021, la industria automotriz también enfrentó inestabilidades en la cadena de suministros, afectando principalmente la disponibilidad de semiconductores, con impactos en las compañías en escala global.

Todos estos desafíos exigieron, nuevamente, flexibilidad en el trato con los asociados de negocios y la adopción de una gestión ágil, capaz de revisar continuamente los aspectos más relevantes de la operación.

En este escenario, contamos con la colaboración de nuestra red de concesionarias y de proveedores, fundamentales para la sostenibilidad de Honda a largo plazo; y con la dedicación de nuestros colaboradores, que se probó, nuevamente, un equipo cohesivo y resiliente.

El año pasado también estuvo marcado por la celebración de los 50 años de Honda en suelo nacional. A lo largo de esta trayectoria, fueron más de 26 millones de motocicletas y 2 millones de automóviles comercializados, que contribuyeron para democratizar la movilidad y mejorar la vida de las personas en todas las regiones del país.

En el 2022, celebramos los 30 años de Honda Automóviles de Brasil y los 35 años de Seguros Honda, hitos que comprueban la solidez de la marca Honda junto a los brasileños.

Asumí las operaciones de Honda South América en abril del 2021 y completo mi primer año de gestión con la seguridad de que estamos en el camino correcto, trabajando con enfoque en la satisfacción de nuestros clientes y con la misión de tornar la marca Honda cada vez más deseada por la sociedad.

Mirando para el futuro, sé que aún tenemos mucho por realizar. Estamos vivenciando una transformación nunca antes vista en nuestra industria, un evento que sucede una vez cada cien años. Y en este contexto, Honda está cambiando rápidamente con la visión de liderar el futuro de la movilidad.

Honda está comprometida con dos grandes direccionamientos para sus operaciones en todo el mundo. Antes del 2050, la empresa desea alcanzar la neutralidad de carbono en productos y actividades corporativas y eliminar las colisiones fatales en el tránsito involucrando vehículos de la marca.

Y, en línea con los direccionamientos globales, establecimos tres pilares que dirigen nuestra estrategia de productos para los próximos años: medio ambiente; seguridad y conectividad.

Seguimos con la renovación de la línea de modelos con productos más económicos y amigables al medio ambiente, embarcando motorizaciones aún más eficientes, más seguros y conectados.

Estableceremos prioridades claras y maximizaremos el uso de nuestros recursos para responder rápidamente a los cambios del ambiente, mejorando nuestros productos y su relación con el medio ambiente, cuidando de la calidad de vida de nuestros colaboradores, fortaleciendo las estructuras de ética y gobierno y, por encima de todo, demostrando respeto a toda la sociedad.

¡Agradezco su atención y les deseo una buena lectura!

Atsushi Fujimoto,
Presidente de Honda South América

Trabajamos con
enfoque en la
satisfacción de
nuestros clientes
y con la misión de
tornar la marca
Honda cada vez
más deseada por
la sociedad

ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

• GRI 102-16 •

3

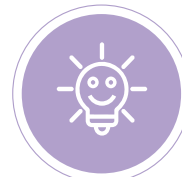
Para Honda, una de las tareas más inspiradoras es poder multiplicar y perpetuar una filosofía que trae como premisas “El Respeto al Individuo” y la repartición de las “Tres Alegrías”. Vivenciada entre los colaboradores y por todos los involucrados en su cadena de valor, esta filosofía torna a Honda una empresa única, innovadora y deseada por la sociedad. Objetivos comunes, valores y principios que guían la actuación de todos los involucrados en el negocio. Esa es la Filosofía Honda, que se presenta en tres ejes:



“El Principio de Honda: En un espíritu global, nos dedicamos a ofrecer productos de la más alta calidad, a un precio justo, para la satisfacción de nuestros clientes en todo el mundo.”

• **Respeto por el individuo:** Principio que estimula y promueve el intercambio de alegrías, por medio del respeto a las características individuales, de la relación de igualdad y confianza y de la aplicación máxima de la iniciativa de cada persona.

• **Tres Alegrías:** El deseo de Honda es construir relaciones de confianza y compartir la alegría con todas las personas con quien tiene contacto por medio de sus actividades y productos



ALEGRÍA DE CREAR, experimentada por los colaboradores que dedican sus talentos, habilidades y conocimiento para crear productos y servicios que proporcionen alegría a los clientes.



ALEGRÍA DE VENDER, sentida por colaboradores y concesionarios Honda al obtener la confianza de los clientes y ofrecer productos y servicios de calidad superior, que excedan sus expectativas.



ALEGRÍA DE COMPRAR, vivenciada por los clientes al adquieran algún producto o servicio de la marca. La alegría del cliente es lo que atribuye valor a las actividades de Honda y es por medio de ella que las demás alegrías pueden ser vivenciadas.

• **Política de Gestión de Honda:** Contempla cinco tópicos principales para guiar a los colaboradores Honda en sus responsabilidades diarias:



MANTENGA

siempre el sueño y el espíritu joven



VALORICE

las teorías, las ideas y el tiempo



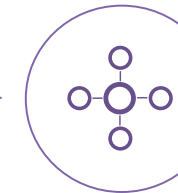
TENGA

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



AME

su trabajo y valorice la comunicación



CREE

constantemente un flujo de trabajo armonioso

Direccionamiento de Negocio y Visión 2030

“Servir a las personas de todo el mundo con la alegría de expandir el potencial de sus vidas”.

Ir más allá de las expectativas es una constante en la forma en que 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 enfoque en el desarrollo sostenible de las regiones donde está instalada y, de esta forma, tornarse una empresa deseada por la sociedad.

Solo así los clientes podrán vivenciar alegría y experiencias únicas por medio de las soluciones proporcionadas por la empresa. Para darle

sustentación a este direccionamiento de negocio, Honda trazó la Visión 2030, cuyo direccionamiento es liderar el avance de la movilidad y permitir que las personas en todo el mundo mejoren sus vidas diarias.

Este esfuerzo involucra crear, expandir y asegurar alegrías. El enfoque de Crear Alegrías puede ser entendido como la perspectiva de la pasión universal de Honda en ofrecerles a las personas la alegría de expandir el potencial de sus vidas, creando valor para la movilidad y su día a día.

El objetivo es seguir ofreciendo productos y servicios únicos, que, a partir de la tecnología, puedan mejorar la vida de las personas. Por medio del direccionamiento de Expandir las Alegrías, Honda se dedica al desarrollo de soluciones diversificadas de movilidad que satisfagan las particularidades de los diferentes perfiles de consumidores en los países donde realiza negocios. Por fin, con enfoque en Asegurar las Alegrías para las próximas generaciones, la empresa promueve iniciativas para contribuir con la creación de una sociedad libre de emisiones de carbono y libre de accidentes de tránsito.

VISIÓN 2030
Honda South
América

PROPORCIONAR
A TODAS LAS
PERSONAS LA
ALEGRÍA DE
EXPANDIR LAS
POSIBILIDADES
DE LA VIDA

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



CREAR ALEGRÍAS

CREAR VALOR PARA LA MOVILIDAD
Y EL DÍA A DÍA

- Proporcionar la alegría de la libre movilidad
- Proporcionar la alegría de mejorar la calidad de vida



EXPANDIR ALEGRÍAS

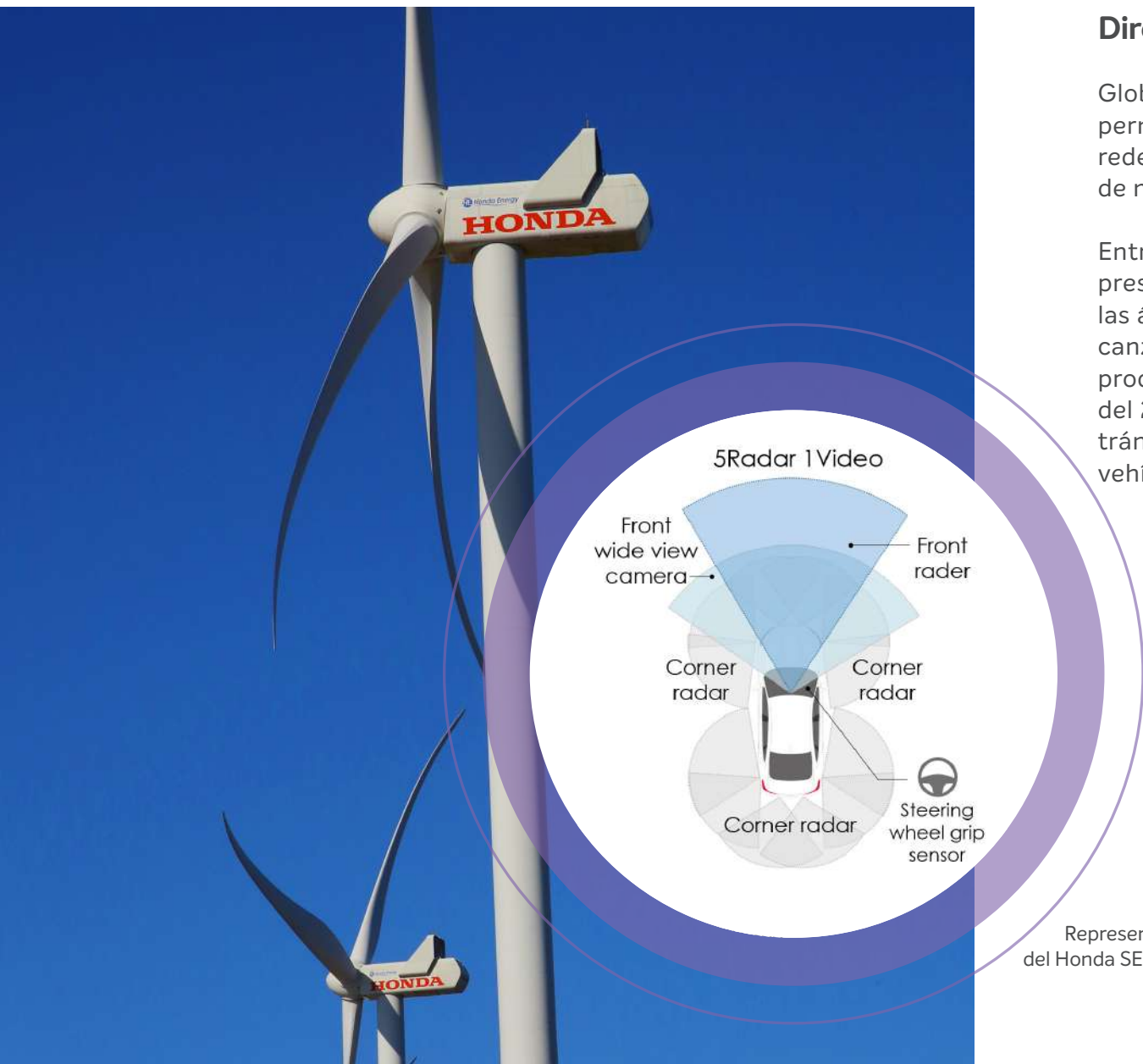
CORRESPONDER A LA DIVERSIDAD
DE INDIVIDUOS

- Ofrecer productos y servicios de excelencia que correspondan a las particularidades de los individuos y sociedades



ASEGURAR ALEGRÍAS PARA
LAS PRÓXIMAS GENERACIONES
ACTUAR EN FAVOR DE UNA SOCIEDAD
MÁS LIMPIA Y SEGURA

- Liderar los esfuerzos para una sociedad libre del carbono
- Liderar los esfuerzos para una sociedad libre de accidentes de tránsito



Directrices globales

Globalmente, Honda definió directrices que permean a las subsidiarias de la empresa alrededor del mundo, buscando sus objetivos de manera integrada.

Entre los compromisos globales de la empresa, hay dos ampliamente difundidos, en las áreas de Medio Ambiente y Seguridad: alcanzar la neutralidad de carbono en todos los productos y operaciones corporativas antes del 2050, así como eliminar los accidentes de tránsito con víctimas fatales involucrando a vehículos Honda antes del mismo año.

Globalmente, Honda posee metas y compromisos en las áreas de Medio Ambiente y Seguridad

Representación
del Honda SENSING

En el pilar ambiental, la empresa está invirtiendo en vehículos electrificados, incluyendo motores híbridos o 100% eléctricos, y vehículos movidos por celda de combustible de hidrógeno. Honda también está invirtiendo en tecnologías de energía renovable, como Honda Mobile Power Pack, y operaciones de energía inteligente vinculadas a la infraestructura de red.

En el campo de la Seguridad, Honda ha trabajado en la tecnología omnidireccional ADAS – Sistema Avanzado de Asistencia al Chofer (advanced driver-assistance system), para tornarlo viable para todos los nuevos modelos de automóviles introducidos en los países desarrollados antes del 2030. Además de esto, la empresa apalancó conocimiento y know-how por medio de investigación y desarrollo de tecnologías de dirección autónoma de nivel 3, lo que mejorará, aún más, la inteligencia del ADAS.

Además de esto, conforme fue explicado en la página 64 de este informe, Honda trabaja también en el fortalecimiento de programas educativos dirigidos a la seguridad en el tránsito.

Estrategia de Sostenibilidad

Honda tiene como propósito mejorar la vida de las personas por medio de soluciones de movilidad. Por encima de todo, hacerlo para crear valores diferenciados para los diversos públicos de interés, que sean sostenibles a lo largo del tiempo, garantizando así la existencia de la empresa a largo plazo. De esta forma, Honda fundamenta la gestión estratégica de la sostenibilidad en cinco compromisos prioritarios, que permean sus procesos de decisión y operaciones.

Honda fundamenta la gestión estratégica de la sostenibilidad en cinco compromisos prioritarios



Medio Ambiente: Para Honda, la preservación del medio ambiente y el uso consciente de los recursos naturales son aspectos esenciales para alcanzar el desarrollo económico y garantizar la perennidad de las actividades de la empresa.



Calidad: La inversión en tecnología es fundamental para el mantenimiento de Honda como protagonista dentro de los segmentos de actuación. La sostenibilidad de las operaciones y los diferenciales de los productos están asociados directamente con la calidad que es presentada y reconocida por los públicos de interés.



Seguridad: Cuando el tema es movilidad, para Honda es una obligación abordar la temática seguridad, buscando garantizar las inversiones necesarias para que sus productos presenten el mejor desempeño posible y satisfagan las expectativas de sus clientes. En conjunto, son realizadas iniciativas dirigidas para la concientización de todos aquellos que participan de alguna forma de la dinámica del tránsito.



Personas: Insertada con destaque en las regiones donde está presente, la valorización de aquellos que forman parte del día a día de la empresa es fundamental para el buen desempeño de las actividades. Desde los colaboradores hasta las comunidades, la combinación de inversión en el desarrollo profesional y en el bienestar de la sociedad es parte de la estrategia de actuación de la empresa.



Movilidad e Innovación: Honda cree que la tecnología debe estar al servicio de la vida de las personas. Por eso, desarrolla soluciones proyectadas para ser benéficas y mejorar la vida de todos.

HONDA
The Power of Dreams

**DIRECCIONAMIENTO
PARA EL SIGLO 21**

SER UNA EMPRESA CUYA
EXISTENCIA SEA DESEADA
POR LA SOCIEDAD



Crear
Alegrías



Expandir
Alegrías



Asegurar Alegrías
para las próximas
generaciones

MENTE ABIERTA
EL DESAFÍO DE LA
EVOLUCIÓN CONJUNTA

**FILOSOFÍA
Honda**

Nuestras
creencias
fundamentales

El Principio
de Honda

Política de
Gestión
de Honda

**TEMAS-CLAVE DE
LA SOSTENIBILIDAD**



Medio
ambiente



Calidad



Movilidad e
Innovación



Seguridad



Personas

SOBRE EL INFORME

4

Por séptimo año consecutivo, Honda South América (HSA) presenta el Informe de Sostenibilidad, que contempla los destakes de la empresa en la gestión de temáticas ambientales, sociales y de gobierno de las subsidiarias regionales instaladas en Brasil, en Argentina, en Perú y en Chile, excepto cuando sea indicado, durante el período del 01 de enero al 31 de diciembre de 2021. Este informe fue elaborado de acuerdo con las premisas GRI – Global Reporting Initiative, en la opción esencial del GRI Standards, confiriéndole al relato mayor transparencia y rigor semejante al de documentos financieros.

• **GRI 102-1, 102-45, 102-50, 102-54** •

Honda presenta para el relato del 2021 la actualización de los tópicos materiales de la empresa. Los temas de relevancia tratados a lo largo de este documento fueron identificados a partir de un proceso de materialidad, que apunta, en la percepción de los públicos de relación y de la alta gestión, los asuntos que deben ser priorizados en la gestión de sostenibilidad y en la comunicación del desempeño de la compañía.

• **GRI 102-46** •

Estos asuntos fueron identificados y priorizados conforme las etapas siguientes:

1. Consulta inicial a las metodologías Sustainability Accounting Standards Board (SASB)¹, S&P Global – Yearbook 2021²; MSCI – Ratings and Materiality 3 y GRI 4 para la identificación y clasificación de criticidad de los temas relativos al sector automotriz en la perspectiva del mercado;

2. Análisis de tópicos materiales divulgados por empresas pares del sector para el mapeo de asuntos potencialmente prioritarios;

3. Entrevistas con la alta gestión y consultas online a los públicos de interés para la priorización de los tópicos. El sondeo público fue respondido por 968 personas, de diferentes grupos de relación (clientes, asociaciones de clase, colaboradores, concesionarias, proveedores, gobierno y prensa). • **GRI 102-40; 102-42; 102-43; 102-44** • En el proceso de formateo de la matriz de materialidad, también fueron evaluados el ambiente de negocios local, tendencias globales que impactan los segmentos de actuación de Honda y nuevas demandas como consecuencia de la pandemia de covid-19, revelando el desempeño y desafíos frente a este contexto.

¹ Institución norteamericana que define los estándares de reporte de sostenibilidad para las empresas con capital abierto en la bolsa americana.

² Publicación anual de S&P Global, que se basa en el Corporate Sustainability Assessment (CSA) – la evaluación que fundamenta la elaboración de los índices de sostenibilidad Dow Jones, desarrollados a partir del análisis de una serie de criterios ESG de empresas listadas en la bolsa de valores americana.

³ Las clasificaciones MSCI ESG suministran una evaluación de largo plazo de las empresas a las cuestiones ambientales, sociales y de gobierno (ESG).

⁴ Global Reporting Initiative es una organización internacional que ayuda a empresas, gobiernos y otras instituciones a comprender y comunicar el impacto de los negocios en cuestiones críticas de sostenibilidad

Temas Materiales

Los tópicos priorizados durante las consultas y validados por el board de Honda South América son presentados en la lista siguiente: • **GRI 102-47** •



**Calidad de los productos
y servicios**



**Satisfacción de
los clientes**



Movilidad e Innovación



**Educación y Seguridad
en el Tránsito**



**Emisiones y Ecoeficiencia
operativa**



Ética y Gobierno



**Gestión de Personas
y Diversidad**

TEMA MATERIAL	DESCRIPCIÓN	INSTRUMENTO DE GESTIÓN	ODS CORRESPONDIENTE
Calidad de los productos y servicios	Establecer parámetros de calidad en el desarrollo de servicios y en la fabricación de los productos, garantizando un ciclo de mejoría continua, y comunicando de forma transparente los procesos a fin de promover prácticas de publicidad y propaganda responsables.	• GRI: 417-3 •	
Satisfacción de los clientes	Promover encuestas de satisfacción de los clientes sobre los productos y servicios de la marca Honda y direccionar esfuerzos en el desarrollo de soluciones y mejoras	• Clientes escuchados en encuesta de satisfacción • Encuestas de imagen de marca y premiaciones públicas	
Movilidad e Innovación	Invertir en investigaciones y tecnologías para fomentar la sostenibilidad en soluciones de movilidad urbana	• Nuevos lanzamientos en productos y servicios • Reporte de las innovaciones globales de la marca	
Educación y Seguridad en el Tránsito	Inversión en tecnologías y aplicación de los ítems de seguridad de los productos, concientización de la seguridad en el tránsito, procesos de recall	• Metas y/o compromisos para la promoción de la seguridad en el tránsito • Nuevas tecnologías en los productos • CETH personas impactadas • Nuevas iniciativas (convenios) • Índice de atención recall Takata	
Emisiones y Ecoeficiencia Operativo	Compromisos y metas que tengan como objetivo la reducción de las emisiones atmosféricas.	• GRI 305-1, 305-2, 305-4, 305-5, 305-7 • Neutralidad de carbono en la producción de sus productos y actividades corporativas antes del 2050.	
	Uso racional del agua y perfeccionamiento de la gestión energética de las instalaciones fabriles, gestión de residuos y concepto 3R's.	• GRI 302-1, 302-3, 302-4, 303-1, 306-1, 306-2 •	
Ética y Gobierno	Fortalecer mecanismos para uma gestão transparente e ética em toda a estrutura de governança do grupo Honda, alinhada às melhores práticas ESG	• GRI 102-16, 102-17, 205-2, 419-1 •	

TEMA MATERIAL	DESCRIPCIÓN	INSTRUMENTO DE GESTIÓN	ODS CORRESPONDIENTE
Gestión de Personas y Diversidad	Promover un ambiente de respeto, integración y valorización en la relación entre colaboradores, y garantizar la salud y seguridad del ambiente de trabajo	• GRI 403-1, GRI 403-2 •	
	Incentivar el desarrollo personal y profesional por medio de entrenamientos y gestión de desempeño alineadas a la filosofía de Honda	• GRI 404-1 •	
	Establecer compromisos y promover una cultura de diversidad e inclusión en el cuadro de colaboradores	• GRI 405-1, GRI 405-2 •	

Nueva matriz de materialidad de Honda South América tiene como nuevos temas: Diversidad y Movilidad e Innovación

Conforme fue presentado en la tabla anterior, siete tópicos materiales forman la matriz de materialidad de Honda South América.

Comparativamente a la matriz trabajada anteriormente, se nota que la mayoría de los temas fue mantenida y está relacionado en tópicos más abarcadores, como es el caso de Conformidad Socioeconómica, incorporado en Ética y Gobierno; Bienestar y Seguridad de los

Colaboradores, y Entrenamiento y Educación, que pasan a ser reportados en Gestión de Personas y Diversidad; y Emisiones y Energía, que en la nueva matriz están insertados en Emisiones y Ecoeficiencia Operativa.

Son temas nuevos presentes en esta matriz: Movilidad e Innovación y Diversidad, asuntos que serán tratados con amplitud más adelante en este informe, en las [páginas 95 y 82](#), respectivamente.

VISIÓN GENERAL

• GRI 102-16 •

5

HONDA



211
**mil colaboradores
en el mundo**

En todos los mercados donde Honda actúa, se mantiene viva la esencia de ofrecer productos y servicios para mejorar la vida de las personas. El propósito de la marca es contribuir con el avance de la movilidad, siempre colocando a las personas en el centro de las estrategias y usando la tecnología para ayudarlas.

Así, Honda sigue trillando un camino de innovación, satisfaciendo las diferentes características, necesidades y sueños de sus clientes.



**El propósito de Honda
es mejorar la vida de las
personas por medio de
soluciones de movilidad.**

Ese compromiso conduce a Honda a sus 74 años de existencia, período en el cual consolidó una presencia global, con 415 subsidiarias y afiliadas distribuidas en todo el mundo, respaldada por la actuación de 211 mil colaboradores.

En América del Sur, uno de los bloques administrativos que compone las operaciones globales de la compañía, Honda está presente desde 1971, importando y produciendo motocicletas, automóviles, cuatriciclos y productos de fuerza, además de la comercialización del avión ejecutivo HondaJet.

Con sede en la ciudad de Sumaré, en el interior de San Pablo, el holding Honda South América es responsable de todas las operaciones del grupo en la región, con unidades productivas en Brasil, Argentina y Perú, además de una unidad importadora en Chile y más de 2.200 puntos de venta, lo que garantiza la presencia de la marca en las principales ciudades de América del Sur.

• GRI, 102-2, 102-3, 102-4, 102-6, 102-7 •

Honda América del Sur



UNIDAD DE NEGOCIO		SEGMENTO*	ALCANCE**	JURISDICCIÓN
HDA	Moto Honda da Amazonia	2R / PF	SEDBA	Brasil
HAB	Honda Automóviles de Brasil	4R	SEDBA	Brasil
HSF	Honda Servicios Financieros	Banco / Consorcio / Seguros	SA	Brasil
HAR	Honda Motor de Argentina	2R/ 4R / PF	SEBA***	Argentina
HDP	Honda del Perú	2R / PF /4R	SEDBA***	Perú
HMDC	Honda Motor de Chile	2R/ 4R / PF	SA	Chile

* 2R: Motocicletas / 4R: Automóviles / PF: Productos de Fuerza
BHB: Banco Honda S.A. / CNH: Consorcio Honda Ltda. / SHB: Corredora de Seguros Honda Ltda.
** S (Sales/Ventas); E (Ing./Producción); D (Develop./R&D); B (Buying/Compras); A (Adm./Administración)
*** Ventas de Automóviles y Productos de Fuerza; y Ventas y producción de Motocicletas

Modelo de Actuación Honda South América

El modelo de actuación de Honda tiene en cuenta la generación de resultados y el intercambio de beneficios con todos los públicos de relación, considerando la sostenibilidad de toda la operación.

Colaboradores



Públicos de relación



Proveedores



Puntos de venta



Resultados

Brasil

Honda Automóviles de
Brasil Ltda.

Producción y ventas de
automóviles y piezas.

Moto Honda da
Amazonia Ltda.

Producción y ventas
de motocicletas,
productos de fuerza y
cuadriciclos.



Chile

Honda Motor de
Chile S.A.

Importación y ventas
de motocicletas,
automóviles y
productos
de fuerza.



Argentina

Honda Motor de
Argentina S.A.

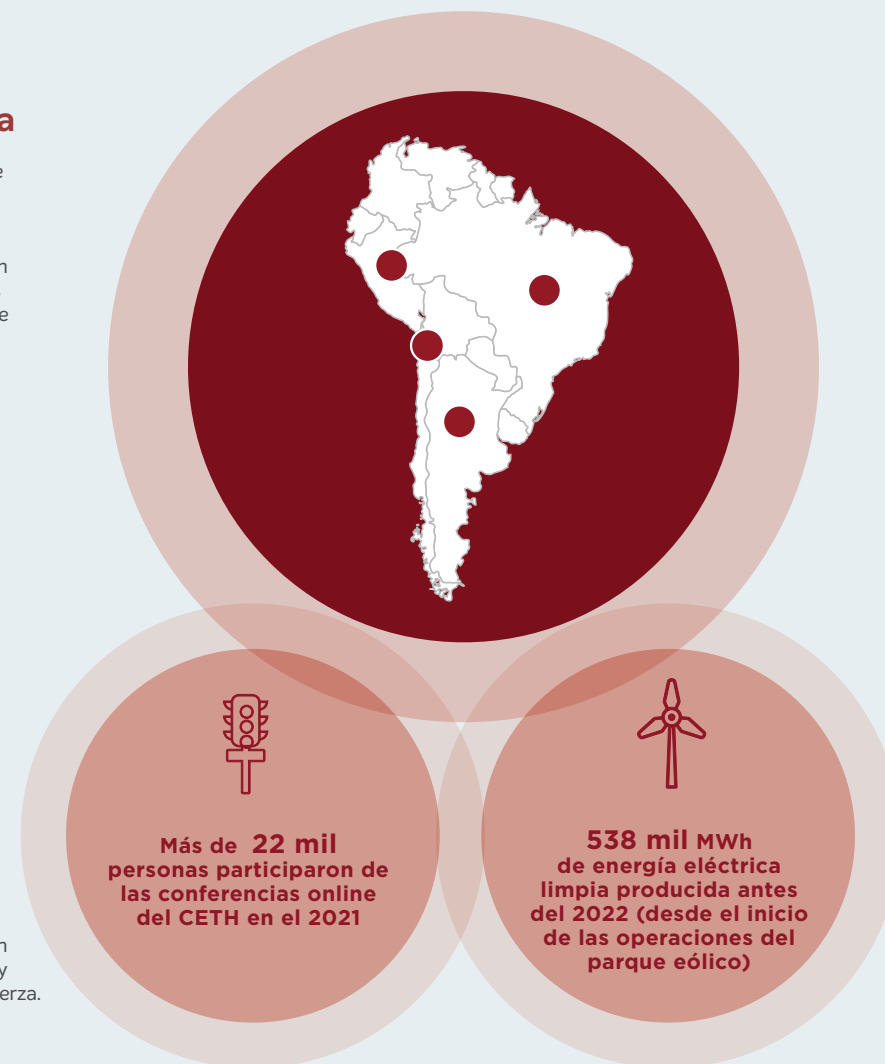
Producción y
comercialización
de motocicletas
e importación de
automóviles.

Perú

Honda Selva
del Perú S.A.

Honda
del Perú S.A.

Producción de
motocicletas,
importación y
comercialización
de automóviles y
productos de fuerza.



Desempeño operativo

Desde el 2020, el mundo está tratando con los desafíos impuestos por la crisis sanitaria ocasionada por el covid-19. La pandemia trajo nuevas exigencias comportamentales, éticas y socioeconómicas, impactando la vida de millones de personas alrededor del globo. La economía ha sido mundialmente afectada, acarrearando intensos cambios en los negocios y en la sociedad.

Y esos impactos continuaron siendo sentidos, en varias esferas, a lo largo del 2021. El inicio del año fue, además, fuertemente impactado por altos índices de contaminación y diseminación de la enfermedad. En Manaus (AM), Moto Honda da Amazonía tuvo sus actividades suspensas entre el final de enero e inicio de febrero, debido a la crisis sanitaria que se agravó por la falta de oxígeno en la red hospitalaria. Honda apoyó a la comunidad local con la donación de cilindros y otras acciones, conforme fue descrito en la [página 93](#) de este informe.

Además de esto, en el transcurso del año, nuevas variantes del virus surgieron, trayendo, nuevamente, la necesidad de adaptación. Conforme se estableció desde el inicio de la pandemia, Honda priorizó la seguridad de las personas y, por eso, reforzó los protocolos de salud y seguridad adoptados en el 2020. La empresa mantuvo su actuación pautada en conciliar la preocupación con la salud de los colaboradores y la sostenibilidad en los negocios.

Por otro lado, el 2021 estuvo marcado por el inicio y avance de la vacunación en masa en Brasil, con la aplicación de la primera y de la segunda dosis de la vacuna en diversas edades de la población. La inmunización trajo una nueva perspectiva a las personas, que pudieron, poco a poco, reanudar parte de su rutina dejada para atrás en el 2020.

Mientras el escenario de inmunización contribuyó positivamente para la reanudación gradual de la economía, los cuellos de botella logísticos ocasionados por la crisis sanitaria tuvieron un impacto negativo en las operaciones. Fue necesario administrar interrupciones en las cadenas globales de suministros, ocasionando paralización de la producción de automóviles en Brasil en algunos períodos (ver cuadro al lado).

En el contexto suramericano, se observó una recuperación de la demanda en prácticamente todos los países, lo que fue positivo, pero la inflación de los insumos, la desvalorización cambiaria y las interrupciones en las cadenas de suministros, impactaron a la industria automotriz en América del Sur, y para Honda no podría ser diferente.

Así, el 2021 demandó, nuevamente, flexibilidad, adaptación y agilidad en las tomas de decisión.

UNIDAD PRODUCTIVA	PERÍODO DE SUSPENSIÓN EN EL 2021
Moto Honda da Amazonía (AM)	16 días
Honda Automóviles Sumaré (SP)	52 días
Honda Automóviles Itirapina (SP)	39 días
Honda de Argentina	21 días
Honda Selva del Perú (Iquitos)	2 días
Honda Selva del Perú (Tarapoto)	26 días

50
años de Brasil



26
millones de
motocicletas
producidas



2
millones de
automóviles
producidos



**En el 2021, Honda
celebró, en Brasil,
hitos expresivos,
que simbolizan
lazos de confianza
mutua con los
brasileños**

General

Con un volumen de ventas acumulado que ya alcanzó más de 28 millones de unidades entre automóviles, motocicletas y productos de fuerza, Honda South América es hoy la mayor fabricante de vehículos de Brasil. Un resultado alcanzado gracias a una cultura orientada al cliente, que favorece la innovación y mejoría continua en busca de la calidad superior en todas las dimensiones del negocio.

En Brasil, en año pasado, Honda celebró 50 años de presencia en el país, uno de los hitos más relevante de su historia. A lo largo de esta trayectoria, fueron más de 26 millones de motocicletas y 2 millones de automóviles comercializados, que contribuyeron para democratizar la movilidad y mejorar la vida de las personas en todas las regiones del país.

Además, en el 2021, Honda celebró 45 años de producción local de motocicletas, que tuvo inicio con la CG 125. Y hoy, la CG es el vehículo más vendido de Brasil y carga consigo una gran admiración nacional. El Consorcio Honda también cumplió aniversario completando 40 años de existencia. Son hitos expresivos que simbolizan una historia construida con base en lazos de confianza mutua con los brasileños.



Motocicletas

Consolidada como la mayor fabricante de motocicletas en América del Sur y líder de ventas del segmento en Brasil, Honda Motos acumula más de 26 millones de unidades producidas en el continente. Este volumen representa la gran contribución de la motocicleta para la sociedad. Es un vehículo deseado por los consumidores, ya sea para movilidad diaria, esparcimiento o como herramienta de trabajo, contribuyendo para la generación de renta en diversas actividades económicas.

En el contexto iniciado en el 2020 y vivenciado también el año pasado, la motocicleta se mantuvo relevante, dada la importancia de los servicios de entregas a domicilio, así como la priorización por medios de transportes individuales, reduciendo el riesgo de contaminaciones. Este escenario culminó en una mayor demanda por motocicletas en todos los países de la región, contribuyendo para una recuperación más rápida de lo que había sido prevista al inicio de la crisis del nuevo coronavirus. Este factor ocasionó, en determinados momentos, un desequilibrio entre la oferta y la demanda de motocicletas en el mercado.

Más de **1 millón**
de motocicletas fueron producidas por
Honda en América del Sur en el 2021

Honda Motos en América del Sur

En el 2021, las operaciones de motocicletas en las Fábricas de Manaus (BR), Campana (ARG) e Iquitos (PER) registraron, conjuntamente, la producción de 1.067.559 unidades. Las ventas alcanzaron un volumen de aproximadamente 1 millón de unidades, representando un aumento del 27% en relación con el año 2020. Argentina obtuvo un resultado de 73.905 unidades comercializadas en el 2021, con crecimiento del 23% si es comparado al 2020. En Perú el resultado de ventas fue de 81.750 unidades comercializadas en el 2021, también representando un crecimiento del 81% si es comparado al 2020. Chile registró 14.934 unidades comercializadas en el 2021, un resultado 93% mayor en comparación al año anterior.

Se trata de un desempeño satisfactorio, con crecimiento expresivo de ventas en todos los países: Argentina, Perú y Chile.

Se destaca, además, la creciente importancia de la motocicleta para la movilidad de los ciudadanos suramericanos. Cada día, más individuos optan por la practicidad, ahorro y seguridad del vehículo de dos ruedas, para los traslados diarios o para la generación de renta.

Honda Motos en Brasil

Honda Motos fue pionera en el desarrollo del segmento de motocicletas en Brasil y hoy mantiene la posición de liderazgo, con 76% de participación en el mercado. Sus inversiones continuas y el compromiso con el país contribuyeron para el desarrollo de todo el sector.

La fábrica en Manaus (AM) es hoy un complejo industrial que va mucho más allá del montaje de motocicletas. La unidad es la más verticalizada en 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 representativo de las Américas, donde son fabricados desde embalajes metálicos, moldes, tubos estructurales y herramientas hasta diversos componentes que integran el producto final como tubos de escape, ruedas, manubrios, chasis y otras piezas.

En el 2021, incluso en un escenario desafiante para los negocios, Honda Motos cerró el año con resultados positivos: 24% de crecimiento en el volumen total de motocicletas matriculadas. Fueron más de 882 mil unidades entre enero y diciembre del año pasado, ante 711 mil, en el mismo período del 2020.

La producción también siguió la tendencia y creció 23%, con cerca de 933 mil unidades que salieron de la línea de producción en Manaus.

Los datos del último año subieron los niveles de ventas y producción del 2019, período prepandemia, cuando fueron matriculadas cerca de 853 mil unidades y producidas 909 mil.

Algunos factores como la diversificación de la línea de productos, la gran capilaridad de la red, la participación del consorcio e incluso el perfil del cliente de motocicletas contribuyeron para esta reanudación.

Los buenos resultados también son consecuencia del crecimiento en la demanda por la motocicleta, en función del mejoramiento del sector de entregas, la búsqueda por modales de transporte individuales y además por la búsqueda de una opción de movilidad más barata, sobre todo en relación con el consumo de combustible. Estos factores hicieron que el impacto en las ventas fuese menor que el visto en otros sectores de la economía.

En el pilar productivo, destaque para la inauguración de la nueva Fábrica de Motores, en la unidad de Manaus, además de la modernización de una de las líneas de montaje de motocicletas. Con eso, Honda concluyó una etapa importante del plan de inversión de R\$ 500 millones, anunciado en el 2019, destinado a la modernización de la unidad, con el objetivo de tornar a la empresa referencia en eficiencia productiva.

El objetivo de la empresa es seguir liderando el sector de forma sostenible. Con ese enfoque, Honda Motos seguirá fortaleciendo su line-up, desarrollando productos de calidad superior, buscando la mejoría en la composición de costos y gestión de su cadena de suministros. A esto se suma una red amplia y abarcadora con servicios diferenciados y la excelencia en la relación con la marca.



24%

**de crecimiento en el volumen
total de motocicletas Honda
matriculadas en Brasil en el 2021**

CADENA DE VALOR

Por medio de su amplia cadena, la operación de Moto Honda promueve inversiones, desarrollo económico y social, no solo en la región de la Amazonía, sino en todo el país. La contribución social del negocio de motocicletas es expresiva, no solamente por los cerca de 100 mil empleos directos en toda la cadena, pero principalmente por el valor y riqueza que el producto final genera para individuos, familias y emprendedores, en los campos y en las ciudades de todo el país.

**Cerca de
100 mil empleos
directos generados
en toda la cadena**



**Cerca de
siete mil
colaboradores**



**Cerca de 120
proveedores de
componentes y
materias primas**



**Centenas de
proveedores
de servicios**



**Más de 1.100
puntos de
venta**



Vencedora
por **9ª** vez
consecutiva



TOP OF MIND

Honda Motos recibió el premio Folha Top of Mind 2021, que consagró a las marcas con mayor recuerdo entre los consumidores el año pasado. La empresa fue destaque en la categoría “Top Moto” por la novena vez consecutiva. La premiación considera la opinión de más de seis mil personas, en 197 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.

La línea de productos diversificada, que atiende diferentes perfiles de consumidores, con motocicletas que van desde los modelos POP 110cc hasta la GL Goldwing 1.800cc y la amplia capilaridad de la red de concesionarias, con cerca y 1.100 puntos de venta distribuidos en todo Brasil son factores fundamentales de este reconocimiento.

Además de esto, la empresa invierte en una estrategia de comunicación y relación con los clientes y seguidores de la marca cada vez más digital, enfocada en transmitir el mensaje correcto, en el momento correcto, para el público correcto.

myHonda, sistema de CRM de la marca, ofrece una amplia gama de servicios y contenidos exclusivos durante toda la jornada del cliente.

En las plataformas de redes sociales propias son aproximadamente 6 millones de seguidores apasionados por la motocicleta y por las Alas de la Libertad.

MARCAS MÁS

Honda Motos fue electa la marca más envolvente y que conquista al consumidor en el segmento de motocicletas en Brasil, de acuerdo con el levantamiento Estadão Marcas Más, realizado por el diario Estadão, en colaboración con la consultoría Troiano Branding.

El objetivo del estudio es identificar a las empresas que generan mayor interés y percepciones positivas por parte de los consumidores, en un total de 31 categorías. En la edición del 2021, fueron escuchadas 11.782 personas de todo el país.

Automóviles

Honda comercializa automóviles en América del Sur hace 30 años. El primer vehículo importado por la marca fue Honda Accord en 1992 para su comercialización en el mercado local. En 1997 fue inaugurada la planta de Sumaré (SP) y con eso se inició la producción de automóviles en la región.

El segmento de automóviles fue más duramente afectado por la pandemia, en especial por la crisis de semiconductores, que limitó la oferta de productos globalmente y, también, en la región. Honda siguió fortaleciendo los fundamentos de la operación buscando la sostenibilidad del negocio a largo plazo.



**En el 2021, Honda
Automóviles concluyó
la transferencia de la
operación productiva
para Itirapina (SP)**

**92.819
vehículos
comercializados en
América del Sur
en el 2021**

Honda Automóviles en América del Sur

En el 2021, las operaciones de Honda Automóviles en *América del Sur registraron, conjuntamente, 92.819 vehículos comercializados y 88.740 automóviles producidos. La participación de mercado fue del 2,78%.

Destaque para la reestructuración productiva en la región que, desde enero del 2022, posee la producción de automóviles 100% concentrada en la fábrica de Itirapina, localizada en el interior de San Pablo. La unidad, inaugurada en el 2019, posee elevado nivel de tecnología y eficiencia.

Además de esto, Honda sigue buscando las mejores fuentes de suministros y aprovechando los recursos productivos globales de la empresa, para atender mejor a los consumidores suramericanos. Honda seguirá ofreciendo productos de la más alta calidad, amigables al medio ambiente y con máxima seguridad, para la satisfacción de clientes exigentes, que buscan confiabilidad y tecnología.

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

Honda Automóviles de Brasil

A lo largo de la trayectoria de 25 años de fabricación de automóviles en suelo nacional, Honda Automóviles realizó continuas inversiones con el objetivo de aumentar la capacidad de producción y mejorar la eficiencia de sus procesos.

Desde el inicio de sus operaciones, Honda Automóviles de Brasil intentó acelerar el proceso de desarrollo, producción y comercialización de productos cada vez más alineados a las expectativas del consumidor brasileño.

Evaluando el desempeño de la marca a lo largo de los últimos años, se nota que la empresa mantuvo su volumen de ventas estable, entre el 2012 y 2019, incluso ante las crisis económicas enfrentadas en el período.

En el período del 2020 al 2021, conforme fue elucidado al inicio de este capítulo, la pandemia impactó de forma considerable el volumen de unidades producidas. Se suma a este factor, la crisis de componentes enfrentada en todo el sector automotriz mundial, con la falta de insumos, principalmente semiconductores en el mercado, lo que se reflejó en la oferta de automóviles Honda.

Solidez de mercado y enfoque en la calidad de la operación

A pesar de las turbulencias enfrentadas, Honda Automóviles mantiene su solidez de mercado, con estrategia cuyo enfoque primordial se concentra en la calidad de la operación y en la generación de valor sostenible para los clientes y asociados de negocio, como su red de concesionarios.

En el 2021, Honda Automóviles registró un volumen 17,4% mayor en la producción si es comparado con el 2020, con 88.740 vehículos producidos en Brasil el año pasado. Este aumento se debe a la comparación con una base baja de producción en el 2020, como consecuencia de las paralizaciones de las activida-

des productivas debido a la pandemia.

En relación con las ventas, fueron comercializados 81.454 automóviles en Brasil, disminución del 3% en comparación al ciclo anterior. La empresa seguirá implementando las medidas necesarias para la sostenibilidad del negocio de automóviles en el largo plazo, considerando un escenario de recuperación lenta y gradual de las ventas y la necesidad de reducción de costos para minimizar los impactos del cambio y de la inflación.



Nuevo ciclo de Honda Automóviles en Brasil

La empresa anunció en abril del 2018 el plan de reestructuración del sistema productivo de automóviles de la marca en el país, que tiene como objetivo fortalecer la competitividad del negocio. En línea con este plan, Honda inauguró en el 2019 su nueva fábrica de automóviles en Brasil, en la ciudad de Itirapina, interior de San Pablo. A partir de entonces, gradualmente, la producción fue transferida para la nueva planta y la conclusión de esta transferencia ocurrió en diciembre del 2021, conforme lo previsto.

La unidad de Sumaré se consolida como centro de producción de motores y componentes, desarrollo de automóviles, estrategia y gestión de los negocios del grupo Honda. Permanecerán en la unidad la producción del conjunto motor, incluyendo Fundición y Mecanizado, Inyección Plástica, Herramental, Ingeniería de Calidad, Planificación Industrial, I+D, áreas administrativas de Honda South América, Centro de Entrenamiento Técnico y División de Piezas.

Siguiendo la reestructuración de su sistema productivo y considerando los impactos de la pandemia en la industria automotriz y la entrada en vigor de las nuevas reglas de emisiones, Honda Automóviles anunció en el 2021 importantes cambios en su line-up de productos en Brasil.

El modelo Civic entra para la gama de importados de la marca, al lado del Accord Híbrido y del modelo CR-V.

Los modelos Fit y WR-V, conforme fue anunciado, se despiden de la gama de productos ofrecidos por la marca en el país, dando espacio a novedades: la marca presentó los modelos New City sedán, en una renovación sin precedentes del modelo; y New City Hatchback, haciendo su estreno en el segmento de hatches en Brasil. El New City es el primer modelo producido localmente en embarcar la tecnología de asistencia al conductor Honda SENSING (más información en la [página 63](#)).

Además de esto, la segunda generación del HR-V, titulada New HR-V, llega a Brasil con producción local y ventas en el segundo semestre del 2022.

Honda sigue enfocada en ofrecer productos que atiendan mejor al consumidor brasileño, con alta eficiencia y repletos de tecnologías de conectividad y seguridad. En línea con este compromiso, la marca tiene la previsión de lanzar, en el 2023, otras novedades en el país, entre modelos inéditos y renovaciones de los productos actuales.

La empresa posee actualmente capacidad productiva de 120 mil automóviles por año y, localmente, produce los modelos New City sedán, New City Hatchback, HR-V y WR-V, siendo estos últimos destinados para la exportación. El line-up en el país cuenta también con los importados Accord, CR-V y Civic.





Honda Automóviles está entre las marcas más admiradas del sector

En una encuesta conducida por Troiano Branding y publicada por el diario Estadão, Honda fue la vencedora nacional en el segmento de automóviles, además de haber conquistado también la primera posición en el Estado de San Pablo.

El objetivo del estudio es identificar a las empresas que generan mayor interés y percepciones positivas por parte de los consumidores, en un total de 31 categorías. En la edición del 2021, fueron escuchadas 11.782 personas de todo el país.

En otro estudio, titulado NPS Awards, conducido por la empresa SoluCX en colaboración con la revista Exame, Honda Automóviles fue electa en primer lugar en la categoría automotriz. NPS Awards es una premiación que tiene como objetivo reconocer las empresas con el mejor NPS de Brasil en sus segmentos y el NPS – Net Promoter Score – es una metodología que utiliza herramientas de investigación y clasificación para analizar el nivel de satisfacción de los clientes de

una empresa. La premiación eligió a los vencedores con base en una encuesta de percepción comparativa, ‘NPS Benchmark’, en la cual fue posible comparar a las empresas en una misma metodología. Fueron escuchadas 46.475 opiniones, en la ciudad de San Pablo, entre julio del 2020 a julio del 2021, en diferentes segmentos.

Honda Automóviles de Brasil también fue vencedora en la categoría automotriz del Premio Respeto 2021, promovido por la revista Consumidor Moderno. La premiación está basada en un estudio, realizado por el Centro de Inteligencia Estándar y Opinion Box, titulado “Empresas que Más Respetan al Consumidor”. En su 19ª edición, él tiene como objetivo reconocer a las principales empresas que presentan atributos, considerados por los consumidores finales, como signos de respeto. Para eso las empresas son evaluadas con base en los siguientes criterios: calidad, precio justo, experiencia phygital, facilidad, multicanalidad, innovación, atención y resolutivez.

**Honda
Automóviles
se destaca en
premiaciones
de marca
del sector
automotriz
nacional**

HONDA
Serviços Financeiros

Honda Servicios Financieros

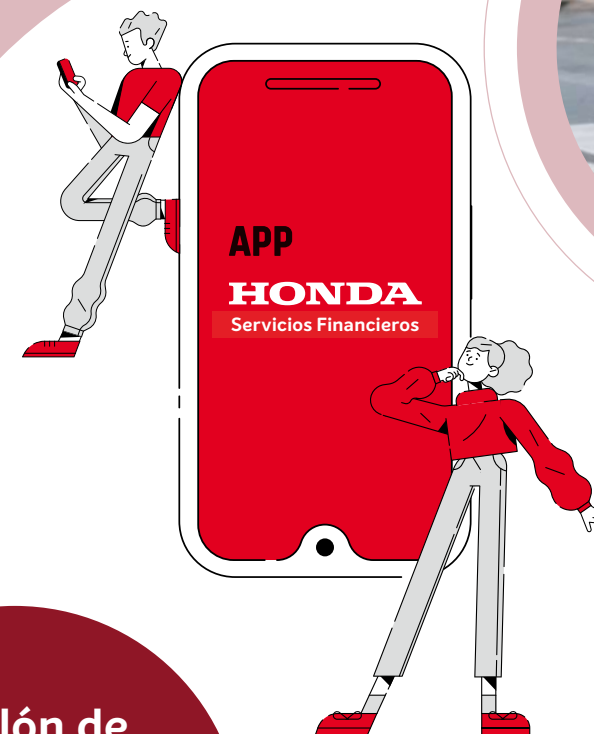
Para facilitar el acceso a los productos de la marca, en 1981 nació el Consorcio Honda, administradora de consorcios referencia en el mercado nacional, que forma parte de la estructura de Honda Servicios Financieros, también compuesta por la Corredora de Seguros Honda y el Banco Honda. Esta sinergia con las fábricas representa importante factor de competitividad y contribuye activamente con las ventas de los productos Honda.

La empresa también posee soluciones de digitalización de sus servicios, con un e-commerce del Consorcio Honda y aplicación para dispositivos IOS y Android, que cuenta con más de 1 millón de usuarios activos, agregando más practicidad y agilidad al día a día de sus clientes.

En el duro contexto del 2021, con las consecuencias de la crisis sanitaria impuesta por el covid-19 en el 2020, conforme ya fue explicado anteriormente, fue perceptible la contribución de la HSF para los resultados de la empresa, teniendo al Consorcio Honda como al gran impulsor de los números de la división financiera de la marca.

**Sinergia de HSF
con las fábricas
representa
importante
factor de
competitividad**

**1 millón de
usuarios activos
en la aplicación
Honda Servicios
Financieros**



Consorcio Honda (CNH)

El Consorcio Honda es referencia en consorcios en el mercado brasileño, con 41 años de historia y aproximadamente 1,5 millón de clientes activos. Impulsor de ventas, la modalidad posee gran receptividad de los consumidores brasileños debido a los planes que se adaptan al presupuesto del cliente, incluso en períodos de inestabilidad financiera.

Al analizar el desempeño del Consorcio Honda el año pasado se observa una trayectoria diferenciada en el mercado de motocicletas. Incluso en los meses iniciales de la pandemia de covid-19 en el país, el Consorcio se mantuvo relevante como una opción para la adquisición de motocicletas y registró 13,2% de crecimiento en nuevas cuotas comercializadas para el segmento dos ruedas de la marca en el 2021, con 570.668 nuevas cuotas vendidas el año pasado, ante 504.131 en el 2020.

Además del mejoramiento de la actividad de delivery y de la tendencia de priorización por el vehículo particular en el escenario de aislamiento social, el crecimiento del CNH

2R también está directamente relacionado a la indisponibilidad de algunos modelos, en determinadas regiones. Este último factor contribuyó en la valorización de las ventas de consorcio por tratarse de una compra programada, en que no depende de la disponibilidad inmediata del bien.

En relación con las entregas de motocicletas Honda 0 Km., fue registrado un aumento del 32,4% si es comparado al 2020, gracias a la reanudación de la actividad fabril. Fueron 269.237 motocicletas Honda 0 Km. entregadas en el 2021.

La modalidad de Consorcio para el segmento cuatro ruedas, registró 1.584 nuevas cuotas comercializadas en el 2021, lo que representa el mantenimiento de los volúmenes, con un ligero aumento del 3,5%, si es comparado al año 2020. El Consorcio Honda posee actualmente cerca de 18.500 mil clientes activos en el segmento cuatro ruedas y, en este momento, sigue trabajando en la modernización de los planes para actuar de forma más consistente en este segmento.

Banco Honda

El Banco Honda fue creado con la misión de convertirse en una excelente opción de financiamiento a los productos Honda. Por medio de la modalidad de Crédito Directo al Consumidor (CDC), él garantiza condiciones atractivas para que tanto la persona física como jurídica obtenga el deseado vehículo Honda de forma rápida, práctica y justa.

En el 2021, el Banco Honda fue el principal agente financiero de la marca para el segmento de automóviles, representando el 24,6% de las ventas totales de la empresa y registrando 19.998 contratos, un aumento del 4,5% si es comparado con el 2020. La participación de mercado también creció, de 46,6% para 54,5% en el 2021.

En el segmento de motocicletas, el Banco Honda registró una disminución del 17% en los financiamientos con relación al 2020. Fueron 77.707 unidades financiadas entre enero y diciembre del 2021, representando el 8,6% de las ventas de motocicletas 0 Km. de la marca.

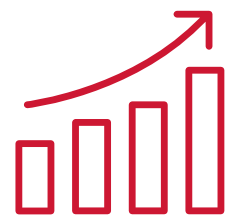
Corredora de Seguros Honda

Seguros Honda inició sus operaciones en Brasil en 1987 con el objetivo de ofrecer, en colaboración con aseguradoras de credibilidad en el mercado, un portafolio personalizado para satisfacer las necesidades de cobertura de los productos Honda, con costo competitivo.

En el mercado de motocicletas, Seguros Honda obtuvo una disminución del 3% en el número de propuestas firmadas en el 2021, cerrando el año con 145.582 propuestas. En el segmento de automóviles, fueron registradas 13.055 propuestas en el 2021, una reducción del 5%.



**Seguros Honda
cumple 35 años
de existencia
en el 2022**



19%
de crecimiento
en el 2021



Productos de Fuerza

La línea de Productos de Fuerza Honda está compuesta por un amplio lineup, dividido en las categorías de motores estacionarios, desbrozadoras, generadores, motobombas y cortadores de césped, con las más diversas aplicaciones tales como agricultura, uso doméstico, construcción civil y jardinería. Además de esto, los Productos de Fuerza Honda poseen gran importancia en la movilidad en regiones costeras principalmente a lo largo del río Amazonas, proporcionando acceso a áreas más remotas por medio del acoplamiento de nuestros motores estacionarios en diversos tipos de embarcaciones. Se trata de una solución de locomoción fluvial adoptada por diversas familias que viven lejos de los grandes centros urbanos del estado y necesitan de transporte para fines comerciales y personales.

En el segmento de productos de fuerza, Honda obtuvo un crecimiento expresivo en las ventas y en participación de mercado, con relación al 2020, alcanzando el mejor resultado de los últimos cinco años, incluso con los efectos adversos de la pandemia en las cadenas globales de suministros. Los buenos re-

**En el 2021, la división de
Productos de Fuerza de Honda
alcanzó el mejor resultado de
los últimos cinco años**

sultados pueden ser atribuidos a las ventas de motores estacionarios para pequeñas embarcaciones, utilizados en la región Amazónica de Perú y de Brasil; y al fortalecimiento de la agroindustria en toda región, lo que incrementó las ventas de motobombas y de motores utilizados en equipos agrícolas. Además de esto, en especial, en Argentina, el segmento de motores de popa desempeñó un récord histórico de ventas.

El año pasado, la comercialización de Productos de Fuerza Honda en Brasil registró un crecimiento expresivo del 19% en las ventas en relación con el período anterior, con la comercialización de 37.817 unidades en todo el territorio nacional. Se trata de un resultado muy positivo teniendo en cuenta los desafíos del período. Eso muestra el potencial de ventas de ese segmento.

En la fábrica de Moto Honda da Amazonia, en Manaus, son producidos tres modelos de motores estacionarios y tres modelos de motobombas y en el 2021, hubo la producción de más de 18.200 unidades de Productos de Fuerza.

Honda presentó al mercado su nueva línea de marca para el segmento de Productos de Fuerza: Motores y Máquinas. Esa línea integrará las piezas publicitarias, materiales de puntos de ventas y demás comunicaciones de la empresa.

HondaJet

Avión ejecutivo más avanzado del mundo y con excepcionales ventajas en desempeño, comodidad, calidad y eficiencia, Honda-Jet incorpora muchas innovaciones tecnológicas en diseño, incluyendo la configuración exclusiva OTWEM – Over-The-Wing Engine Mount (motores sobre el tope de las alas), que mejora significativamente el desempeño al reducir el arrastre aerodinámico. El diseño OTWEM también reduce ruidos en la cabina, minimiza el ruido del contacto con el suelo, proporciona el mayor espacio interno entre los aviones ejecutivos del mercado, además del mayor compartimiento de equipaje y un lavatorio completo a bordo.

HondaJet es fabricado por Honda Aircraft Company, en los Estados Unidos, y es comercializado desde el 2015 por Líder Aviación en Brasil (representante local de ventas del avión ejecutivo en el país).

En el 2021, por quinta vez consecutiva, él conquistó el título de avión ejecutivo más entregado en su categoría en el mundo, con 37 aeronaves comercializadas.

Durante el 2021, Honda Aircraft Company continuó el desarrollo con dos grandes anuncios: HondaJet Elite S, homenajeado con el “Top Flight Award” como mejor nuevo avión ejecutivo de Aviation International News, y HondaJet 2600 Concept, la propuesta de Honda Aircraft para la próxima generación de aviones ejecutivos. Mientras tanto, la presencia global de HondaJet aumentó aún más cuando recibió la certificación de tipo de Tailandia, marcando 14 países con la certificación Honda-Jet. La operación de ventas y servicios de Honda Aircraft Company ahora abarca a América del Norte, Europa, América Latina, Sudeste Asiático, China, Medio Oriente, India, Japón y Rusia.

Honda Aircraft Company conmemoró varios marcos recientemente, incluyendo la entrega de HondaJet número 200, al final de diciembre del 2021. La flota mundial de HondaJet también superó 100.000 horas de vuelo en enero del 2022.

**Por quinta vez consecutiva,
HondaJet es el avión
ejecutivo más entregado
en su categoría en el mundo**



GOBIERNO

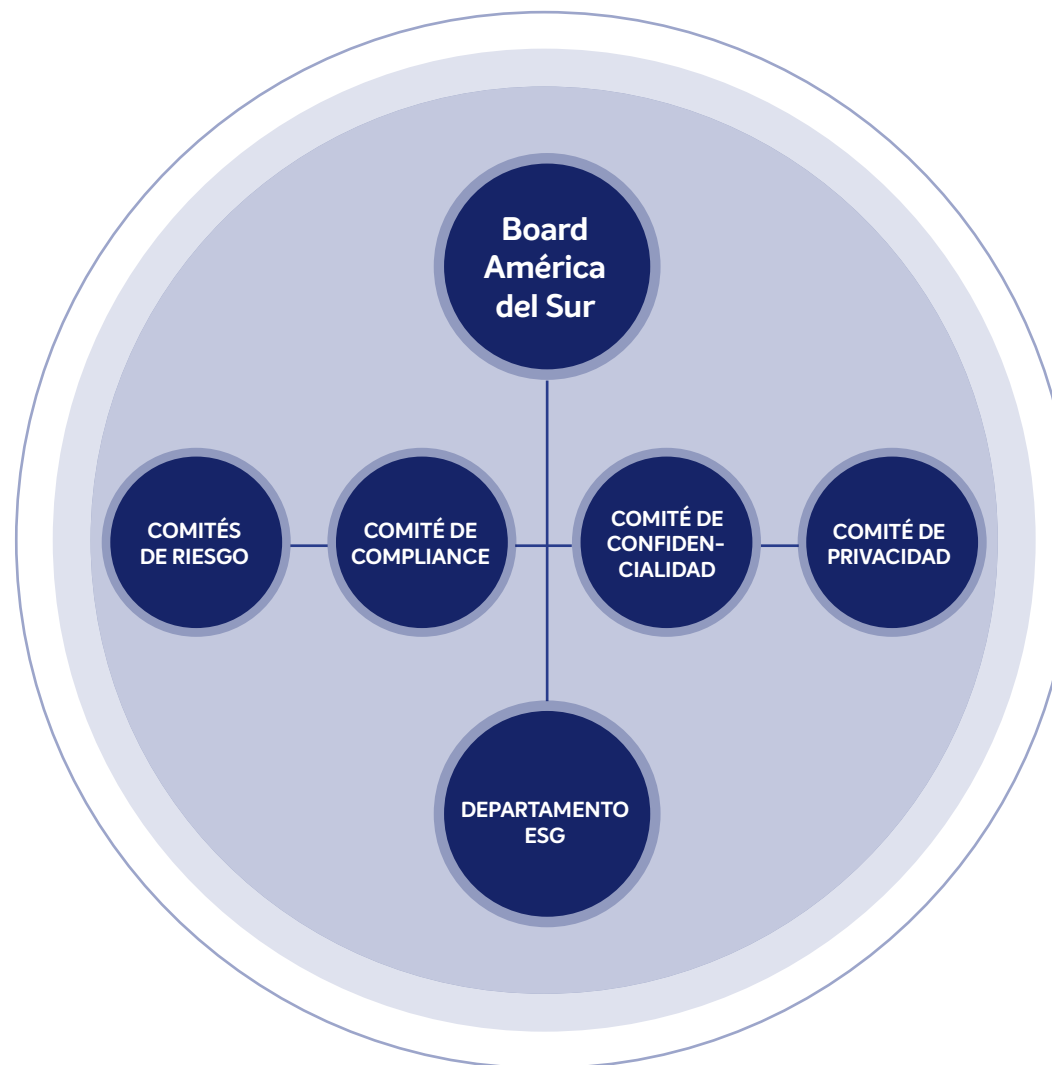
6

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 mitigatorias. Estas son las directrices del modelo de gobierno corporativo de Honda.

La empresa prevé que la ética y el respeto a las reglamentaciones y legislaciones sectoriales son imprescindibles para la continuidad del negocio. Por eso, estos preceptos son aplicados transversalmente en todos los departamentos, guiando las decisiones de negocios y tornando las actividades más seguras y sostenibles.

En la gestión del Gobierno, Riesgo y Conformidad corporativas, Honda sigue y busca adoptar las mejores prácticas del mercado.

La responsabilidad por la gestión del Gobierno Corporativo dentro de Honda es del Departamento de ESG, sigla que, en inglés, significa las palabras Medio Ambiente, Social y Gobierno Corporativo. Queda a cargo de esta área coordinar todos los procesos de prevención y concientización en conformidad y respeto a las leyes y reglamentos en los cuales las operaciones de Honda South América están insertadas.



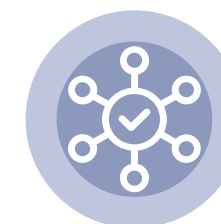
Pilares del Gobierno Corporativo de Honda South América



GOBIERNO: Estándar de conducta y ética empresarial.



RIESGOS CORPORATIVOS: Identificación y evaluación de riesgos potenciales para los negocios, definición de medidas de mitigación, eliminación o transferencia de los riesgos



CONFORMIDAD: Cumplimiento de los requisitos legales, de los reglamentos y de las políticas, normas y procedimientos internos.

Gobierno

• GRI 102-18 •

Honda busca establecer relaciones éticas con los diversos públicos de interés, amparando sus decisiones en normas que deben ser observadas y aplicadas por todos los que actúan en su nombre.

Para garantizar que la empresa disfrute de una posición de respeto y credibilidad, el modelo de gobierno tiene en cuenta la transparencia administrativa, la inadmisibilidad de prácticas corruptas, definición clara de responsabilidades y estándares de conducta frente a situaciones específicas y el cumplimiento de las exigencias legales.

Velando por su integridad y claridad en sus posicionamientos y decisiones, Honda garantiza la generación y el intercambio de riquezas consistentes con sus públicos en un horizonte de largo plazo.

En este sentido, existe la composición de Comités para tratar los principales temas de Gobierno (Riesgos, Compliance y Confidencialidad y Privacidad), los cuales están directamente vinculados al Board de Directores de América del Sur, para ampararlos en las tomas de decisiones.

Riesgos Corporativos

• GRI 102-11 •

La perennidad de los negocios de Honda depende del mapeo y constante monitoreo de los riesgos inherentes a los negocios, en sus diferentes dimensiones.

Así, para cada uno de los riesgos potenciales identificados, el departamento de ESG coordina y establece en conjunto con las áreas de negocios medidas preventivas y mitigatorias, con el objetivo de garantizar una operación segura, confiable y transparente para colaboradores y asociados de negocios, reduciendo pérdidas financieras y evitando daños a la reputación de la marca.

El objetivo es gestionar un crecimiento sostenible con base en los estándares del mercado y los riesgos con potencial de impactar las operaciones en la región y en escala global. La evaluación tiene en cuenta los requisitos ambientales, sociales, financieros, en salud y seguridad ocupacional y confiabilidad operativa, así como cuestiones con relación a los asociados de negocios.

En este sentido, la Política Global de Gestión de Riesgos de Honda, que cubre las actividades de Honda South América, tiene como objetivo impulsar el crecimiento sostenible de la compañía, con base en la filosofía de la empresa y en todos los riesgos con potencial de impactar las operaciones en escala global. Honda dispone de 9 políticas y documentos normativos relacionados al tema de gestión de riesgo.



Los principales temas de Gobierno son tratados en comités específicos y directamente vinculados al Board

Conformidad

• GRI 103-2, 103-3/419, 419-1 •

La conformidad de los procesos que involucran al Gobierno Corporativo de Honda es garantizada por medio de sistemas que adoptan estándares internacionales de evaluación. Los sistemas vigentes actualmente en Honda son:



Sistema de gestión corporativa de los procesos: Autoevaluación realizada por los gestores (100% gerentes y superiores) sobre los sistemas y operaciones de los controles internos.



Sistema de gestión específica de los procesos: Controles internos sobre procesos relevantes de negocios y tecnologías (más de 90 procesos documentados y revisados anualmente), que son sometidos a la Certificación de la Ley americana Sarbanes-Oxley por auditoría independiente.



Sistema de normas y conducta: Políticas y procedimientos corporativos, disponibles en intranet o directorios propios para acceso al público interno.



Sistema de protección a la privacidad de datos personales: Políticas y normas corporativas, registro de las operaciones de tratamiento de datos personales y evaluación de los riesgos de privacidad buscando el cumplimiento de la Ley General de Protección de Datos.



Estructura de código de ética, secreto de información y estándar de conducta formal: Diseminados por medio de entrenamientos y por la gestión.

Como resultado de las medidas adoptadas por Honda, el año pasado no fueron registradas ocurrencias relacionadas al incumplimiento de leyes y reglamentos sociales y económicos asociados a las operaciones en Brasil.



Canal de Ética

• GRI 102-17 •

En apoyo a las medidas adoptadas para garantizar la conformidad de todas las actividades de Honda, la compañía dispone de un Canal de Ética que viabiliza la comunicación directa entre los colaboradores y la dirección de la compañía.

El objetivo es recibir opiniones, críticas, reclamaciones, denuncias y consultas personales relativas a las temáticas abordadas en el Código de Conducta.

Las manifestaciones que llegan por medio del Canal de Ética son sometidas a la evaluación y medidas del Comité de Compliance que tiene la misión de garantizar el continuo perfeccionamiento de los estándares de comportamiento ético.

Ley General de Protección de Datos

Adicionalmente fueron definidos mecanismos para el cumplimiento de la Ley General de Protección de Datos, tales como: definición de políticas y normas de privacidad, registro de las operaciones de tratamiento de datos personales, proceso de *Privacy by Design y evaluación de los riesgos de privacidad asociados a los procesos. Todas estas actividades buscan el cumplimiento a las leyes vigentes y demuestran el compromiso de Honda con las partes interesadas.

*Privacy by Design tiene como elemento fundamental la adopción de prácticas que respetan la privacidad desde la concepción de productos, servicios y procesos, haciendo que las empresas actúen de forma preventiva y no reactiva.

Código de Conducta

Para garantizar y direccionar la conformidad de las operaciones de Honda, el Código de Conducta de la empresa es guiado por valores éticos y posee directrices claras para los procesos exigidos y el comportamiento esperado de los colaboradores.

En consonancia con los valores de Honda, el Código define diferentes políticas corporativas responsables del combate a conductas ilegales como trabajo en situación análoga a la esclavitud, lavado de dinero y fraudes, corrupción y prácticas anticompetitivas.

En el 2021, el entrenamiento del Código de Conducta contempló a 5.285 colaboradores activos en todas las unidades de negocio de América del Sur.

Más de 5 mil
colaboradores
realizaron el
entrenamiento del
Código de Conducta
en el 2021



Política Corporativa de Prevención a la Corrupción

• GRI 103-2, 103-3/205 •

La Política Corporativa de Prevención a la Corrupción determina el posicionamiento de la compañía sobre la ética en los negocios. Por medio de pruebas en los controles internos y del cuestionario de autoevaluación aplicado a los gestores, es evaluada, anualmente, la retención del conocimiento sobre el contenido de este documento.

En el 2021, Honda actualizó su Política Global de Prevención al Soborno y a la Corrupción. La actualización permite un enfoque más abarcador del tema, incluyendo en el alcance de las normativas la prevención en las relaciones de Honda con sus asociados de negocio. La Política fue actualizada en todas las unidades de América del Sur y cerca de 300 gestores fueron instruidos sobre las actualizaciones.

Como complemento, el departamento de ESG impartió un workshop para cerca de 90 gestores de Argentina, Perú y Chile abordando los principales temas de Gobierno Corporativo, entre ellos la Política de Prevención a la Corrupción.

La Política se encuentra disponible en intranet para el acceso de todos los colaboradores.

El año pasado, Honda también ofreció un entrenamiento online de prevención a la corrupción a todos los colaboradores de Brasil con acceso a computadora. Hasta diciembre del 2021, cerca de 2.750 colaboradores activos realizaron el entrenamiento.

Combate a las Prácticas Anticompetitivas

• GRI 205-2 •

Sobre el combate a las Prácticas Anticompetitivas, Honda sigue la Política de Defensa de la Competencia, adoptando medidas de prevención a infracciones contra el orden económico que involucre las operaciones, prácticas comerciales e interacciones con asociados de negocios y/o competidores, directamente o por medio de asociaciones de clase.

La compañía también desea fortalecer la cultura de combate a actividades anticompetitivas por medio de la divulgación de la Política en todas las unidades de negocio en América del Sur. Su diseminación es hecha por medio de entrenamientos y otras actividades, comenzando por las áreas críticas.

Honda también considera de gran importancia el fortalecimiento de las relaciones de los consumidores, colaboradores, asociados y comunidad, buscando mantener relaciones de responsabilidad y confianza.

Además de la dedicación en ofrecer productos y servicios de la más alta calidad, con precios justos buscando la satisfacción de los clientes, Honda también se preocupa en ser una empresa socialmente responsable, realizando diversas actividades sociales (más información en la [página 92](#)). Para eso, estableció una política con directrices y procedimientos para las acciones sociales realizadas por Honda en todas las unidades de América del Sur.



La Política
de Defensa de
la Competencia es
divulgada en todas
las unidades Honda
en América del Sur.



INFORME DE DESEMPEÑO

7

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

Medio Ambiente

Minimizar los impactos ambientales de su actuación, creando productos cada vez más amigables al medio ambiente y revisando las actividades corporativas. Esa es la premisa de Honda y es con base en ella que la empresa ha guiado su actuación.

En su visión de largo plazo, la creación de una sociedad libre de las emisiones de carbono es una de las directrices centrales de la estrategia para la sostenibilidad de la empresa, que tiene como meta alcanzar la neutralidad de carbono en todos los productos y operaciones corporativas antes del 2050. Todas las filiales de Honda en el mundo poseen el compromiso con esa directriz.

A fin de reducir el impacto de sus operaciones, la empresa está actuando con el concepto de Green Factory, que es aplicado en todas sus unidades fabriles para gestionar los residuos, la eficiencia energética, el uso racional del agua y la reducción de las emisiones atmosféricas.

De la misma forma, el concepto es aplicado para las operaciones logísticas, por medio del Green Logistics, que tiene por objetivo la reducción del volumen de embalajes y la maximización del transporte con almacenes flotantes.

Honda también posee el Green Office, cuyo objetivo es comprometer a los colaboradores en la recogida selectiva y en el uso racional de recursos. El concepto es aplicado, además, a toda la cadena, incentivando a concesionarios y proveedores que, de la misma forma, son orientados y evaluados por su desempeño ambiental, extendiendo el compromiso de la marca a toda la cadena productiva.



Meta global de
Honda: alcanzar la
neutralidad de carbono
en todos los productos
y operaciones
corporativas antes
del 2050

Emisiones

• GRI 103-2, 103-3/305 •

Conforme fue mencionado, Honda declaró la meta global de alcanzar la neutralidad de carbono en sus productos y actividades corporativas antes del 2050.

Este compromiso direcciona la definición de metas en actividades productivas, corporativas y en los niveles de emisiones de los productos y servicios.

La mejoría del desempeño ambiental de los productos de la marca es una de las iniciativas centrales para la concretización de la visión de una sociedad libre de las emisiones de carbono. Mundialmente, Honda está invirtiendo para mejorar el desempeño ambiental de los motores de combustión, así como para desarrollar y comercializar nuevos modelos con tecnologías de propulsores electrificados como los vehículos eléctricos de batería (BEV), híbridos (HEV) y de celda de hidrógeno (FCV).

La política de Honda es adoptar la tecnología correcta, en el lugar correcto, en el momento correcto. De este modo, la empresa decide por la implementación del tipo de motorización más adecuada para cada región considerando las diferencias en las políticas públicas y regulaciones, en la matriz energética, en la infraestructura disponible y en las características del mercado consumidor.

En Brasil, Honda sigue mejorando el desempeño ambiental de su línea de productos, tanto de motocicletas como de automóviles.

Los modelos New City Sedan y New City Hatchback cuentan con motor 1.5 DI DOHC i-VTEC con Inyección Directa, que combina excelente desempeño con bajo consumo de combustible y menor emisión de contaminantes, garantizando una excelente maniobrabilidad aliada a eficiencia energética.

Cuando el asunto es consumo de combustible, el New City merece destaque especial. De acuerdo con el Programa Brasileño de Etiquetaje (PBE), el New City sedán tiene consumo en la ciudad de 9,2/13,1 Km./l (etanol/gasolina) y, en la carretera, de 10,5/15,2 Km./l – respectivamente, el New City Hatchback registró 9,1/13,3 y 10,5/14,8 Km./l. Con tales números, ambos obtuvieron clasificación A en el PBE, dentro de sus categorías.

Motores más
eficientes:



1.5 DI



1.5 Turbo

Electrificación

En el área de electrificación Honda introdujo, en el 2021, su primer modelo híbrido, Honda Accord. La tecnología híbrida de Honda - e:HEV - trae un sistema único compuesto por dos motores eléctricos (uno generador y otro de propulsión) y un motor de combustión, proporcionando tres modos posibles de conducción: el solamente eléctrico, el híbrido o el de combustión. El sistema automáticamente opta por la opción que ofrece la mejor relación entre desempeño y bajo consumo, conforme las condiciones de rodaje.

Además de esto, Honda mantiene el compromiso de introducir en Brasil otros dos modelos híbridos antes del 2023 y anunció, en abril del 2022, que la 11ª generación del Civic será lanzada en el último cuadrimestre del año, en una versión híbrida.

Honda Automóviles de Brasil anunció la introducción de su tercer modelo híbrido en el país en el 2023, que será el SUV importado CR-V.

Fuentes limpias

Otra iniciativa clave de Honda en América del Sur para el cumplimiento de las metas de reducción de emisiones es la diversificación de sus fuentes de energía. El parque eólico Honda Energy es el principal ejemplo de este compromiso.

Sumado a los esfuerzos de las unidades de Honda Argentina y Moto Honda da Amazonía en adquirir parte de su energía eléctrica del mercado de fuentes renovables, Honda South América posee hoy cerca del 38% de su energía eléctrica proveniente de fuentes limpias.

El año pasado, Honda South América obtuvo una reducción de emisión de 1.891,61 tCO₂e en su operación, considerando el consumo de energía eléctrica y de combustibles (diésel, gasolina, GLP, queroseno, gas natural y etanol) a partir de proyectos específicos.

Se trata de una reducción significativa de gas carbónico (300% mayor cuando es comparado al 2020). A pesar de las dificultades impuestas por la pandemia de covid-19, este resultado es fruto de la reanudación de los proyectos implementados por las fábricas para reducción de emisión de CO₂ como, por ejemplo, cambio de equipos poco eficientes, implementación de comités de medio ambiente, adquisición de energía renovable, entre otros.

La diversificación de las fuentes de energía es una iniciativa clave para la reducción de emisiones

*REDUCCIÓN DE EMISIONES DE GEI

2020

2021

Volumen de reducciones (tCO₂e)

415,55 tCO₂e

1.891,61 tCO

*Para el cálculo de este indicador fueron consideradas las reducciones en los consumos de energía eléctrica y de combustibles como diésel, gasolina, GLP, queroseno, gas natural y etanol del período del 01 de enero de 2021 al 31 de diciembre de 2021 de las unidades productivas de Honda América del Sur (HDA, HAR, HSP). • GRI 305-5 •

Más de
7 millones de
unidades Flex One
fueron producidas
por Honda
desde el 2009



TECNOLOGÍA FLEX EN MOTOCICLETAS

La constante evolución técnica de la motocicleta evidencia la filosofía de respeto al medio ambiente, y ejemplo digno de nota es la tecnología FlexOne.

Una iniciativa inédita en el sector, mundialmente, ella les permitió a las motocicletas usar gasolina y/o etanol en cualquier proporción, preservando características de funcionamiento y durabilidad de referencia.

Honda fue pionera en presentarle al mercado esa importante innovación tecnológica, que tuvo una excelente aceptación de los brasileños.

El proyecto, desarrollado en Japón con participación de ingenieros brasileños, tuvo como objetivo la creación de un motor con el menor impacto posible al medio ambiente.

La tecnología está presente en ocho modelos (Biz 125, CG 160 Titan, CG 160 Fan, CG 160 Cargo, NXR160 Bros, XRE 190, CB 250F Twister y XRE 300), que representan el 60% del volumen de motocicletas producidas anualmente.

Desde el 2009, cuando la tecnología fue implantada, 7.390.909 millones de unidades Flex One ya salieron de la línea de producción de la fábrica de Manaus (AM).

Año tras año, la motocicleta nacional ganó en robustez, eficiencia, ahorro, y se convirtió en un producto mundialmente reconocido por la altísima calidad.

Al inicio de los años 2000, la realización del Programa de Control de la Contaminación del Aire por Motociclos y Vehículos Similares (Promot) estableció metas para la reducción de las emisiones de contaminantes, lo que resultó en progresivo alineamiento a los más rígidos estándares internacionales.

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

En este sentido, Moto Honda está preparando su line-up para cumplir los requisitos del Promot 5 y está alineada a las recomendaciones y directrices de la norma para la reducción de las emisiones de contaminantes.

La movilidad efectiva, o sea, exigir menor tiempo para realizar trayectos urbanos en horario de pico, es otro elemento de innegable reducción de impactos nocivos al medio ambiente. Un motor de pequeña capacidad cúbica, de emisiones contenidas al mínimo, es solamente uno de los factores ambientalmente positivos, al cual deben ser sumados aspectos secundarios, como menor desgaste de neumáticos y de la pavimentación, menor consumo de combustible y aceite lubricante, además del espacio ínfimo ocupado en las vías públicas.

Evolución de los indicadores de emisiones

Emisiones directas e indirectas de gases de efecto invernadero (GEI)
en tCO₂e • GRI 305-1; 305-2 •

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

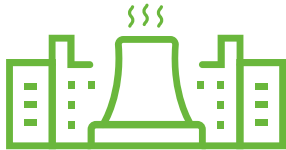
EMISIONES HONDA AMÉRICA DEL SUR	2020	2021
*Alcance 1 (tCO ₂ e)	24.603,87 tCO ₂ e	27.293,37 tCO ₂ e
**Alcance 2 (tCO ₂ e)	14.000,74 tCO ₂	11.690,08 tCO ₂ e
Total (tCO ₂ e)	38.604,61 tCO ₂ e	38.983,44 tCO ₂ e

* Las emisiones directas de GEI del alcance 1 consisten en la sumatoria de las emisiones provenientes del consumo de combustibles (diesel, gasolina, etanol, gas natural, GLP, queroseno) de las unidades Honda América del Sur (HAB Sumaré, HAB Itirapina, HDA, HAR, HDP, HSP, HSF, HMDC) en el período del 01 de enero de 2021 al 31 de diciembre de 2021.

** Las emisiones directas de GEI del alcance 2 consiste en la sumatoria de las emisiones provenientes del consumo de energía eléctrica de las unidades Honda América del Sur (HAB Sumaré, HAB Itirapina, HSF, HDA, HAR, HDP, HSP, HMDC) en el período del 01 de enero de 2021 al 31 de diciembre de 2021.

Cuando es analizado el consumo de combustibles (alcance 1), se nota que el monto absoluto de emisiones de GEI presentó un aumento, debido a una mayor actividad productiva en las fábricas de motocicletas y automóviles en comparación al 2020. Sin embargo, vale recordar que el año 2020 trae una base baja de comparación debido a las paralizaciones como consecuencia de la pandemia de covid-19.

Ya para el alcance 2, hubo una disminución en el 2021 cuando es comparado al 2020, debido a la implantación de proyectos dirigidos para la reducción de carbono en las unidades Honda en América del Sur, a la continuidad del home office para las actividades administrativas y también debido a la adquisición de una cuantía de energía renovable por Moto Honda da Amazonía, como iniciativa puntual, que contribuyó para la reducción de las emisiones de CO₂ provenientes del consumo de energía eléctrica.



Honda utiliza
la metodología
internacional
GHG Protocol

EMISIONES DE GEI



Intensidad de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI)

• GRI 305-4 •

Para calcular la intensidad de emisiones de gases de efecto invernadero, se realiza la sumatoria de las emisiones de CO2 de Alcance 1 y 2 de las unidades fabriles y se divide el resultado por el número de unidades producidas en Honda América del Sur (incluyendo automóviles, motocicletas y cuatriciclos).

Honda South América está alineada a las directrices globales de la compañía, buscando alcanzar la neutralidad en la emisión de carbono antes del 2050.

Emisiones de NOx, SOx y otras emisiones atmosféricas significativas

• GRI 305-7 •

En el 2021 fueron emitidas 2.179,31 toneladas de COV (Compuesto Orgánico Volátil). Se trata de una disminución con relación al 2020.

Para estimar este valor emitido por las unidades Honda América del Sur están siendo considerados 65% del valor total de productos a base de solventes comprados en el período referido (pintura, barniz, primer, catalizador, diluentes, etc.)

VOLUMEN DE EMISIONES	2020	2021
NOx	(-)	(-)
SOx	(-)	(-)
Contaminantes orgánicos persistentes (POP)	(-)	(-)
Compuestos Orgánicos Volátiles (COV)	2.870,94 toneladas	2.179,31 toneladas
Contaminantes atmosféricos peligrosos (HAP, en la sigla en inglés)	(-)	(-)
Material particulado (MP)	(-)	(-)
Otras categorías (Si es aplicable)	(-)	(-)

Considerando las unidades: HDA, HAB Sumaré, HAB Itirapina, HAR, HSP



Parque Eólico Honda Energy

Honda en Brasil no ha medido esfuerzos para cumplir la meta global de alcanzar la neutralidad de carbono en sus productos y actividades corporativas antes del 2050.

El parque eólico de Honda Energy es un gran ejemplo de esto. Primero del sector automotriz nacional y del grupo Honda en el mundo, el emprendimiento fue inaugurado en noviembre del 2014 y está localizado en la ciudad de Xangri-Lá (RS).

La operación suple toda la demanda de energía eléctrica de las unidades fabriles de automóviles, en el interior paulista, además de atender también a la oficina administrativa en San Pablo (SP).

En noviembre del 2021, Honda cumplió 1 año desde la ampliación de la capacidad instalada en su emprendimiento, que pasó a contar con diez turbinas y una capacidad instalada de 31,7 megawatts (MW), un aumento en la capacidad

de generación en torno del 11%. Con relación a la nueva torre, su potencia de generación es de 3,8 megawatts, 23% superior al modelo de los demás aerogeneradores, posee 112 metros de altura y está entre las mayores instaladas actualmente en Brasil.

Las palas miden 66 metros y, cuando son montadas, alcanzan diámetro de 136 metros. Este conjunto es mayor con relación a los demás y, en su punto más alto, alcanza 180 metros de altura.

En el 2021, el parque alcanzó el marco de 90 mil MWh de energía generada. El emprendimiento posee 94 mil MWh de capacidad máxima de generación de energía anual.

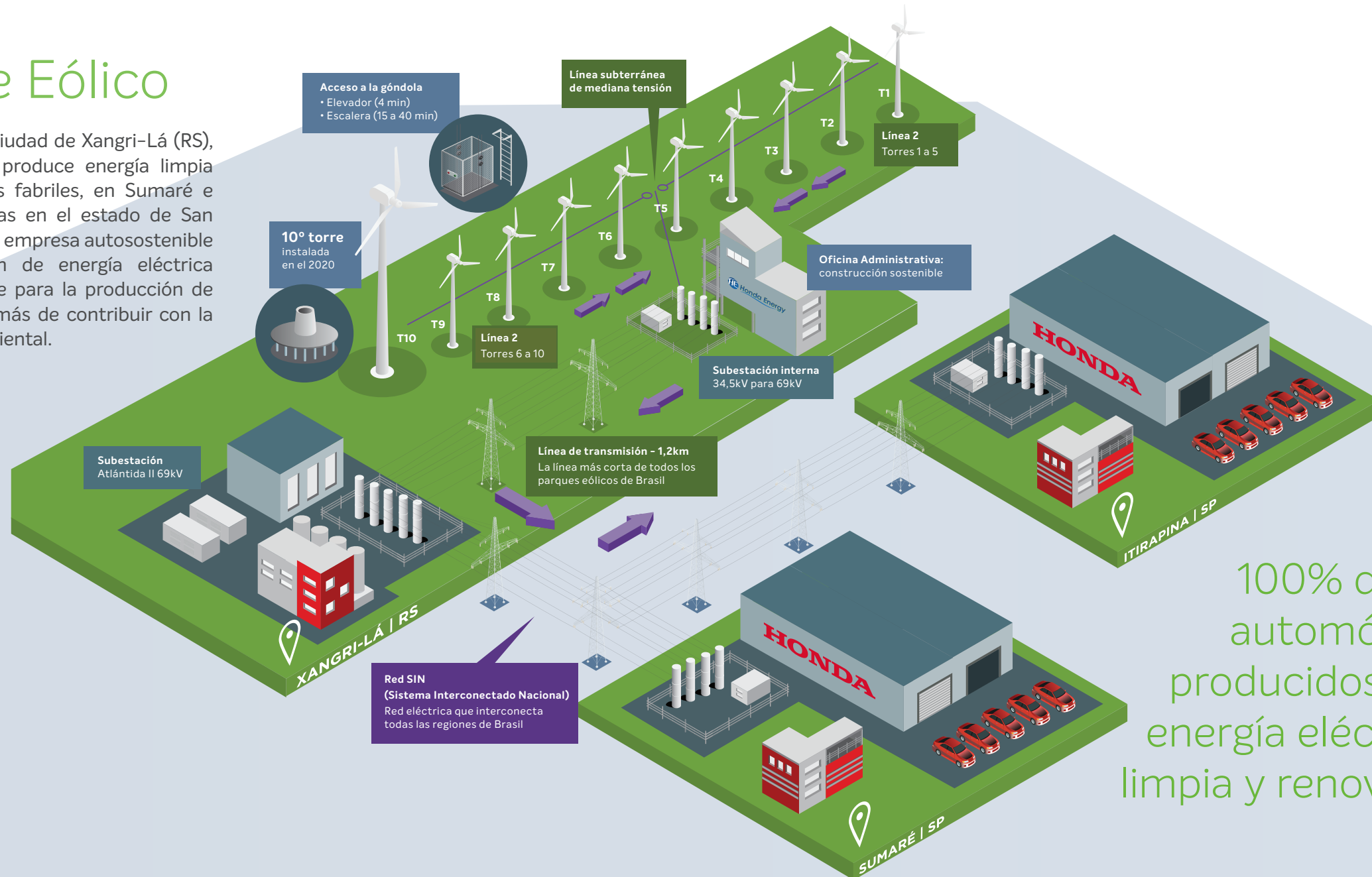
En casi ocho años desde su inauguración, el proyecto contabiliza más de 538 mil MWh de energía eléctrica limpia producida, lo que permitió la producción sostenible de más de 826 mil automóviles y evitó la emisión de 42 mil toneladas de CO₂.



En el 2021, el parque alcanzó el marco de 90 mil MWh de energía generada

Parque Eólico

Localizado en la ciudad de Xangri-Lá (RS), el parque eólico produce energía limpia para las unidades fabriles, en Sumaré e Itirapina, y oficinas en el estado de San Pablo. Él torna a la empresa autosostenible en la producción de energía eléctrica limpia y renovable para la producción de automóviles, además de contribuir con la preservación ambiental.



100% de los
automóviles
producidos con
energía eléctrica
limpia y renovable

Ecoeficiencia de las operaciones

• GRI 103-2, 103-3/302-1 •

Honda realiza evaluaciones frecuentes de sus instalaciones, teniendo siempre como prioridad la incidencia de luz natural y recursos ecológicamente correctos.

Los indicadores ambientales son monitoreados y analizados mensualmente por las áreas de planificación y gestión ambiental de las fábricas y, en casos donde son identificados consumos muy divergentes de las metas establecidas, son realizados análisis PDCA (Plan, Do, Check and Act) para la identificación de las causas y establecimiento de medidas preventivas y correctivas.

La mayoría de los indicadores presentados a continuación sufrieron aumento el año pasado, ya que la base de comparación con el 2020 es baja, debido a los períodos de paralización de las fábricas y adopción del régimen de home office como formas de sumar esfuerzos en el combate a la pandemia de covid-19 en el país.

En el 2021, Honda consumió 1.387.598,33 GJ de energía en las unidades de Honda South América.

	2020	2021
Consumo total de combustibles no renovables (GJ)	421.434,60	473.262,12
Consumo total de combustibles renovables (GJ)	10.150,11	11.607,78
Consumo de electricidad (GJ)	766.371,39	902.728,43
Consumo total de energía (GJ)	1.197.956,11	1.387.598,33

Considerando las unidades: HDA, HAB Sumaré, HAB Itirapina, HAR, HSP, HDP, HMDC, Morumbi



Los indicadores ambientales son monitoreados y analizados mensualmente

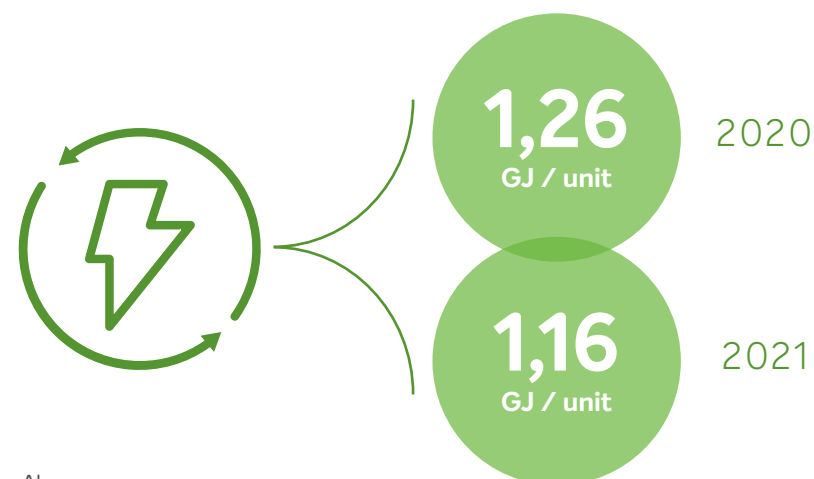
Tasa de Intensidad Energética

• GRI 302-3 •

La tasa de intensidad energética registrada el año pasado por las unidades fabriles de Honda South América fue de 1,16 GJ/ unidad. Para el cálculo son considerados los consumos de energía eléctrica y combustibles (diésel, gasolina, GLP, queroseno, gas natural y etanol).

Honda South América está alineada a las directrices globales de la compañía, buscando alcanzar la neutralidad en la emisión de carbono antes del 2050.

TASA DE INTENSIDAD ENERGÉTICA



Alcance

2020: Honda América del Sur (HAB Sumaré, HAB Itirapina, HDA, HAR, HSP).

2021: Honda América del Sur (HAB Sumaré, HAB Itirapina, HDA, HAR, HSP).

Reducción en el consumo de energía

• GRI 302-4 •

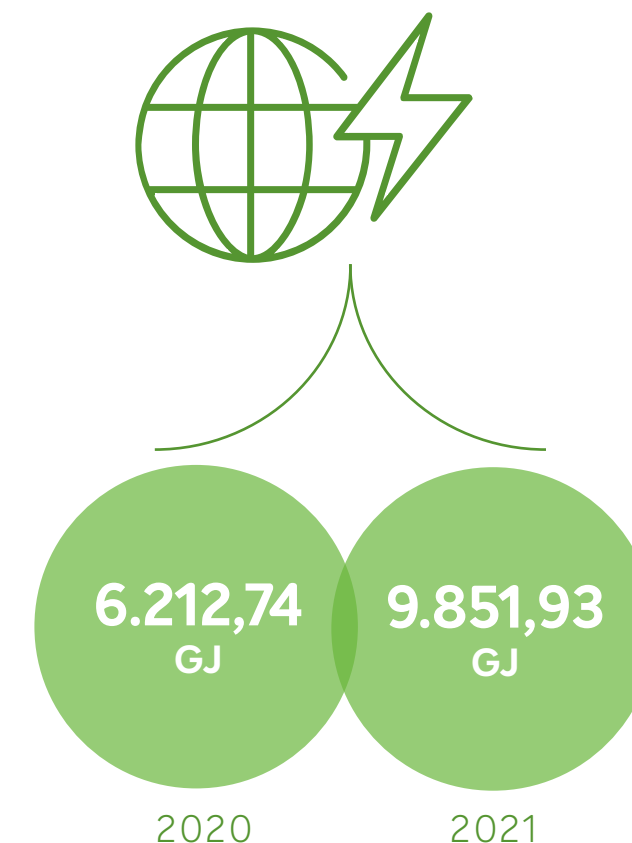
Cuando son consideradas las unidades especificadas a continuación*, hubo una contribución, a partir de proyectos de mejoría, para la reducción en el consumo de energía.

En el año 2021 se observa un gran aumento de la reducción de GJ comparado al 2020. A pesar de las dificultades impuestas por la pandemia de covid 19, este resultado es fruto de la retomada de los proyectos implementados por las fábricas para la reducción de consumo de energía como, por ejemplo, cambio de equipos poco eficientes, implementación de comités de medio ambiente, entre otros.

Siguiendo la directriz global de Honda Motor de Japón, las unidades Honda América del Sur poseen como meta trabajar la reducción del consumo efectivo de energía eléctrica y analizar la posibilidad de diversificación de las fuentes de esta energía.

El parque eólico Honda Energy es un ejemplo de esta gestión. Se suma a esta iniciativa los esfuerzos de las unidades de Honda Argentina y Moto Honda da Amazonía en adquirir parte de su energía eléctrica del mercado de fuentes renovables.

REDUCCIONES DE CONSUMO DE ENERGÍA



2020: Honda América del Sur (HDA, HAR, HSP).

2021: Honda América del Sur (HDA, HAR, HSP).

Uso racional del agua

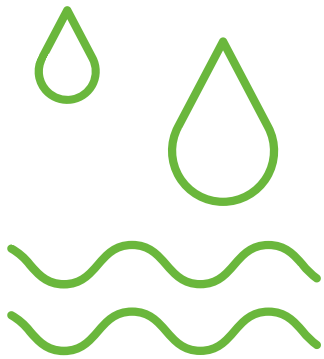
• GRI 103-2, 103-3, 303-1 •

A 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 todas las reglamentaciones aplicables a sus actividades.

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

En el 2021, Moto Honda da Amazonía inició una re-estructuración en su sistema de medición de agua interno. El proyecto tuvo inicio con la sustitución de los hidrómetros por medidores digitales de caudal, que poseen tecnología integrada y posibilitan la comunicación vía red entre medidores y supervisores.

Así, por medio de proyectos de mejora continua, como el reúso de agua en algunos procesos productivos, cambio de sistemas y mantenimiento de equipos, Honda tiene como objetivo disminuir el consumo de agua y evitar desperdicios.



VOLUMEN TOTAL DE AGUA RETIRADO (M³)

FUENTE	2020	2021
Agua superficiales	81.333,95	92.417,50
Aguas subterráneas	724.676,75	792.132,24
Agua de lluvia	-	-
Efluentes de otra organización	-	-
Abastecimiento por servicios de agua públicos o privados	8.836,02	6.970,31

2020: HAB Sumaré, HAB Itirapina, HDA, HAR, HDP, HSP, HSF, HMDC
2021: HAB Sumaré, HAB Itirapina, HDA, HAR, HDP, HSP, HSF, HMDC



Acciones de Honda para la preservación de manantiales y uso consciente del agua

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

Los lavatorios de la empresa cuentan con grifos de cierre automático y reductores de caudal de agua, que contribuyen para la reducción de cerca del 70% del consumo.

Además de esto, el agua del proceso de generación de aire comprimido es recolectada en una cisterna y es reaprovechada en la refrigeración de procesos productivos generando un ahorro de cerca de 700 mil litros al año.

Estación de
Tratamiento de
Efluentes de Moto
Honda, en Manaus, es
considerada una de
las más modernas de
América Latina

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 Honda Motos posee capacidad de tratamiento de 75 millones de litros al mes, que equivale, como promedio, al consumo de una ciudad con población de hasta 30 mil habitantes.

Después de la utilización del agua en los procesos de producción, refectorios y sanitarios, ella pasa por un riguroso proceso bioquímico de purificación antes de ser devuelta al medio ambiente.

En este proceso de tratamiento, los elementos químicos del agua son separados, siguiendo para el tanque de tratamiento biológico y se juntan al lodo activado, que es resultante del tratamiento para la destrucción de contaminantes orgánicos.

Enseguida, el agua que pasó por el proceso de desinfección es dirigida para la laguna de estabilización.

Parte del efluente final tratado es reutilizado en la irrigación de jardines, en los procesos industriales de limpieza de piezas y limpieza de la estación; y la otra parte es devuelta para la naturaleza, contribuyendo con la preservación del ecosistema de Igarapés.

Gestión de residuos y reciclado

• GRI 103-2, 103-3, 306; 306-2 •

Honda aplica en todas sus operaciones el concepto de las 3Rs: Reducir, Reutilizar y Reciclar. De esta forma, la empresa gestiona los residuos provenientes de sus actividades y concentra esfuerzos en el perfeccionamiento de los procesos productivos con el desarrollo de nuevas tecnologías dirigidas para la reducción, reutilización y reciclado.

El cierre de las actividades de montaje de vehículos en la fábrica de Honda en Argentina, la reducción en el volumen de producción derivado de la pandemia de covid-19, la paralización de las fábricas y el establecimiento del trabajo remoto, contribuyeron para la generación de una base baja de comparación en el 2020.

De esta forma, con la reanudación gradual de la producción en el 2021, se verificó un aumento en la generación total de residuos si es comparado al 2020. Se observa, no obstante, que el valor total del 2021 está cercano al año 2019.

La generación de residuo por unidad producida, sin embargo, fue menor en el 2021, mostrando que Honda está disminuyendo su generación de residuos por medio de proyectos y mejores prácticas.

Un ejemplo de iniciativa es el proyecto “Vertedero Cero” implantado en las unidades productivas de Sumaré-SP y Itirapina-SP, en septiembre del 2021, que resultó en la eliminación del 100% de los residuos destinados a vertederos.

RESIDUOS PELIGROSOS	2020 PESO (T)	2021 PESO (T)
Reciclado	677,23	588,66
Recuperación	0	0
Incineración	1.910,84	2.466,68
Vertedero	0	0
Otros (especificar) – incorporación	0	0
Otros (especificar) – coprocesamiento	733,95	361,73
RESIDUOS NO PELIGROSOS	2020 PESO (T)	2021 PESO (T)
Reutilización	0	0
Reciclado	35.123,75	38.004,96
Compostaje	160,19	129,73
Incineración	1.659,05	7.758,61
Vertedero	610,26	873,50
Otros (especificar) – coprocesamiento	1.970,88	2.130,72
Otros (especificar) – ultrafiltración	0	0
VOLUMEN TOTAL	42.846,16	52.314,59

Compostaje

Sobra de alimento no es basura. Es posible transformar lo que quedó en el plato en abono, por medio del proceso de compostaje.

Es lo que la fábrica de Honda Automóviles, en Sumaré, está haciendo desde que inauguró su Central de Compostaje Interno, reduciendo la emisión de gas carbónico de la cadena logística involucrada en la recogida y destinación de más de 120 toneladas anuales de este tipo de residuo.

Esta es otra iniciativa de Honda en favor de la sostenibilidad. En el 2021 fueron producidas cerca de 26,9 toneladas de abono orgánico, que fueron utilizados internamente en las áreas verdes de la empresa.

26,9 toneladas de
abono orgánico
fueron producidas
en el 2021 por Honda



Cabotaje

En su sistema logístico, Moto Honda da Amazonía utiliza modales de transporte innovadores, a fin de garantizar puntualidad, seguridad, ahorro y también sostenibilidad en la distribución de las motocicletas hasta las concesionarias.

En este sentido, el cabotaje se convierte en uno de los más importantes modales de transporte, tanto en la logística de distribución de motos como en la logística de abastecimiento de piezas.

En el 2021, Moto Honda da Amazonía utilizó el modal de cabotaje en la logística de abastecimiento. Fueron 1.841 containeres de piezas y componentes enviados para la fábrica de Manaus, resultando en una reducción de más de 847 TonCO₂.



Biodiversidad • GRI 304-1 •

Reserva Particular del Patrimonio Natural (RPPN)

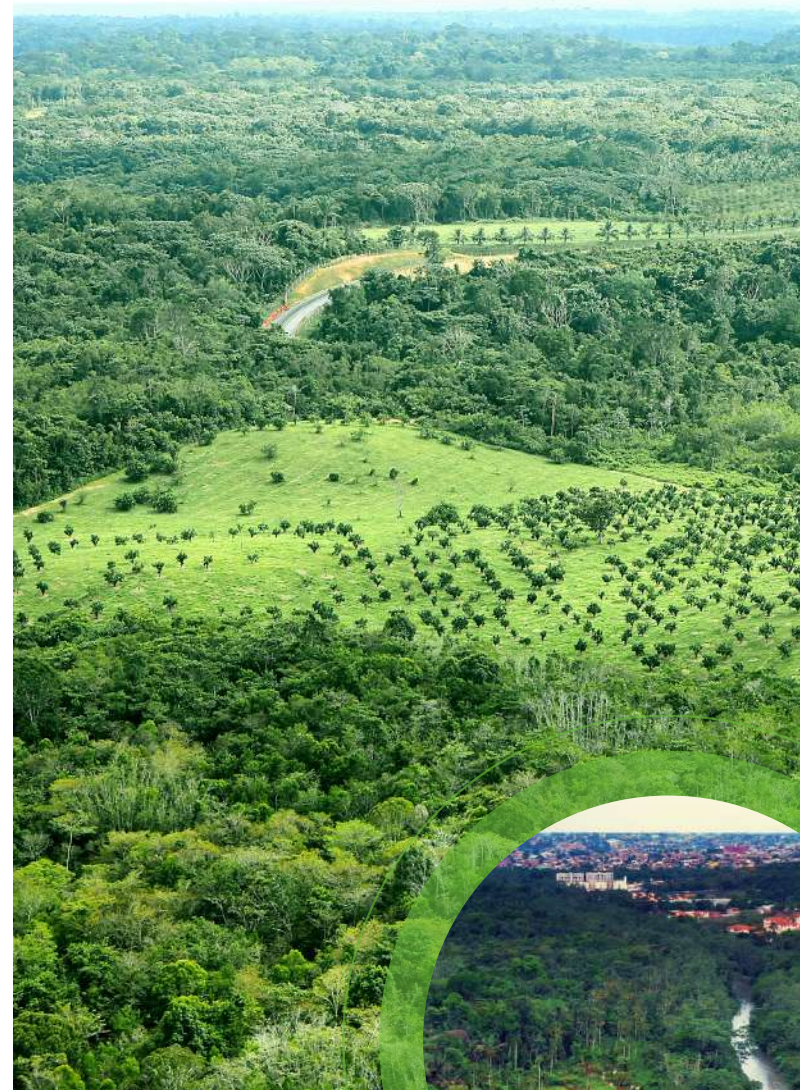
Para contribuir con la preservación de la biodiversidad en la región amazónica, Honda se comprometió a mantener, desde el 2006, una Reserva Particular del Patrimonio Natural (RPPN), localizada en el perímetro urbano de Manaus (AM).

Esta modalidad de conservación es parte de un compromiso voluntario de preservar la naturaleza y el equilibrio del ecosistema local por medio de la protección de recursos hídricos, manejo de recursos naturales y mantenimiento de equilibrios climáticos entre otras contribuciones ambientales.

Considerada un fragmento forestal urbano de bosque secundario, localizado a orillas del Igarapé de Mindu, la reserva mantenida por Honda abriga una gran biodiversidad de especies de la flora y de la fauna amazónica en una extensión de 16 hectáreas de bosque, espacio que equivale a 17 campos de fútbol.

Cerca de 140 especies forestales arbóreas y diversas especies de animales nativos son preservadas gracias a esa iniciativa.

Son preservados tres manantiales en el Proyecto Agrícola y otros tres en la Reserva Particular del Patrimonio Natural

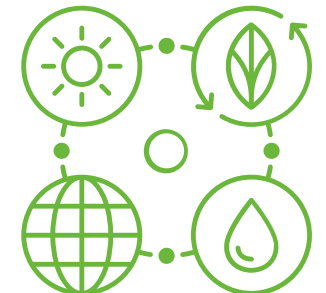


Proyecto Agrícola

A 80 km de Manaus, en el municipio de Río Preto da Eva, Honda posee una completa estructura para las pruebas de calidad y durabilidad de sus motocicletas. De forma armoniosa, la empresa también mantiene un proyecto de horticultura y reforestación de especies nativas.

El Proyecto Agrícola, inaugurado en el 2003, tiene como objetivo el plantío de árboles frutales, como coco, pupuña, acerola, limón, papaya y plátano, además de lechuga y rúcula hidropónica, que abastecen los restaurantes de la fábrica y entidades que cuidan de niños y ancianos carentes.

Cerca del 80% del terreno, el equivalente a 802,38 hectáreas es mantenido como reserva legal, propiedad rural a ser mantenida con vegetación nativa, donde son cultivadas especies amenazadas de extinción, como caoba, palo de rosa, araguaney y andiroba.



Seguridad

La seguridad en el tránsito es un compromiso esencial para Honda, una condición indispensable para la movilidad.

La actuación de la marca está dirigida en dos dimensiones principales. En primer lugar, la empresa desarrolla tecnologías avanzadas e innovadoras, mejorando las características de sus productos, para que ellos sean cada vez más seguros para los clientes.

En el segundo pilar, están las acciones educativas y de concientización, buscando fortalecer el comportamiento seguro de los principales agentes del tránsito.



Seguridad del producto

Motocicletas

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

CBS, tecnología innovadora desarrollada por Honda, consiste en un sistema hidráulico/ mecánico que actúa en los frenos de la motocicleta para distribuir de manera equilibrada el frenado entre la rueda trasera y la delantera, garantizando mayor estabilidad de frenado al piloto.

ABS es un sistema electrónico que evita el trabamamiento de la rueda en frenados bruscos y en pisos de poca adherencia. Honda está aumentando la penetración de esa tecnología en su línea de productos.

Además de los sistemas de frenos, Honda invierte en el desarrollo de tecnologías avanzadas como los controles de tracción y estabilidad, suspensión electrónica, embrague asistido y deslizante, acelerador electrónico, sistema anti-tiempinada y control de tracción, además de conectividad e incluso airbag, que son implementadas de acuerdo con la estrategia de cada producto.

Por fin, la empresa trabaja continuamente en sus proyectos para la mejoría de los parámetros de control de la motocicleta y en el conjunto chasis/suspensión, que permiten una ciclística más segura.

CRF 1100L
África Twin 2021
presenta un
salto tecnológico
importante

**Novedades en el 2021 para
seguridad en motocicletas:**

África Twin

La llegada de la versión 2021 de CRF 1100L África Twin está marcada por una profundizada renovación técnica, un perfeccionamiento que preserva la esencia 'True Adventure', pero que efectivamente evolucionó el modelo en prácticamente todos los aspectos.

Son cuatro versiones de África Twin 2021 a venta en Brasil: CRF 1100L, CRF 1100L DCT, CRF 1100L Adventure Sports ES y CRF 1100L Adventure Sports ES DCT.

Todas recibieron el sistema de acelerador electrónico TBW – Throttle By Wire –, juntamente con la extensión de los modos de pilotaje, más opciones en el sistema de control de tracción HSTC – Honda Selectable Torque Control –, y muchos otros ítems de tecnología relacionados a la adopción de una sofisticada IMU – Inertial Measurement Unit (unidad de control inercial) –, que le posibilitaron al modelo un salto tecnológico importante.

Además de esto, hubo la introducción de la transmisión de doble embrague (DCT), que se suma a la opción con caja de cambio convencional.

CBR 1000RR-R Fireblade SP 2022

Desde la Fireblade pionera, de 1992, la ya legendaria superdeportiva de Honda está evolucionado sin desvirtuar sus cualidades originales, con destaque para el concepto “Total Control”, que privilegia manejabilidad y ofrece un desempeño ideal para pilotos de diferentes niveles de experiencia.

El modelo ofrece el sistema de HSTC – Honda Selectable Torque Control, que controla la tracción en 9 niveles de actuación (más apagado/off), siendo la definición 1 la de intervención más blanda.

Este sistema fue optimizado en la versión presentada en el 2021 y ahora ofrece también un mejor y más eficiente control de tracción (actuando cuando la lectura comparativa entre las velocidades de las ruedas delantera/trasera excede valores predeterminados). Gracias a este perfeccionamiento, el sistema HSTC tiene una intervención suave y ofrece la máxima seguridad y control al conductor.



CBR 1000RRR Fireblade SP cuenta con el moderno control de Tracción HSTC



Honda ADV – Scooter Aventurera

En el 2021 fue lanzada la Honda ADV, una propuesta que incorpora la filosofía inaugurada por X-ADV, scooter de 750 cm³ lanzada mundialmente en el 2017.

Además de innumerables cualidades en diseño y motorización, se destaca la importancia dada a los equipos de seguridad, con obligatoria presencia del sistema de frenado ABS, suspensión trasera con depósito, SMART Key System (llave presencial), iluminación full LED, panel LCD tipo blackout y parabrisa ajustable en dos posiciones.

Como en todo scooter, la practicidad derivada de una ergonomía perfecta, excelente manejabilidad, simplicidad de uso y existencia de un amplio compartimiento bajo el asiento y porta-objetos en el escudo frontal no fue desconsiderada.





Novedades en el 2021 para seguridad en automóviles:

En el segmento de automóviles, Honda está introduciendo en Brasil el Honda SENSING, paquete de tecnologías avanzadas de seguridad y asistencia al conductor, que está presente en Honda Accord, desde el 2018, como equipo de serie; en el modelo CR-V, SUV más completo de la marca en Brasil; y en los modelos New City y New City Hatchback.

Honda presentó el Nuevo Accord en Brasil, comercializado en la motorización híbrida desde el segundo semestre del año pasado. El Honda SENSING de Accord fue mejorado. El modelo trae la tecnología Low Speed Braking Control, que activa el freno en maniobras de baja velocidad, en el caso que detecte la posibilidad de colisión. Además de esto, el asistente de permanencia en senda y el control de crucero adaptativo traen un funcionamiento aún más preciso e intuitivo.

Los avanzados sistemas de seguridad activa y pasiva del Accord 2021 incluyen también el VSA (asistente de estabilidad) con control de tracción, frenos ABS con Electronic Brake Booster (refuerzo electrónico de frenado), monitoreo de la presión de los neumáticos (TPMS), airbags delanteros, airbags del tipo cortina, airbags laterales y de rodillas para el chofer y pasajero del frente, siendo el primer Honda comercializado en el país con ocho airbags.

Otra novedad en seguridad es la adopción de la alerta de uso del asiento trasero, que emite un aviso al conductor, indicando que algo puede haber sido olvidado en el asiento de atrás, en el caso que las puertas hayan sido abiertas antes de iniciar el viaje.

New City y New City Hatchback: primeros modelos fabricados en Brasil a embarcar Honda SENSING

En el 2021, Honda Automóviles anunció la llegada de los modelos New City sedán, en una renovación completa del modelo; y New City Hatchback, haciendo su estreno en el segmento de hatches en Brasil y iniciando la familia City en el país.

New City y New City Hatchback llegan elevando los estándares de sus respectivos segmentos bajo varios aspectos, entre ellos la seguridad, con ítems solo vistos en segmentos superiores. Los modelos son los primeros de la marca producidos en Brasil a embarcar Honda SENSING, completo paquete de equipos de seguridad y asistencia a la conducción.

Honda SENSING está basado en las imágenes captadas por una cámara de visión amplia y de larga distancia, instalada en la parte central y superior del parabrisa.

Vea las funciones de Honda SENSING:

- **ACC** - Control de crucero adaptativo – Mantiene la velocidad programada, auxiliando al chofer a preservar una distancia segura en relación con el vehículo detectado adelante;
- **CMBS** - Sistema de frenado para mitigación de colisión – Acciona el freno al detectar una posible colisión frontal, con el objetivo de mitigar accidentes. Él es capaz de detectar e identificar peatones y vehículos que estén en el mismo sentido o en el opuesto;
- **LKAS** - Sistema de asistencia de permanencia en senda – Detecta las sendas de rodaje y ajusta la dirección con el objetivo de auxiliar al chofer a mantener el vehículo centralizado en las líneas de marcación;
- **RDM** - Sistema para la mitigación de evasión de vía – Detecta la salida de la vía y ajusta la dirección con el objetivo de evitar accidentes;
- **AHB** - Ajuste automático de luz – Conmutación nocturna automática de los haces bajo y alto de las luces de acuerdo con la situación.



Además de Honda SENSING (disponible en la versión Touring), New City trae también diversos otros dispositivos de seguridad en todas las versiones, entre los cuales se destacan: asistente de estabilidad y tracción (VSA), asistente de arranque en rampa (HSA), sistema de luces de emergencia (ESS), seis airbags (frontales, laterales y del tipo cortina), estructura de deformación progresiva ACE, sistema Isofix para fijación de asientos infantiles, alerta de baja presión de los neumáticos, cámara de marcha atrás multivisión, entre otros. LaneWatch, asistente para reducción de punto ciego, por medio de una cámara localizada en el espejo retrovisor del lado del pasajero, está disponible en las versiones EXL y Touring del sedán y en la versión Touring del hatchback.





Entrenamientos teóricos y prácticos son impartidos en favor de un tránsito más seguro



Tránsito seguro

Centro Educacional de Tránsito Honda - (CETH)

Honda cree que la educación, combinada a la tecnología de productos, es la clave para un futuro libre de accidentes.

Así, la empresa promueve actividades de seguridad en el tránsito en todos los continentes donde opera, realizando acciones de acuerdo con las características y situaciones de tráfico de cada país.

En Brasil, hay tres unidades del Centro Educacional de Tránsito Honda (CETH), localizadas en Indaiatuba (SP), Recife (PE) y Manaus (AM), que ofrecen clases prácticas y teóricas dirigidas para la diseminación de conceptos de seguridad en el tránsito y pilotaje seguro de motocicletas.

El proyecto también es realizado en las unidades del CETH localizadas en Argentina y en Perú.

Los Centros Educativos de Tránsito Honda ofrecen entrenamiento, gratuitamente, a dueños de flota de empresas públicas y privadas, entre ellas la Policía Militar, Ejército, Bomberos, entre otros.

En los CETHs los entrenamientos teóricos son realizados en sala y les ofrecen a los motociclistas información importante sobre pilotaje en las más variadas situaciones del tránsito. En el segundo momento, los alumnos ponen en práctica, en las vías de las unidades, el aprendizaje del aula.

Para multiplicar los entrenamientos, la empresa cuenta también con tres Unidades Móviles de Pilotaje, que actúan como soporte a las actividades itinerantes realizadas en todo el país.



En el 2021, ante la continuidad del aislamiento social impuesto por la pandemia de covid-19, los Centros Educativos de Tránsito Honda ofrecieron cursos y conferencias de forma online, acelerando el proceso de digitalización del conocimiento.

Más de 22 mil personas participaron de las conferencias online del CETH y más de 92 mil fueron impactadas con contenidos sobre conducción defensiva de forma virtual.

Además de esto, en las redes sociales, más de 14 millones de personas fueron impactadas con publicaciones relevantes acerca del tema. Entre ellas, se destaca la webserie Embajador al Mando, en la cual el embajador de la marca, el piloto y periodista Leandro Mello, da consejos de pilotaje seguro.

Término de compromiso con Detran San Pablo

En línea con su compromiso en promover acciones prácticas para una movilidad más segura, Honda anunció 400 plazas del entrenamiento Pilotaje Seguro para motociclistas y dueños de flota, en una colaboración con Detran SP. El curso será impartido en la estructura del Centro Educacional de Tránsito Honda (CETH) de Indaiatuba-SP.

400 plazas de entrenamiento fueron ofrecidas

Para viabilizar una participación mayor, fue necesario segmentar los grupos: de los 400 profesionales inscritos, la mitad podrá realizar el entrenamiento a lo largo del 2022, y los demás, en el 2023.





Clubito Honda

Los Centros Educativos de Tránsito también ofrecen actividades dirigidas a la educación para niños. Se trata del proyecto “Clubito Honda – Tránsito Amigo”, existente desde 1992 para promover actividades lúdicas que invitan a niños de 4 a 7 años a aprender sobre seguridad en el tránsito, de forma trivial y divertida.

Los CETHs cuentan, además, con la Ciudad Infantil del Clubito Honda en sus dependencias. El espacio, abierto a niños de escuelas públicas y privadas, reproduce una ciudad con la intención de transmitir conceptos de educación en el tránsito.

En el local, es simulada una miniciudad, con elementos como paso de peatones, semáforo, placas de señalización y mini-vehículos eléctricos para que los niños puedan aprender las principales reglas de tránsito.



En el 2021, en una retomada gradual de las actividades presenciales y siguiendo los protocolos de salud y seguridad, el Clubito Honda estuvo presente en dos eventos, realizados en colaboración con CPTRAN – Comando de Policía de Tránsito, en la ciudad de San Pablo:

- Semana Nacional del Tránsito, ocurrida entre el 18 y 25 de septiembre, en la cual 2.500 niños pudieron participar de las actividades de concientización para un tránsito más seguro;
- Evento para la Semana de los Niños, realizado en octubre, en el cual 1.743 niños estuvieron presentes y participaron de actividades lúdicas con un circuito de tránsito infantil, presentación de dibujos animados y distribución de material impreso y gorras.

En la Semana Nacional del Tránsito también fueron realizadas campañas educativas, con distribución de material de concientización para un tránsito más seguro en comandos de fiscalización.

Además de esto, el Clubito Honda dirigió sus esfuerzos para las plataformas digitales, promoviendo actividades online sobre tránsito seguro para los niños. En total, más de 43 mil niños participaron de las acciones digitales del Clubito Honda el año pasado.



77,4% es el índice
de reparación de
insufladores de
airbags Takata

Recall

El respeto al individuo es uno de los principios que rigen las operaciones de Honda en todo el mundo. Con base en eso, la compañía realiza sus campañas de recall, en todo el país, de forma gratuita y con el soporte de su sólida red de concesionarias. La empresa intenta convocar a los clientes para reparación con transparencia y agilidad.

Mega recall de airbags Takata

El recall de airbags de la empresa Takata es el mayor de la historia de la industria automovilística en Brasil. Desde julio del 2010, Honda está convocando a sus clientes para reparar el insuflador defectuoso del airbag Takata y, antes del cierre de este informe, realizó 16 campañas para recall de los insufladores de airbag Takata en automóviles y 2 campañas para la motocicleta GoldWing.>

• GRI 103-3/416, 416-1 •

Antes del cierre de este informe, hay 906.267 vehículos con necesidad de recall en un total de 1.611.187 insufladores de airbags Takata a ser sustituidos. 1.247.487 insufladores de airbags Takata ya fueron reparados, alcanzando un índice de atención del 77,4%.

Hasta diciembre del 2021, Honda posee el registro de 53 casos confirmados de ruptura anormal del insuflador de airbag Takata.

Iniciativas de la marca para alertar a los consumidores

Honda ha adoptado una serie de medidas pioneras para ampliar la comunicación con la totalidad de los propietarios cuyos vehículos tengan alguna pendencia de recall y concientizarlos sobre la urgencia de la reparación.

Es importante recordar que, en Brasil, la intención de cambio de vehículos por parte de los consumidores ocurre, como promedio, cada tres años. Por tanto, es común que con el paso del tiempo los carros cambien de dueños, pero no siempre los nuevos propietarios retornan a las concesionarias para realizar las revisiones y/o eventuales reparaciones periódicas, dificultando la actualización de los datos en los registros de Honda.

Consciente de la gravedad del recall de insufladores de airbag de Takata, Honda está liderando una serie de iniciativas pioneras para elevar el índice de atención de la campaña, yendo más allá de lo que exige la legislación vigente.

Algunos ejemplos:

- Transmisión nacional de vídeo exclusivo en TV abierta para alerta a los clientes;
- Actuación en conjunto con el programa especializado AutoEsporte, de la TV Globo, en un reportaje que alerta sobre la importancia de la realización del recall;

- Campañas en medios digitales;
- Call center activo;
- Convenio con los DETRANS de San Pablo y de Paraná, además de colaboraciones con aseguradoras y empresas de cobranza automática de peaje, entre otras, para la localización de los propietarios de los vehículos afectados;
- Colaboración con el SENATRAN para el envío de cartas a los clientes y notificación vía aplicación Cartera Digital de Tránsito, recordando sobre la necesidad de realización del recall;
- Entrega de folletos en peajes y estacionamientos de centros comerciales;
- Divulgación de piezas de comunicación en camiones;
- Divulgación nacional del vídeo testimonio del cliente Tiago Ferreira, que fue víctima de la deflagración anormal del insuflador del airbag Takata. Tiago cuenta cómo el episodio se tornó grave a partir de una lesión provocada por fragmentos metálicos que fueron lanzados contra él cuando el airbag fue accionado. El vídeo se encuentra disponible en el sitio web de Honda, en www.honda.com.br/recall;

- Traducción y divulgación local del vídeo testimonio de la cliente americana Stephanie Erdman, que también vivenció una deflagración anormal del insuflador del airbag Takata. El material se encuentra disponible en el sitio web de Honda, en www.honda.com.br/recall.
- En el 2020, Honda realizó una colaboración con el canal High Torque, especializado en mecánica automotriz y que cuenta con más de 1 millón de inscritos en Youtube, para transmitir información relevante acerca de la necesidad de reparación del airbag. Por medio de un vídeo explicativo, el influenciador Alexandre Dias Generoso, “ADG”, les explicó a sus seguidores cómo funciona un equipo de airbag, cuál es la falla que ocurre en los insufladores defectuosos de Takata y cuál es el procedimiento de cambio del componente. El vídeo contabilizó más de 65 mil accesos y puede ser visto en: www.youtube.com/watch?v=RfleL7I89iA.

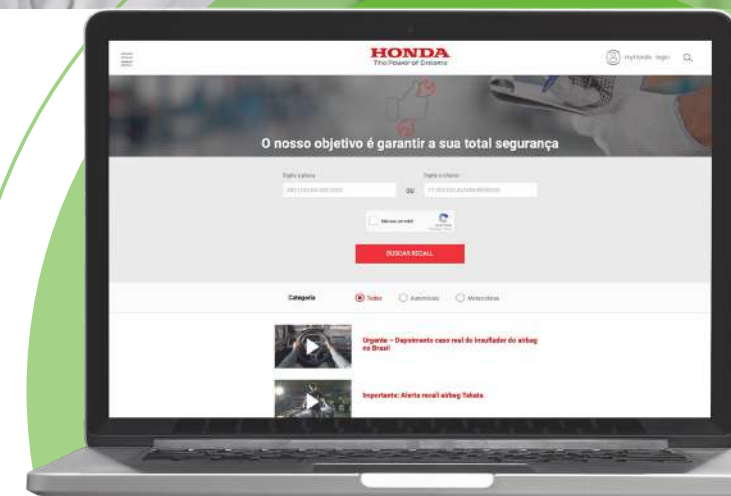
En el 2021, Honda realizó colaboraciones con sitios web de reventa de vehículos, entre ellos el portal webmotors.com.br, para la exposición de piezas de prensa alertando a los visitantes sobre el recall y también envío de e-mail a los anunciantes de vehículos Honda.

El año pasado, la empresa también realizó el envío de e-mails y SMS para clientes registrados en la base de datos, por medio de la herramienta de CRM myHonda.

URGENTE:

Modelos Honda ano 2001 a 2015
Acesse: honda.com.br/recall
Ou ligue: 0800 701 3432

Vídeo
testimonio
del cliente
Tiago Ferreira



Es posible verificar la necesidad de reparación por medio del sitio web www.honda.com.br/recall

Calidad

En primer lugar, la satisfacción del cliente

Ofrecer productos de la más alta 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 ser constatado en las palabras del propio fundador, Soichiro Honda, que reforzaba que “100% de calidad no es aceptable. Nuestros esfuerzos son aplicados para alcanzar 120%.”

El concepto de calidad total adoptado por la marca incorpora todas las dimensiones del negocio. Honda cree que el producto final solo ofrecerá un valor diferenciado al cliente si toda la operación es guiada por el mismo principio, desde el proyecto, desarrollo, gestión de la cadena de suministros, producción, ventas, postventas y administración. Así, el concepto de calidad total es también extendido a toda la cadena, incluyendo proveedores de piezas y materias primas, concesionarias y demás asociados.

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

Calidad del producto reconocida por el cliente

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

Honda invierte continuamente en encuestas que permiten identificar el grado de satisfacción de los clientes con relación a los productos y servicios de la marca, direccionando iniciativas dirigidas al perfeccionamiento continuo y al desarrollo de nuevas soluciones. De la misma forma, Honda está atenta a las encuestas, evaluaciones y premiaciones conducidas por terceros que le permitan a la empresa obtener reconocimiento de sus fortalezas y puntos de mejora.

Esfuerzos aplicados para alcanzar 120% de calidad



Encuesta Los Electos

La encuesta “Los Electos”, de la revista Cuatro Ruedas, reúne las opiniones de miles de consumidores de los automóviles más vendidos en el mercado brasileño, que clasifican diversos atributos del modelo y de la marca, con base en sus expectativas y experiencia real con el producto. El resultado es un índice de satisfacción en que la nota 100 indica la satisfacción plena de las expectativas del cliente.

En el caso de Honda, en el 2021, el modelo Honda Civic quedó en primer lugar en la categoría Sedanes y en el ranking general, con el sello de Gran Campeón. Es importante resaltar que, a lo largo de los 20 años de existencia de la encuesta, el Civic es el modelo que más conquistó el tope del ranking general de la publicación. Otros modelos de Honda presentes en el estudio también se posicionaron entre los mejores del segmento.



Sello Mayor Valor de Reventa

El sello “Mayor Valor de Reventa”, promovido por el portal Autoinforme, es una certificación de los carros y motocicletas que menos pierden valor en la hora de la reventa. Es un estudio que certifica la calidad de los productos de Honda y demuestra el valor percibido de los modelos ante los consumidores. En la evaluación del 2021, dos modelos Honda conquistaron la primera colocación: el Honda City, en la categoría de sedanes compactos y el WR-V en la categoría SUV compacto de acceso.

Entre las motocicletas, Honda CG 160 recibió la certificación máxima del estudio, en la categoría Street y en el ranking general, consagrándose como la motocicleta con el mejor valor de reventa de Brasil, en el período de un año. Además de ser la campeona general, Honda Motos también venció en las categorías Scooter hasta 200 cc, con la PCX 150; Motoneta, con la Pop 110i; Naked hasta 800cc, con la CB 650R; y Crossover, con la CB 500X.

El estudio es hecho desde el 2000 y la certificación es concedida desde el 2014.





Moto del Año

Promovido por la revista Dos Ruedas, el premio Moto del Año elige a las mejores motocicletas en los aspectos Motor, Frenos, Suspensión, Agilidad, Comodidad, Diseño y Costo-Beneficio, por medio de la votación de periodistas especializados en el segmento de dos ruedas. La motocicleta electa con la mayor nota entre todas las participantes es considerada la “Moto del Año”. En la edición 2021 del premio, Honda Motos fue la vencedora en cuatro categorías: Scooter, con el modelo X-ADV; Adventure, con la CRF 1100L África Twin; Sport, con la CBR 1000RRR Fireblade SP; y la gran vencedora como Moto del Año, también con el modelo CBR 1000RR-R Fireblade SP.

En el 2021,
Honda Motos
fue vencedora en
cuatro categorías del
premio Moto del Año

Sistema de gestión de la calidad

Honda cuenta con un sistema global de gestión de la calidad, G-HQS, establecido en abril del 2005, constituido por un conjunto de estándares fundamentales que apoyan las actividades de aseguramiento y mejora de la calidad en todas las operaciones del grupo Honda.

El sistema tiene como objetivo garantizar la calidad no solamente en las actividades de producción, sino también en las demás áreas de la empresa. Por medio del G-HQS, Honda define claramente los papeles y responsabilidades, estándares e indicadores para áreas de desarrollo; fabricación; servicios; compras e ingeniería para mejorar la calidad de los procesos y del producto continuamente.

El G-HQS sistematiza el conocimiento adquirido por Honda, de forma independiente, en la fabricación de productos de calidad y en la prevención de problemas potenciales. Además del sistema propio, Honda también está en conformidad con los estándares de certificación ISO. Actualmente, cuatro instalaciones de Honda en América del Sur poseen la certificación ISO 9001 (Moto Honda da Amazonia, Honda Automóviles Sumaré e Itirapina y Honda de Argentina).

Ciclo de Calidad Honda

I

Diseño y Desarrollo

El aseguramiento de la calidad es implementado desde la fase inicial, del diseño del producto, utilizando la experiencia de la marca en diseño y fabricación para crear proyectos que faciliten su producción;

II

Preparación de la Producción

El aseguramiento de la calidad se extiende a los procesos de producción, por medio de controles de fabricación que limiten la variabilidad del proceso;

III

Producción

Además de proyectar diseños que faciliten la fabricación del producto e implementar controles de fabricación que limitan la variabilidad de los procesos, el aseguramiento de la calidad conduce inspecciones rigurosas de piezas y vehículos, además de garantizar que no ocurran daños a los productos durante el transporte;

IV

Ventas y Servicios

Eventuales problemas de calidad en el mercado son detectados por medio del postventa y son tratados por las concesionarias, a partir de encuestas y recogida de información junto a los clientes;

V

Recogida de Información de Calidad

A partir de la información recolectada junto a los clientes y mercados en todo el mundo, es realizado un análisis para la mejoría de la calidad (sistema de mejoría de la calidad del mercado).



Investigación & Desarrollo

Para Honda, invertir en investigación y desarrollo es primordial para el proceso de innovación. En este sentido, el Centro de Investigación y Desarrollo, localizado en la planta de Automóviles en Sumaré (SP), actúa fuertemente en iniciativas para aumentar el índice de nacionalización de los componentes, en tecnologías menos nocivas al medio ambiente y adaptadas a las demandas específicas de los países de la región.

Con laboratorios y equipos técnicos de última generación, el Centro es hoy uno de los principales núcleos de desarrollo de Honda fuera del eje Japón-Estados Unidos.

Dentro de esta misma estrategia, el Centro de Desarrollo y Tecnología (CDT), localizado en la planta de Manaus (AM), funciona como un polo tecnológico multidisciplinario y tiene como misión fortalecer la investigación y la creación de soluciones para necesidades del mercado suramericano.

La unidad posee una infraestructura de evaluación de productos, así como un campo de pruebas que simula las más variadas condiciones de uso de las motocicletas, laboratorios de pruebas de motor, emisiones de gases y durabilidad.

En ambos segmentos, los recursos y la competencia técnica para investigación y desarrollo en Brasil, sumados al conocimiento global en las áreas de innovación, tecnología, gestión de energía, robótica e inteligencia artificial, le garantizan a Honda liderar el avance de la movilidad.

El área de investigación y desarrollo es también fundamental para garantizar la calidad de los productos, creando diseños y proyectos que limitan la variabilidad del proceso de fabricación. Los ingenieros de Honda tienen acceso a una amplia base de conocimiento acumulado sobre procedimientos y técnicas que contribuyen para evitar problemas de calidad en el desarrollo conjunto con los proveedores y en la producción.



Gestión de Proveedores

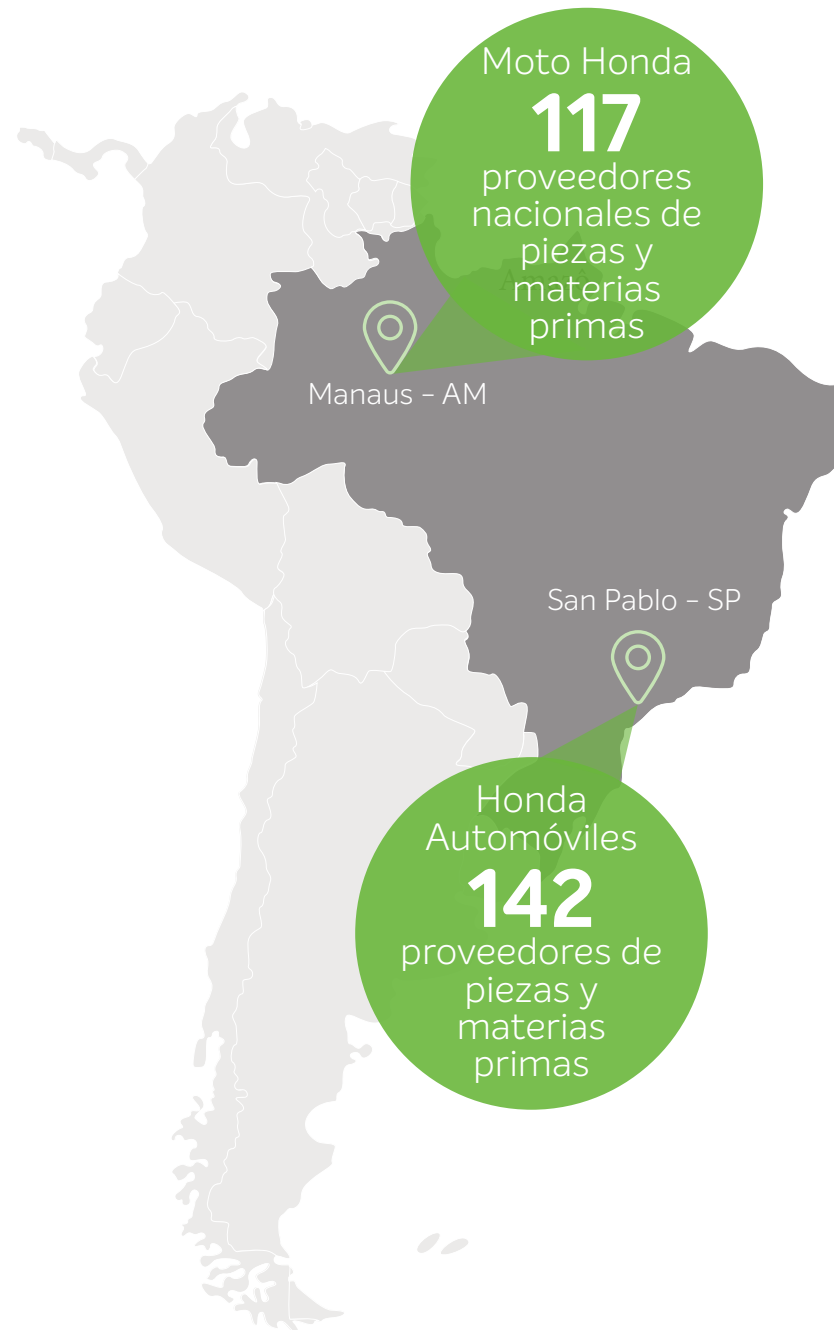
• GRI 102-9 •

Honda South América desea trabajar con proveedores reconocidos no solamente por su capacidad de atención y calidad de productos y servicios, sino también por su actuación ética en los ámbitos social y ambiental.

Así, para ser 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 sede en Japón.

El estándar Honda de selección y gestión de los asociados es definido por la metodología QCD-MEFS (Calidad, Costo, Entrega, Gestión, Medio Ambiente, Financiero y Seguridad, en portugués).

Con enfoque en esas dimensiones son establecidos indicadores y procesos para desarrollo y seguimiento de los proveedores, como especificaciones de calidad, eficiencia, atención, gestión ambiental, gestión de recursos humanos, entre otros.



New Honda Circle Suppliers - NHC-S Ambiental

Honda aplica anualmente el programa New Honda Circle Suppliers - NHC-S Ambiental, cuyo objetivo es incentivar a sus proveedores a eliminar desperdicios de energía. Así, los asociados son estimulados a mejorar su eficiencia energética de sus máquinas y equipos, reduciendo el consumo de energía y, consecuentemente, la emisión de CO₂.

En el 2021, Honda Automóviles de Brasil contó con la participación de 21 proveedores que, juntos, dejaron de emitir 12.551 toneladas de CO₂ en la atmósfera por medio de acciones de mejoría continua.

En Moto Honda da Amazonía, después de la suspensión del programa en el año 2020 como consecuencia de la pandemia mundial, el programa NHC Suppliers fue estructurado y retomado en formato virtual en el 2021. Hubo la participación de 54 empresas, que actuaron en diversos temas de mejoría de la calidad y aumento de eficiencia con beneficios medios de hasta 20% en los procesos productivos.

Además de esto, en el 2021, la unidad de Manaus (AM), implementó el Programa Sostenibilidad, con un conjunto de actividades como seminarios online sobre temas como sostenibilidad (presencia de 64 proveedores) y salud mental y física (con la presencia de 92 proveedores); realización de campañas solidarias, con la recaudación de aproximadamente 19 mil ítems alimenticios y de higiene, donados para ocho instituciones de caridad, y, por fin, la empresa realizó la entrega del Gran Premio de Sostenibilidad, que contó con la participación de 31 empresas actuando, con enfoque en reducción en la emisión de gases, inclusión social y mejoría de la calidad de la salud mental y física de sus colaboradores y comunidad.

La cantidad de proveedores, tanto para la operación de automóviles como para la de motocicletas, presentó una ligera reducción en la comparación con el 2020.

En Honda Automóviles, el número de proveedores pasó de 165 para 142, como consecuencia de los cambios de line-up, conforme fue explicado en la [página 30](#) de este informe; y en Moto Honda da Amazonia de 118 para 117, debido a un proceso natural de readecuaciones internas.

Garantizar la calidad de los componentes y materiales adquiridos de los proveedores es fundamental para ofrecerles a los clientes productos diferenciados. Honda visita las instalaciones de sus proveedores con frecuencia para realizar auditorías de calidad con base en el “Principio de las Tres Realidades”, que enfatiza “ir al local real”, “conocer la situación real” y “ser realista”. Estas actividades de auditoría son conducidas tanto en la etapa de preparación de la producción como durante la producción en masa. Con base en esas auditorías, Honda trabaja continuamente, en conjunto con los proveedores, en la identificación e implantación de proyectos de mejora.

Calidad en el proceso productivo

Los procesos productivos de Honda son desarrollados empleando modernas tecnologías de fabricación, que proporcionan piezas y componentes con elevado estándar de calidad. Además de esto, son aplicadas rigurosas inspecciones intermedias, utilizando altos estándares, para elevar aún más la calidad de los productos, siempre con enfoque en el cliente.



Centro de Calidad de Mercado

Honda estableció un área, Market Quality Center (MQC), para gestionar la información sobre la calidad del producto ofrecido al mercado. MQC tiene como objetivo mejorar la prevención de problemas, así como detectar y solucionar las ocurrencias con agilidad. El área reúne información relacionada a la calidad provenientes de los con-

cesionarios de todo Brasil y por medio del departamento de servicios de los centros de relación con los clientes. Esa información es compartida con las áreas de investigación y desarrollo, producción y gestión de proveedores para evaluaciones técnicas que permiten la identificación de las causas e implantación de contramedidas.

Relación con clientes

Honda tiene como objetivo proporcionar al cliente experiencias positivas a lo largo del tiempo, en todos los puntos de contacto con la marca. De este modo, se crea un historial de relación que le posibilita al cliente reconocer el valor de la marca, sus cualidades y diferenciales.

En esta misión, uno de los grandes pilares de Honda en Brasil es su amplia red de concesionarias, compuesta por 212 puntos de ventas y servicios en automóviles y más de 1.100 en motocicletas.

La red de concesionarias es un asociado fundamental que comparte la misma cultura de orientación al cliente, ofreciendo atención personalizada desde el primer contacto, experimentación del producto, negociación para la venta, prestación de servicios e implementación de estrategias de comunicación y relación. La gestión de las concesionarias es seguida de cerca por los equipos consultivos de Honda, por medio de actualizaciones constantes, consultoría remota y encuestas de satisfacción sobre la atención, productos y servicios ofrecidos.

En el 2021, más de 138 mil clientes fueron escuchados y pudieron expresar sus opiniones, contribuyendo a los procesos de perfeccionamiento continuo de la empresa.

La capacitación de los colaboradores de la red de concesionarias es otro factor esencial para garantizarles experiencias positivas a los clientes. En el 2021, Honda aplicó más de 137.000 horas de entrenamientos técnicos y comportamentales, a distancia y presenciales, a los colaboradores de servicios y piezas de la red.



En el 2021, más
de 138 mil clientes
fueron escuchados
y pudieron expresar
sus opiniones

Comunicación de marketing

• GRI 417-3 •

El marketing es un método de comunicación importante 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 en sus relaciones con los clientes.

El marketing justo y responsable evita cualesquiera afirmaciones engañosas, falsas o discriminatorias. Así, Honda actúa en conformidad a las políticas y exigencias legales.

En el 2021, no fueron identificados casos de no conformidad con leyes y/o códigos voluntarios.

Honda actúa en
conformidad a
las políticas y
exigencias legales
en su comunicación
de marketing

PROGRAMA BEST QUALITY



Evento presencial realizado en el año 2019

Best Quality es una iniciativa de Honda América del Sur dirigida al reconocimiento de los técnicos, consultores y gestores de servicios y piezas de su red de concesionarias de motocicletas y automóviles. Por medio de diversos métodos de evaluación, los mejores profesionales avanzan en las etapas del programa en cada categoría – técnico, reparador de carrocería y pintura, consultor técnico, consultor de piezas y gestor – hasta la última fase, reconociendo a los profesionales de mayor destaque en cada categoría.

En el 2021, debido a los protocolos sanitarios adoptados para contener la diseminación del covid-19, el programa Best Quality fue realizado de forma online. Desde su lanzamiento en el 2007, el programa ya registra la participación de más de 114.000 colaboradores de la red de concesionarias en toda América del Sur, lo que demuestra el comprometimiento de la marca en asegurar la alta calidad de su postventa.

Relación Digital

Gracias a una fuerte estrategia de comunicación por las vías digitales y una plataforma propia de CRM, titulada “myHonda”, la empresa y toda su red de concesionarias mantiene la relación con los clientes, a lo largo del tiempo, en todo país, sobre las más diversas demandas.

La comunicación online está garantizada no solamente para los actuales clientes, que ya poseen historial de relación con la marca, sino también para quien desea adquirir por primera vez un producto o servicio de Honda.

Al formar parte de myHonda, los clientes y seguidores de la marca tienen acceso a los contenidos de interés, oportunidades y condiciones especiales, información de productos y servicios. De esta forma, Honda garantiza la excelencia de atención a los clientes también en el ambiente digital, una herramienta que se mostró aún más importante en el contexto de aislamiento social adoptado en el combate a la diseminación del covid-19.



Portal postventa

Con el objetivo de extender la excelencia de la marca para el ambiente digital, llevando más información a los usuarios de forma fácil y transparente, desde el 2019, los clientes de Honda cuentan con nuevas herramientas y funcionalidades en el sitio de postventas, como consulta y programación de revisiones y periodicidad indicada para el cambio de piezas y componentes (www.honda.com.br/pos-venda/automoveis). Además de esto, los clientes pueden consultar los valores de revisiones y piezas, además de programar servicios, en la comodidad de su casa.



Redes Sociales

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

Las páginas también traen la presentación de temas que constituyen los pilares de la marca, como seguridad en el tránsito, medio ambiente, deportes de motor, entre otros.

En todos sus canales oficiales, Honda acumula aproximadamente 11 millones de seguidores en Brasil.

11 millones de
seguidores
siguen la marca
Honda en las
redes sociales



www.facebook.com/HondaBR
www.facebook.com/hondaautomoveis
www.facebook.com/HondaMotosBr
www.facebook.com/hondaracingbrasil
www.facebook.com/ConsortioNacionalHonda
www.facebook.com/bancohondaoficial



www.instagram.com/hondaautosbr
www.instagram.com/hondamotosbr
www.instagram.com/consorciohonda



www.linkedin.com/company/honda-brasil



www.youtube.com/HondaMotosBrasil
www.youtube.com/hondabr
www.youtube.com/HondaInstitucional

Personas

Honda cree en el Poder de los Sueños como fuerza motriz para enfrentar desafíos y emprender grandes realizaciones.

Así, la empresa quiere mantener un ambiente de trabajo innovador, capaz de crear valores únicos para la sociedad y para los clientes, donde cada colaborador puede disfrutar de la verdadera Alegría de Crear, abordada en la [página 9](#) de este informe.

La política de Recursos Humanos es sustentada por la creencia fundamental del respeto al individuo, que debe ser comprendido por medio de tres pilares:

- La valorización de la iniciativa de cada colaborador para la realización de las ideas y aspiraciones;
- La igualdad para que las personas sean tratadas de forma justa, con oportunidades iguales;
- La confianza fundamental para el establecimiento de relaciones duraderas y para la formación de los equipos de trabajo.



Es con base en esta filosofía, que Honda incorpora el tema Diversidad en su nueva matriz de materialidad (más información en la [página 15](#)), bajo el tópico material “Gestión de Personas y Diversidad”, abordado más adelante en este capítulo.



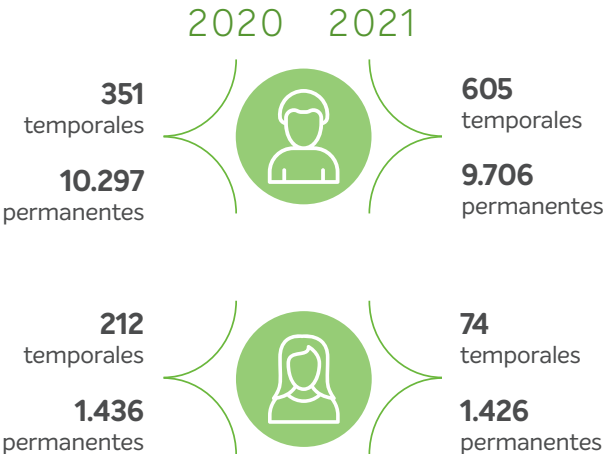
Datos Generales

• GRI 102-8, 103-2, 103-3/402 •

Honda South América cerró el año 2021 con 11.132 personas en su cuadro de colaboradores permanentes y 679 no permanentes. Cada uno de estos colaboradores pudo compartir este ambiente de trabajo, pautado por el respeto al ser humano y que incentiva la realización y desarrollo profesional a largo plazo, además de recibir remuneración alineada a las mejores prácticas del mercado. Con esa filosofía, Honda gestiona su capital humano y crea una cultura corporativa que proporciona diferencial competitivo sostenible a largo plazo.

Ambiente
de trabajo
pautado por
el respeto al
ser humano

Número total de colaboradores por contrato de trabajo
(permanentes y temporales), por género.



Número total de colaboradores por contrato de trabajo
(permanentes y temporales), por región.

	2020		2021	
	Temporal	Permanente	Temporal	Permanente
Brasil (Norte)	317	6.372	488	6.652
Brasil (Sudeste)	96	4.448	0	3.743
Argentina	0	1034	54	515
Chile	4	79	12	79
Perú	190	89	125	143

Conforme fue apuntado en la tabla de colaboradores por región, hubo una reducción en el cuadro de colaboradores de Honda en Argentina, como consecuencia del cierre de las operaciones productivas de automóviles en el país, tema elucidado en el Informe de Sostenibilidad 2020, [página 22](#).

También es observada una diferencia en el cuadro de colaboradores de Honda en Brasil, en la región sudeste. El resultado se da como consecuencia de la adecuación de la estructura de producción de Honda Automóviles al escenario de la industria automotriz, impactada por la pandemia.

En contrapartida, en Moto Honda da Amazonía, en Manaus (AM), y en la unidad de Honda en Perú hubo un aumento en el cuadro de colaboradores. Conforme fue explicado en el capítulo 5 de este informe ([página 24](#)), el mercado de motocicletas registró un aumento en la demanda debido al fortalecimiento de las entregas delivery durante el aislamiento social.

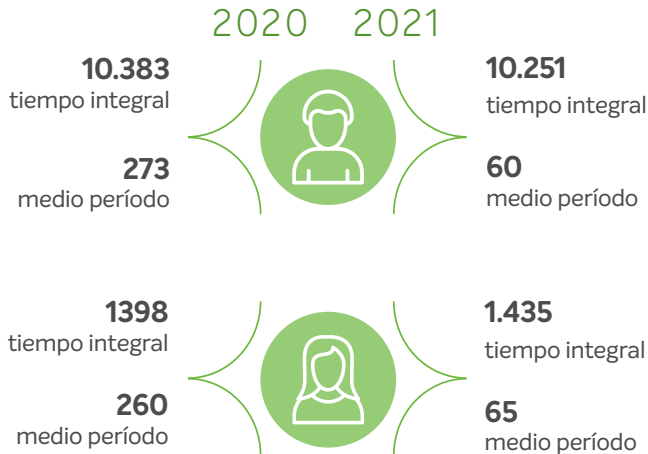
Conclusión de la transferencia para Itirapina (SP)

Honda Automóviles está reestructurando sus actividades productivas desde el 2019, con el objetivo de aumentar la competitividad y la sostenibilidad de la operación a largo plazo. La transferencia completa de la producción de automóviles de la fábrica de Sumaré-SP para la unidad de Itirapina (SP), y de los colaboradores involucrados en el proceso, fue concluida en diciembre del 2021.

En total, cerca de 1.100 colaboradores fueron transferidos de la unidad de Sumaré para la nueva fábrica de Itirapina. Honda prestó soporte en todas las etapas del proceso de transferencia, ofreciendo asistencia a los profesionales y sus familias, con una comunicación abierta y transparente, además de un paquete de incentivos alineado a las mejores prácticas de mercado.

Para los colaboradores de la unidad de Sumaré que no pudieron seguir con la transferencia para Itirapina, Honda Automóviles realizó un programa de despidos voluntarios. El programa tuvo como objetivo ofrecer condiciones para una transición segura a aquellos que contribuyeron con la empresa a lo largo de sus carreras y también contó con un robusto paquete de beneficios, alineado a las mejores prácticas de mercado.

Número total de colaboradores por tipo de empleo
(tiempo integral y parcial/medio período), por género.





Diversidad e Inclusión

GRI 405-1

Introducción

Honda entiende el tópico de Diversidad e Inclusión como de suma importancia para la sociedad, dado que una mayor igualdad promueve la estabilidad social y apoya el desarrollo económico, además de contribuir para que la compañía tenga acceso a un enfoque más amplio y diversificado sobre las cuestiones que la cercan.

El tema se convirtió en un tópico material de la empresa, conforme fue presentado en el capítulo 4 de este informe.

El enfoque de Honda para la Diversidad

Diversidad en el local de trabajo se refiere a la pluralidad de características entre los colaboradores. Ella abarca el respeto y aceptación de las personas por medio del reconocimiento de las diferencias y de la singularidad de cada uno, pudiendo referirse a género, raza, etnia, nacionalidad, edad, orientación sexual, deficiencia, 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, sumado al poder de los sueños, al trabajo en equipo y la iniciativa de cada colaborador, favorece la innovación y creatividad.

Honda incorpora en sus valores los principios de Diversidad, principalmente, a partir del concepto de Respeto

al individuo, presente en la Filosofía Honda. Se cree que cada persona es única y posee características propias en la forma de pensar, crear y soñar y que esta singularidad debe ser respetada.

Este concepto está basado en otros tres: Iniciativa, Igualdad y Confianza. Por medio de ellos, hay el incentivo para no limitarse a ideas preconcebidas, reconocer y respetar las diferencias individuales, tratar a todos de forma justa y ofrecer oportunidades iguales a todos.

Con eso, se garantiza un ambiente estimulante, productivo y positivo, donde todos pueden contribuir igualmente para el éxito de la empresa y ser reconocidos por sus esfuerzos.

Cómo Honda está comprometida con el tema

Honda está comprometida en desempeñar un papel activo en la revisión de sus operaciones y decisiones, a fin de promover la diversidad y apoyar la igualdad de oportunidades, para propagar una cultura inclusiva en toda la empresa.

Esos principios se aplican igualmente al reclutamiento de personas, a las oportunidades de progresión de carrera y a las políticas de remuneración.

Acciones de Diversidad & Inclusión

1

Creación del Programa Diversidad en Honda South América

Honda valoriza la práctica de acciones dirigidas a la diversidad y, por tanto, creó el Programa Diversidad que contiene un plan de acciones para

- Reconocer las diferencias como fuente de fortalecimiento del potencial humano, generando valor para la organización y sociedad;
- Promover el respeto mutuo y la igualdad de oportunidades por medio de acciones de concientización, buscando la efectiva aplicación de la Filosofía Honda de Respeto al Individuo;
- Asegurar la promoción del principio de la igualdad de oportunidades en las áreas de Reclutamiento y Selección, Desarrollo de colaboradores y Gestión de Carreras.

2

Seguimiento de metas e indicadores para aumentar la Equidad de Género en cargos de liderazgo*

- El porcentual de mujeres en Cargos de Liderazgo en Honda South América actualmente se encuentra en 11%;
- También es monitoreado el porcentual de mujeres en el short list de los procesos selectivos.

Hay un largo camino a ser recorrido rumbo a la equidad de género, visto que, históricamente, el sector automotriz es predominantemente masculino.

A fin de ampliar la concientización y el comprometimiento del liderazgo con el tema, se destaca el ítem 3, abordado a continuación.

* Se consideran profesionales en cargos de liderazgo aquellos que ejercen funciones gerenciales y de confianza.

3

Acciones de concientización y capacitación

- Entrenamiento sobre Liderazgo Inclusivo, Diversidad e Inclusión y Sesgos Inconscientes para Alto Liderazgo (direcciones, vicepresidencias y presidencia)
- Entrenamiento de Sesgos Inconscientes para liderazgos de Recursos Humanos (RH) y gerencia general de ESG
- Capacitación de los equipos de RR.HH. y Relaciones Laborales en Diversidad e Inclusión

Honda South América seguirá empeñada en adoptar acciones que minimicen las desigualdades y promuevan la diversidad y la inclusión en toda la empresa.

Colaboradores por categoría funcional y género	2020		2021	
	Varones	Mujeres	Varones	Mujeres
Directores	16	1	18	0
Gerentes y Gerentes Generales	166	15	165	15
Supervisores	336	52	333	50
Colaboradores – Administrativo	1.890	672	1.890	676
Colaboradores – Fábrica	8.258	932	7.566	859



Bienestar y Seguridad de los Colaboradores

Salud y Seguridad Ocupacional

• GRI 103-2, 103-3/403, 403-2 •

“Sin seguridad no hay producción.” La frase del fundador Soichiro Honda está viva hasta hoy y puede ser vista en carteles por las unidades y puede ser escuchada por los corretores de la empresa.

Cuando el asunto es preservar la salud y la seguridad de colaboradores y terceros, Honda no solo respeta la legislación vigente y la reglamentación de los sectores en que actúa, como también realiza inversiones constantes en acciones dirigidas para aumentar la seguridad y promover la salud del trabajador.

La gestión del área de Salud y Seguridad apoya el plan estratégico de la compañía. Además de esto, todos los profesionales de Honda asumen el compromiso con la prevención de accidentes, siendo que la alta administración posee un papel importante en ese proceso, apoyando iniciativas y proporcionando recursos para la idealización y realización de programas preventivos.

Acciones para el enfrentamiento de la pandemia de covid-19

Honda es una empresa centrada en las personas, por eso, ha adoptado una serie de medidas para el enfrentamiento de la pandemia de covid-19, desde marzo del 2020.

La empresa está, en cada momento, revisando las contramedidas en respuesta a los desafíos impuestos por la pandemia de covid-19, priorizando la seguridad y salud de las personas, la conformidad a las directrices gubernamentales y la sostenibilidad de los negocios.

En lo que se refiere a la salud y seguridad de las personas, Honda adoptó un rígido protocolo sanitario, que fue establecido teniendo como referencia las mejores prácticas adoptadas globalmente por la marca. Son más de 200 medidas sanitarias, que tienen en consideración toda jornada del colaborador desde el momento en que sale de su residencia, en el ómnibus fletado y durante la jornada de trabajo.

Entre las acciones, están:

- Ampliación del número de profesionales del equipo médico y creación de línea específica de atención a los colaboradores y familiares, con el objetivo de agilizar el esclarecimiento de dudas y orientaciones;
- Adopción integral o parcial del régimen de home office para los colaboradores administrativos y cuyas actividades permiten trabajo remoto;
- Horarios diferenciados e intercalados para evitar aglomeraciones;
- Reorganización de espacios, limitación del número de personas y adopción de criterios de distanciamiento mínimo en locales como ómnibus fletados, líneas de producción, refectorios y salas de reunión;
- Nuevos criterios de higienización, limpieza e higienización;
- Adopción de mascarillas en período integral;
- Suspensión de las actividades productivas en determinados momentos, a fin de contribuir para la disminución de la diseminación del virus (ver cuadro en la [página 22](#));
- Intensificación de orientaciones sanitarias a los equipos, a fin de concientizar a los colaboradores sobre cuidados y métodos de prevención, así como apoyar la adaptación a los nuevos procedimientos;
- Control de acceso a las unidades por medio de la plataforma HCheck, en la cual colaboradores y visitantes responden a un cuestionario para automonitoreo de salud.



Más de 200 medidas sanitarias forman el protocolo de salud y seguridad adoptado por Honda en el combate a la pandemia de covid-19

Ambiente libre de accidentes e incidentes

A fin de anticipar los posibles riesgos y los impactos que puedan ser generados en sus operaciones, la compañía utiliza metodologías y herramientas para mapear todas las actividades existentes.

Para cada una de las situaciones mapeadas existen procedimientos y soluciones preventivos, que abarcan la concientización de los profesionales sobre la importancia de pensar y actuar siempre considerando la seguridad de todos en primer lugar. El objetivo de Honda es alcanzar el “accidente cero” en todas las unidades productivas.



Iniciativas de Honda Automóviles de Brasil

En los últimos años Honda Automóviles de Brasil ha disminuido significativamente la tasa de frecuencia y gravedad de los accidentes y varias iniciativas de seguridad fueron implementadas:

- SST - Sugerencia de Seguridad del Trabajo: Herramienta bottom-up creada con el objetivo de aumentar la percepción de riesgos de los colaboradores e incentivar la búsqueda de mejoras para la prevención de accidentes dentro del ambiente fabril;
- Reuniones de Mitigación de Accidentes: Reuniones realizadas en el local de trabajo, en las cuales son presentados los datos estadísticos de cada sector, las acciones de prevención de accidentes adoptadas en el mes, reflexión de las ocurrencias en otras unidades de Honda, datos de utilización de las herramientas de seguridad y planificación futura para mitigación de los accidentes;
- Inspecciones Cruzadas: Inspecciones de Seguridad, realizadas por la gestión con seguimiento del equipo de Seguridad del Trabajo, en todos los sectores de la fábrica. Los gestores realizan las inspecciones, con el enfoque en mejoras comportamentales en los procesos productivos y mitigación de condiciones inseguras.

SST SUGESTÃO DE SEGURANÇA DO TRABALHO

Ações rápidas para eliminar os riscos de acidentes e os comportamentos inseguros.

Fique atento!
A observação do processo produtivo, nas condições ou comportamentos no seu ambiente de trabalho, contribuem para o desenvolvimento de ações preventivas contra acidentes e incidentes. Participe!

Como participar:

1. Retire o formulário disponível nas urnas identificadas nas áreas.
2. Preencha o formulário da SST de acordo com orientações de cada campo.
3. Deposite o formulário nas urnas identificadas nas áreas.
4. A comissão do seu setor recolhe as SSTs e realizam as análises.
5. Sua sugestão será analisada, e você receberá o comunicado através de sua chefia.
6. As ações serão implantadas conforme a avaliação do grau de urgência.

Agora é um só! Seus pontos valem brindes!
Seus pontos acumulados do CDD, PS e SST são somados e podem ser resgatados em brindes. Para conferir sua pontuação acesse: www.hinterativo.com.br

CIPA SESMT Interativo HONDA

Sugerencia de
Seguridad del
Trabajo aumenta la
percepción de riesgos
de los colaboradores e
incentiva la prevención
de accidentes

Un equipo saludable

La seguridad y bienestar caminan lado a lado. En este sentido, Honda ejecuta diversas medidas para preservar la salud de sus colaboradores, como el estudio ergonómico del trabajo, atención médica especializada en el caso de urgencia y campañas de prevención por medio de la concientización, como Octubre Rosado, enfocada en el combate al cáncer de mama, Noviembre Azul, con alerta para la disfunción de la próstata, entre otras. Y por salud, se comprende también el bienestar emocional.

En Manaus, el ambulatorio de especialidades ofrece seguimiento médico y psicológico con el objetivo de cuidar no solo del cuerpo, sino también de la mente de los colaboradores, promoviendo el bienestar.

86% de tasa de favorabilidad fue alcanzada en la encuesta de clima 2021

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 con todos los colaboradores en América del Sur.

El resultado del 2021 permanece en nivel elevado, manteniendo el indicador alcanzado en el 2020, con 86% de tasa de favorabilidad, que apunta la media general de las respuestas de colaboradores satisfechos.

Hubo una mejoría en aspectos de gran importancia, como: ambiente de trabajo; relación con el gestor inmediato y reconocimiento del esfuerzo.

Los resultados de la encuesta son evaluados por el área de recursos humanos para la elaboración de un plan de acción corporativo y por los gestores para la definición de acciones enfocadas en la realidad de las diferentes áreas.



Entrenamiento y capacitación

Los desafíos traídos por la pandemia del covid-19 se mantuvieron en el 2021, sin embargo, la oferta de entrenamientos online fue ampliada, principalmente para nuevos colaboradores (onboarding), sobre temas de formación básica de calificación y roadmaps para el liderazgo.

En el 2021, Honda Academy, un centro unificado de aprendizaje de la empresa apalancó significativamente las acciones de capacitación y el intercambio del conocimiento.

Por medio de la oferta de entrenamientos en la modalidad online y síncrona, Honda permitió acceso a diversos contenidos y rutas de aprendizaje, posibilitándoles a los colaboradores realizar la autogestión de sus necesidades de formación.

Honda sigue actuando para ampliar y fortalecer la oferta de cursos online para sus colaboradores, con estudios de mejoría para la formación técnica específica de las áreas, soporte a la calificación profesional, garantía de mejoría continua de los procesos, así como la satisfacción de las necesidades de fortalecimiento del liderazgo.

ENTRENAMIENTO	2020		2021	
Género				
Número promedio de horas de entrenamiento realizado por los empleados de la organización durante el período de informe	4,5	5,4	5,9	10,3
Categoría funcional				
Directores	0	0	3,2	0
Gerentes y Gerentes Generales	2,3	7,3	8,3	16,3
Colaboradores - Administrativo	5,2	7,5	12,0	15,4
Colaboradores - Fábrica	4,4	4	4,0	4,2

Colaboradores realizan la autogestión de sus necesidades de formación por medio de entrenamientos online

Escuela de Liderazgo

Con enfoque en desarrollar internamente los líderes de la empresa, los gestores de Honda son preparados para inspirar, coordinar y potenciar los talentos de sus equipos.

Teniendo como base la filosofía de la compañía, una programación de entrenamientos garantiza una formación completa a los colaboradores con cargo de gestión, a través de actividades y herramientas, como proyectos estratégicos en grupos multidisciplinarios (Cross-Functional Team), Coaching Profesional, Plan de Desarrollo Individual (PDI) y Evaluación 360°.

Página de Carreras

Plataforma dedicada al reclutamiento y selección de talentos, que, además de presentar las plazas disponibles, trae contenidos que refuerzan los preceptos de la Filosofía de la empresa, base de las acciones y decisiones de todos los colaboradores del grupo.

Información sobre los diferentes segmentos en que Honda opera en el país y las principales actividades desarrolladas en las cinco grandes áreas de actuación (Comercial, Producción, Investigación y Desarrollo, Compras y Administrativo) también están disponibles.

<https://www.honda.com.br/carreira-na-honda/>



GAP

Por medio del Global Assignment Program (GAP), los colaboradores participan de programas de desarrollo internacionales que buscan la adquisición de habilidades técnicas y de gestión, además de ampliar la red de contactos profesionales y el conocimiento de las mejores prácticas.

Con eso, la empresa eleva el nivel de sus equipos para actuar en un ambiente globalizado y protagonizar los cambios en el negocio.

El año pasado, en función del covid-19, el programa fue temporalmente suspendido y será retomado cuando sea posible. A lo largo de los últimos ocho años, 127 colaboradores participaron del programa.

Diversos programas son
conducidos junto a los
colaboradores para aumentar
la capacitación profesional



Programa de Pasantía

Esta es la principal puerta de entrada para jóvenes profesionales que buscan un ambiente de trabajo inspirador que valore aspectos como iniciativa, igualdad, confianza y comunicación.

Con duración máxima de 24 meses, dividido en tres etapas, el programa contempla una metodología enfocada en el aprendizaje y la vivencia práctica de las experiencias del área de actuación final.

Además de la participación en proyectos y actividades del área definida, los estudiantes desarrollan una propuesta de mejora relevante. Durante todo el desarrollo, los pasantes son supervisados por los gestores del área y por el departamento de Recursos Humanos.

En el 2021, Honda realizó la selección de su Programa de Pasantía 2022, cumpliendo todos los protocolos de salud y seguridad previstos para el combate de la pandemia de covid-19. Fueron ofrecidas más de 30 plazas de etapa para actuación en las áreas comerciales, administrativas y financieras de las unidades de la empresa en San Pablo (SP) y Sumaré (SP).

Programa de Trainees

Ingresar en una empresa sólida, con una filosofía que valoriza el aprendizaje y el desarrollo continuo, puede ser una gran oportunidad en su carrera.

Así, Honda realiza anualmente el Programa de Trainees, dirigido a profesionales recién graduados interesados en iniciar su trayectoria profesional.

El programa está dirigido para recién graduados (hasta dos años) con dominio de la lengua inglesa, de cursos como Administración, Ciencia de la Computación, Ingenierías, Tecnología, Estadística, Física, Marketing, Matemática, Sistemas de Información, entre otros.

Los trainees pasan los primeros tres meses en job rotation por las principales áreas de la empresa y los nueve meses siguientes en actividades en sus propias áreas de actuación. Está previsto también el desarrollo de proyectos de mejoras en las áreas actuantes, además de una programación específica de entrenamientos y tutoría con gestores.

Honda abrió el proceso selectivo de su programa de Trainee en enero del 2022, ofreciendo 16 plazas para las unidades de la empresa en San Pablo (SP), Sumaré (SP), Indaiatuba (SP) y Manaus (AM).

Las plazas fueron destinadas para la actuación en las áreas de Tecnología de la Información, Comercial, Marketing, Crédito, Jurídico, Auditoría, Seguros, Riesgos y Compliance. El proceso selectivo tuvo en consideración los protocolos de salud y seguridad previstos para el combate de la pandemia de covid-19.

NHC

Anualmente, la Filosofía Honda es celebrada por medio del programa de desarrollo NHC (New Honda Circle). En él, 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 mejoras en los procesos y ambiente de trabajo como un todo.

Los proyectos deben ser desarrollados siguiendo la metodología del programa y son una oportunidad para que los colaboradores aprendan sobre herramientas de la calidad, intercambien conocimiento y conquisten visibilidad y reconocimiento, ya que los grupos destacados tienen la oportunidad de participar de convenciones nacionales e internacionales, compartiendo sus experiencias y creaciones.

De esta forma, Honda valoriza el capital humano, incentivando las ideas y reconociendo la dedicación individual en favor de un aprendizaje conjunto.

En el 2021, en América del Sur, más de mil círculos participaron de las actividades del NHC.

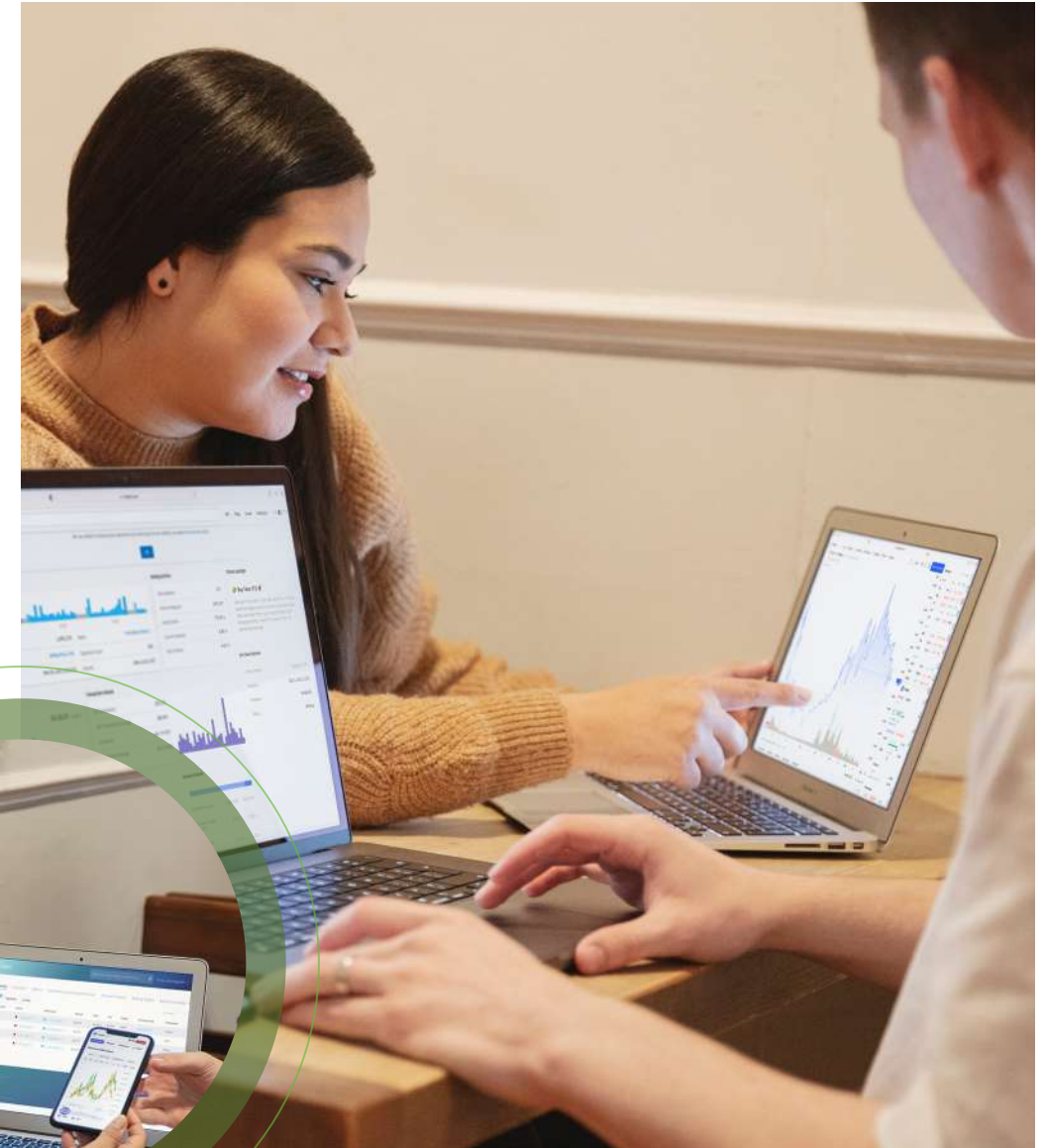
Educación Financiera para Todos

A fin de contribuir con la planificación financiera de sus colaboradores, Honda inauguró en el 2019 el programa “Educación Financiera para Todos”.

Sin ninguna restricción de edad o cargo, la iniciativa está compuesta por conferencias y workshops destinados al equilibrio financiero, con consejos de inversiones tanto para iniciantes en el asunto, como para quien ya posee conocimiento en el área y quiere expandirlo.

En el 2021, los colaboradores fueron incentivados a seguir las acciones e informativos de forma online.

Colaboradores
son invitados
a participar
de programas
complementarios,
que agregan en
el desarrollo personal
y profesional



47 acciones y proyectos sociales fueron realizados por las unidades Honda en América del Sur en el 2021

Comunidades Locales

• GRI 103-2, 103-3/203, 203-1 •

La visión de la empresa de compartir alegría con las personas no estaría completa sin la actuación de Honda junto a las comunidades locales.

Actualmente, diversas actividades sociales son realizadas en las seis regiones de las operaciones mundiales, con el objetivo de compartir la alegría con personas de todo el mundo y tornarse una empresa deseada por la sociedad.

Honda también se esfuerza para apoyar iniciativas que reflejen las circunstancias locales en sus actividades corporativas en el exterior.

Además de esto, estas actividades están alineadas con los contenidos y objetivos de las discusiones internacionales, como los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible).

En el 2017, buscando mejorar el direccionamiento y enfoque de actuación de los proyectos y acciones sociales en la región, Honda South América elaboró una Política de Acciones Sociales y Patrocinios adaptando las directrices de la Política Global a la realidad regional.

Durante el período del 1 de enero de 2021 al 31 de diciembre de 2021 fueron realizados 47 acciones y proyectos sociales, lo que representó una inver-

sión de cerca de 405 mil dólares. De ese valor, 18% (cerca de U\$ 73.000,00) fueron inversiones vía Ley de Incentivo – Ley Rouanet.

Contribuciones sociales de Honda en el contexto de la pandemia de covid-19

La pandemia de covid-19 también exigió flexibilidad para mantener las actividades presenciales de contribución social siguiendo los protocolos de seguridad propuestos por el Ministerio de la Salud.

Muchos proyectos pudieron ser adaptados para el formato remoto, como, por ejemplo, las actividades desarrolladas por el Centro de Educación de Tránsito Honda (CETH) – Clubito Honda y Armonía en el Tránsito (más información en la [página 64](#)).

En línea con la movilización global para combatir los efectos de la pandemia de covid-19, las fábricas de Honda en América del Sur se unieron y promovieron esfuerzos para apoyar a las comunidades.

Diversas donaciones en colaboración con los Fondos de Solidariedad fueron realizadas en las ciudades de Manaus, Sumaré, Itirapina, Buenos Aires y Lima. En total, 18 acciones fueron realizadas y contabilizaron un valor de cerca de 140 mil dólares.

En Brasil, al inicio del 2021, el Estado de Amazonas enfrentó una situación alarmante de falta de oxígeno en los hospitales. Como soporte, Honda realizó la donación de 20,3 mil metros cúbicos de oxígeno, que equivalen a 2.035 cilindros. La red de concesionarias de la empresa también contribuyó con esta iniciativa y donó el equivalente a 4.100 cilindros de oxígeno para la población manauara.

Además de esto, en una iniciativa voluntaria, Moto Honda da Amazonia se comprometió en un proyecto de la empresa White Martins para la reactivación de la planta criogénica productora de oxígeno T15, unidad que estaba inoperante desde el 2009, en la ciudad de Manaus (AM). Un equipo de ingenieros y técnicos de ambas empresas trabajaron para la reforma completa de las instalaciones y equipos, involucrando desde simples reparaciones y sustitución de componentes hasta la compleja fabricación interna de piezas.

En otra acción, realizada en marzo del 2021, fueron donadas al Municipio de San Pablo (Secretaría del Gobierno Municipal), la cantidad de 10.000 mascarillas tipo face shield para reforzar la protección individual de trabajadores de la línea del frente de combate a la pandemia.



Iniciativas junto a las comunidades locales complementan el cuadro de acciones sociales de Honda

Otras iniciativas

En conmemoración al Día del Medio Ambiente, Moto Honda da Amazonia realizó la acción “Plantando el Futuro”, que tuvo como premisa el plantío de 1.000 plántulas de especies nativas, como azaí, cupuazú, araguaney, entre otras, en las instalaciones de la empresa, y distribución a los colaboradores para incentivar la práctica de la reforestación.

En los meses de junio y diciembre del 2021, Honda también realizó acciones de recaudación de alimentos. Los colaboradores donaron voluntariamente ítems de la cesta básica y, con el complemento de la empresa, fueron recaudadas 88 toneladas de alimentos, el equivalente a 5.878 cestas, que posibilitó el apoyo a 35 comunidades e instituciones que ayudan a personas en situación de vulnerabilidad social.

La acción contó con el involucramiento de colaboradores del grupo “Soy Voluntario Honda”, que montaron las cestas básicas y entregaron los alimentos en comunidades de Manaus (AM).

Los colaboradores de las fábricas de Honda Automóviles de Brasil también se comprometieron en una campaña de donación de alimentos. La acción fue conducida entre los días 03 y 21 de mayo y recaudó nueve toneladas de alimentos para comunidades de las ciudades de Sumaré y Itirapina, ambas en el interior de San Pablo.

Además de esto, en marzo del 2021, fueron donadas 10 motocicletas modelo XRE 300 para la CET (Compañía de Ingeniería y Tráfico), para ser utilizadas en los servicios de organización y control del tránsito del municipio de San Pablo. También en marzo del 2021, fueron donadas 10 motocicletas XRE 300 para la Secretaría Municipal de Seguridad Pública (SMSU) de San Pablo, para ser utilizadas en los servicios de patrullaje municipal.

Incentivo a la educación

• GRI 203-1 •

Reconociendo la importancia de la educación en la formación individual, desde el 2007 Honda ofrece el Curso de Formación de Profesionales para habitantes de la región de Recife (PE). La iniciativa es realizada en las instalaciones de su Centro de Entrenamiento localizado en la ciudad.

A lo largo de 870 horas de entrenamiento, los alumnos participan de clases teóricas y técnicas de mecánica de automóviles y motocicletas, con temas que involucran metrológica, eléctrica, revisiones, inspección periódica y otros.

Además, en la carga horaria, están contemplados módulos orientativos sobre ventas, técnicas de negociación, salud, relaciones familiares, informática, medio ambiente, seguridad en el tránsito y la importancia del trabajo voluntario.

El proceso de selección de los jóvenes que participan del curso anual comienza con el análisis de los criterios básicos como edad, escolaridad y vulnerabilidad social. Los candidatos deben tener entre 18 y 20 años y estar cursando o concluyendo la enseñanza media. Las etapas siguientes involucran prueba escrita, dinámicas de grupos y visitas a las familias.

Desde la primera edición, 272 jóvenes ya fueron beneficiados con el proyecto y cerca del 80% están empleados y actúan en diferentes funciones, algunos de ellos iniciando la carrera profesional en la red de concesionarias Honda.

En función de la pandemia de covid-19 en el país, el Curso de Formación de Profesionales fue cancelado en el 2020 y 2021. El programa retorna en el 2022, siguiendo todos los protocolos de salud y seguridad, en formato híbrido, con la mezcla entre modalidad presencial y enseñanza a distancia, para que pueda ser viabilizado durante el momento de pandemia.

Curso de Formación de Profesionales de Recife retoma las actividades en el 2022



Movilidad e Innovación

A partir de su Visión 2030, Honda expresa el deseo de “Servir a las personas en todo el mundo con la alegría de expandir el potencial de sus vidas” y “Liderar el avance de la movilidad, promoviendo mejoras en la vida cotidiana”. Por eso, desarrolla soluciones proyectadas para ser benéficas para la sociedad.

Conforme fue explicado con más detalles en el capítulo 3 de este informe (Estrategia de Sostenibilidad), Honda definió directrices específicas para concretizar la Visión 2030, lo que incluye el desarrollo de soluciones diversificadas de movilidad.

De esta forma, el capítulo “Movilidad e Innovación” presenta las iniciativas, investigaciones y tecnologías de punta de Honda y cómo ellas convergen para consolidar una sociedad libre de emisiones de carbono y de accidentes de tránsito.

Vale puntuar que Honda estudia continuamente la introducción de sus tecnologías en los mercados en que actúa. La empresa sigue la política de ofrecer la tecnología correcta, en el lugar correcto, en el momento correcto. Y, para eso, es necesario evaluar diversos factores como la matriz energética del país, la infraestructura pública, las características del mercado, geográficas y el perfil del consumidor.



Honda
desarrolla
soluciones
diversificadas
de movilidad

Iniciativas globales rumbo a una sociedad libre de emisiones de carbono

En abril del 2022, Honda Motor anunció inversiones de 8 billones de yenes en Investigación y Desarrollo para los próximos 10 años. Solamente para electrificación y desarrollo de software, la empresa planifica invertir 5 billones de yenes.

Además de esto, Honda Motor divulgó el plan de lanzar 30 nuevos modelos de vehículos eléctricos antes del 2030, alcanzando un volumen de producción anual de 2 millones de unidades.

En relación con las baterías, que es un desafío fundamental en la era de los vehículos eléctricos, la compañía está acelerando el desarrollo interno de tecnologías, especialmente las de estado sólido, con el objetivo de adoptarlas en sus modelos en la segunda mitad de la década del 2020.

Todos estos avances demuestran la capacidad de Honda de innovar y ofrecer productos y tecnologías que cumplan el propósito de la marca. Y estas inversiones son esenciales para garantizar la sostenibilidad de largo plazo de la empresa en todo el mundo, incluso en Brasil.

Además de esto, con enfoque en fortalecer sus capacidades y acelerar el desarrollo en las áreas de electrificación, seguridad y software, Honda Motor anunció recientemente colaboración con las empresas SONY y GM.

Electrificación en Brasil

En el área de electrificación, Honda Automóviles de Brasil introdujo, en el 2021, su primer modelo híbrido, Honda Accord. La tecnología híbrida de Honda – e:HEV – trae un sistema único compuesto por dos motores eléctricos (uno generador y otro de propulsión) y un motor de combustión, proporcionando tres modos posibles de conducción: el solamente eléctrico, el híbrido o el de combustión. El sistema automáticamente opta por la opción que ofrece la mejor relación entre desempeño y bajo consumo, conforme las condiciones de rodaje.

En abril del 2022, la empresa anunció otros dos lanzamientos híbridos para el mercado brasileño: la 11ª generación del Civic, en el último cuatrimestre del mismo año, y el importado CR-V, que llegará en el 2023, cumpliendo así el compromiso firmado de introducir tres modelos híbridos en el país.

e:TECHNOLOGY

Honda adoptó globalmente la nomenclatura e:TECHNOLOGY, que abarca las soluciones de electrificación de alta eficiencia de la marca. Los productos Honda e:TECHNOLOGY buscan minimizar el consumo de energía y tornar la vida diaria más agradable.

Honda **e:TECHNOLOGY**

e:HEV





Gestión de energía

Honda está esforzándose para alcanzar la neutralidad de carbono en sus productos y en las actividades corporativas en que la empresa está involucrada, antes del 2050. Entre las iniciativas para concretizar ese objetivo, la empresa desarrolló el concepto de “Honda eMaaS” (Electric Mobility as a Service, en portugués, movilidad eléctrica como un servicio), en el cual contribuirá para la “libertad de la movilidad” y “expansión en el uso de energía renovable” conectando productos eléctricos de movilidad y servicio de energía.

Con base en este concepto, Honda expandirá el uso de energía renovable, ampliando la gama de productos electrificados – motocicletas y automóviles – además de la mayor utilización del Honda Mobile Power Pack (MPP), sistema de baterías portátiles e intercambiables de la marca, además de iniciativas para la utilización ampliada de energía renovable.

Entre las iniciativas para la expansión de la utilización de energía renovable se destacan:

- Búsqueda por el equilibrio adecuado entre demanda y suministro de electricidad al instalar una función de almacenamiento por medio del Honda Mobile Power Pack (MPP) y otros dispositivos;
- Mejor usabilidad de la energía renovable, al abordar la cuestión central de ese tipo de energía, que es su sensibilidad a las condiciones naturales, reduciendo la carga en la red eléctrica (con el uso de la función almacenamiento);

- Posibilidad de suministrar electricidad almacenada en el MPP y en otros dispositivos para la red eléctrica en el caso de falta de energía.

Otra iniciativa que merece destaque es la colaboración de Honda con el Consorcio V2X Suisse. Honda ofrecerá 50 vehículos eléctricos Honda y para Mobility, operadora de repartición de carros de Suiza. Las unidades Honda y serán usadas como parte de una flota de repartición de carros en una prueba pionera que usa la función de carga bidireccional del Honda y para suministrar energía de regreso a la red cuando los vehículos no están en uso para repartición.

Para permitir la carga bidireccional, Honda también está ofreciendo 35 unidades del Honda Power Manager. Estos, ofrecerán capacidad de recuperación de energía de vehículo para red (V2G) para la empresa Mobility, en varios locales urbanos y suburbanos en toda Suiza.

En este proyecto, un total de 50 unidades Honda y serán ubicadas en 40 estaciones en toda Suiza. Un único Honda y puede alimentar hasta 20 quilowatts de energía de regreso a la red cuando esté conectado a una estación de carga bidireccional. Esto no solamente regula la energía para estabilizar la red durante los períodos de alta demanda y minimizar los cuellos de botella en la distribución de energía, pero también reduce la necesidad de altas inversiones en expansiones de la red a medida que la demanda por carga de vehículos eléctricos aumenta.



Iniciativas globales rumbo a una sociedad libre de accidentes de tránsito

Empeñada en concretizar una sociedad libre de accidentes de tránsito, con base en su slogan “Seguridad para todos”, Honda está hace mucho tiempo en la vanguardia global de la investigación y desarrollo de tecnologías de seguridad.

En el 2021, Honda presentó el sedán de lujo Legend equipado con el nuevo sistema Honda SENSING Elite, que representa un nuevo nivel en el área de tecnologías avanzadas de seguridad.

El Honda SENSING Elite es una versión del Honda SENSING, el paquete de seguridad avanzada y de tecnologías de asistencia al conductor actualmente disponible para vehículos Honda en todo el mundo. El nombre “Elite” representa las tecnologías de excelencia incluidas en esta más reciente versión.

Una de las tecnologías altamente diferenciadas es la función “Traffic Jam Pilot”, calificada para conducción autónoma de Nivel 3 (conducción autónoma condicionada en un área limitada), para la cual Honda recibió designación de tipo del Ministerio Japonés de Tierras, Infraestructura, Transporte y Turismo (MLIT). La tecnología Traffic Jam Pilot permite que el sistema de conducción autó-

noma conduzca el vehículo, en vez del chofer, bajo ciertas condiciones, como cuando el vehículo está en una vía expresa con tráfico congestionado. Honda es la primera y única marca del mundo a comercializar un vehículo con conducción autónoma de Nivel 3.

También en el 2021, Honda Motor Co., Ltd. presentó el nuevo Honda SENSING 360, sistema omnidireccional de seguridad y asistencia al conductor, que retira los puntos ciegos alrededor del vehículo y contribuye para evitar colisiones y reducir la carga del chofer durante la conducción. Mejorado a partir del sistema anterior, el Honda SENSING 360 presenta una franja de detección expandida, que incluye no solamente el frente y la parte trasera del automóvil, pero también el área en el entorno, de forma omnidireccional.

La aplicación de Honda SENSING 360 tendrá inicio en el 2022 con un producto automotriz introducido en el mercado chino. Honda se esforzará para expandir la aplicación a todos los modelos que estarán en venta en los principales mercados antes del 2030..

Espíritu pionero de Honda en seguridad

Honda cree que los daños causados por accidentes pueden ser efectivamente reducidos por medio de la comprensión completa de situaciones reales, en un ambiente de tráfico que comprenda varios tipos de usuarios, vías y medios de transporte, incluyendo motocicletas y automóviles, y a través de la realización de análisis detallados sobre los mecanismos de accidentes.

En este sentido, Honda desarrolló el primer maniquí de peatones del mundo, un modelo antropomórfico usado para reproducir la cinemática del cuerpo humano durante la colisión vehículo-peatón. Su objetivo es identificar las partes del cuerpo que más frecuentemente resultan en lesiones y reducir las heridas en la cabeza de peatones durante la colisión con un vehículo.

La empresa también estableció la primera instalación de prueba de colisión

omnidireccional interna del mundo para realizar investigaciones sobre configuraciones de colisión más realistas.

Con respecto a los maniquíes de peatones, para aumentar la seguridad de la sociedad de tránsito como un todo, su uso no se limita solamente al desarrollo de los productos Honda. Ellos también son alquilados para otras empresas e instituciones de investigación en todo el mundo, contribuyendo ampliamente para estudios sobre protección de peatones.

Además de lo expuesto, Honda se convirtió en la primera empresa en el mundo a suministrar una serie de nuevas tecnologías. Eso incluye el airbag SRS del lado del chofer, la estructura de la carrocería de Ingeniería de Compatibilidad Avanzada (ACE), el Sistema de Frenado de Mitigación de Colisión (CMBS) y el sistema avanzado de seguridad y asistencia al chofer “Honda Sensing/AcuraWatch”.

Aplicación de las tecnologías de seguridad en Brasil

Conforme fue explicado con más detalles en el capítulo Seguridad de este informe ([página 59](#)), Honda está introduciendo en Brasil el Honda SENSING, que está presente en el Honda Accord, desde el 2018, como equipo de serie; en el modelo CRV, SUV más completo de la marca en Brasil; y en los modelos New City y New City Hatchback, primeros modelos fabricados en Brasil a embarcar la tecnología de seguridad y asistencia al conductor.



Iniciativas en nuevas áreas

Además de investigaciones sobre tecnologías avanzadas en medio ambiente y seguridad, Honda R&D Co., Ltd., que asume un papel de liderazgo en la investigación y en el desarrollo tecnológico para la empresa, busca investigaciones innovadoras en tecnologías que traerán un nuevo valor para las personas al expandir el potencial de la movilidad para la tercera y cuarta dimensión, que desafía las restricciones de tiempo y espacio y, finalmente, para el espacio sideral.

Esas nuevas iniciativas son posibilitadas por tecnologías que Honda acumuló hasta hoy, incluyendo soluciones en las áreas de combustión, electrificación, control y robótica.

Por medio de la utilización abarcadora de tales fuerzas tecnológicas, Honda se esforzará para realizar la alegría de expandir el potencial de vida de las personas en nuevas áreas, además de los negocios ya existentes.

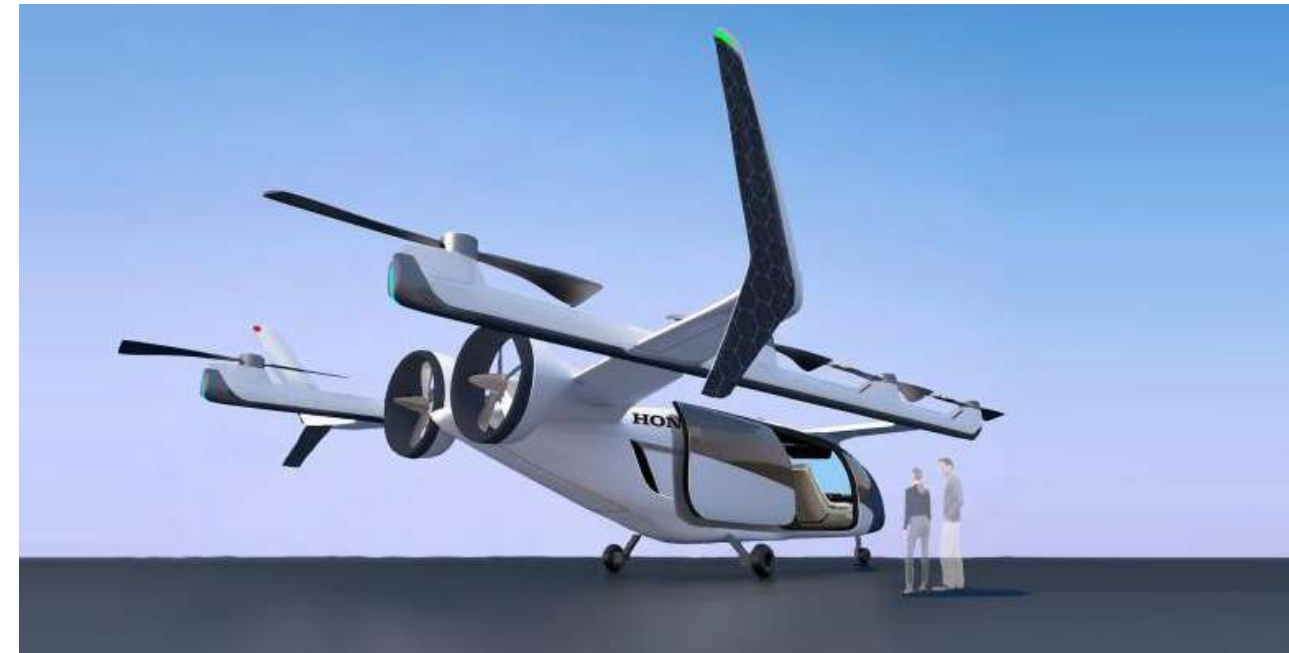
Esas nuevas iniciativas incluyen una aeronave eléctrica de despegue y aterrizaje vertical, un robot avatar con el objetivo de expandir el alcance de la habilidad humana y un nuevo desafío en el espacio sideral.



Honda eVTOL

Honda ya ofrece movilidad en los cielos por medio de su avión ejecutivo, HondaJet. Y para tornarla más accesible para las personas, la empresa está desarrollando eVTOL (electric Vertical Take-off and Landing), utilizando una amplia gama de sus ya existentes tecnologías.

Además de la operación limpia realizada por tecnologías de electrificación, eVTOL ofrece niveles de seguridad equivalentes a los de aviones de pasajeros comerciales, realizado por su estructura simple y por un sistema de propulsión descentralizado y silencioso debido al diámetro relativamente pequeño de los rotores. Eso torna posible para eVTOL despegar y aterrizar en el medio de la ciudad sin causar problemas de ruido. Debido a tales recursos, la carrera para el desarrollo de aeronaves eVTOL está quedando cada vez más pujante. No obstante, todas las aeronaves eléctricas eVTOL enfrentan un desafío de alcance debido a la capacidad limitada de la batería, por tanto, el área de uso realista está limitada al transporte dentro de ciudades.



eVTOL pretende tornar la movilidad en los cielos más accesible para las personas

2

Robot avatar de Honda



Esforzándose para expandir el potencial humano y tornar la vida de las personas sin restricciones y más agradable, Honda ha trabajado continuamente en investigaciones de robótica. Como parte de su próxima generación en robótica, Honda está buscando el desarrollo para las aplicaciones prácticas de su robot avatar original, a fin de expandir el alcance de la habilidad humana virtualmente sin las restricciones de tiempo y espacio.

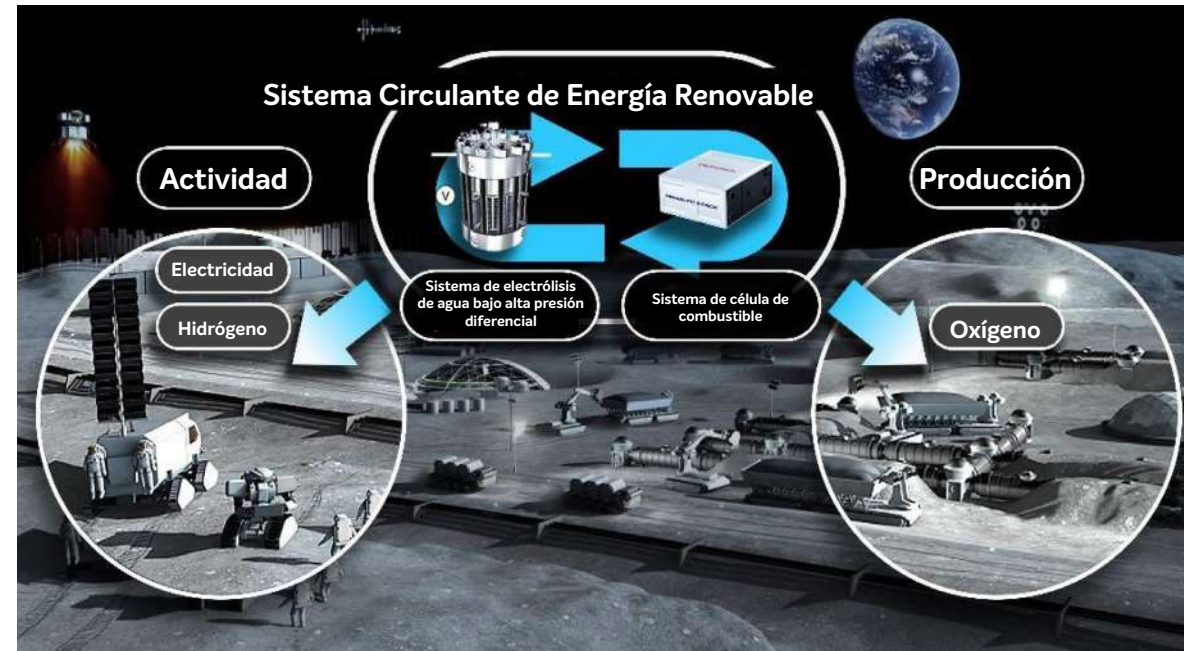
El mayor mérito de un robot avatar, que puede actuar como un “segundo ser” del usuario, es permitir la ejecución de tareas y experiencias sin la necesidad de la presencia física, incluyendo el sentido realista de manipular objetos remotamente. Lo que se tornará el centro de la realización del robot avatar es la mano robótica con múltiples dedos, desarrollada al utilizar las fortalezas de Honda en tecnologías de robótica y la función de control remoto con soporte de IA (Inteligencia Artificial) original de Honda.

La empresa se está dedicando para comenzar las pruebas de demostración de la tecnología del Honda Avatar Robot antes de marzo del 2024, con la visión de ponerlo en uso práctico en la década del 2030.

3

Desafíos en la superficie lunar:

Mientras el ímpetu internacional para expandir la gama de actividades humanas fuera de la Tierra continúa creciendo, Honda inició iniciativas que buscan la expansión de las actividades y desarrollo humano en la superficie lunar. Se dice que hay agua en la Luna, y las varias posibilidades que su uso ofrece, ha atraído la atención. Honda está conduciendo una investigación conjunta con la Agencia de Exploración Aeroespacial de Japón (JAXA) con el objetivo de construir un sistema de energía renovable circulante en la superficie lunar, aprovechando el conocimiento de celdas de combustible y tecnologías de electrólisis de agua de alta presión diferencial que la empresa acumuló hasta ahora.



Al combinar las tecnologías de célula de combustible de Honda y tecnologías de electrólisis de agua de alta presión diferencial y al usar electricidad de fuentes de energía renovables, el sistema descompone eléctricamente el agua y almacena hidrógeno y oxígeno. Entonces, usando este hidrógeno y oxígeno, y la tecnología de celdas de combustible de Honda, es posible generar y suministrar electricidad.

Honda también está trabajando en el desarrollo de pequeños cohetes. Este trabajo fue iniciado a partir de una propuesta hecha por jóvenes ingenieros de la empresa, que buscan construir un pequeño cohete utilizando tecnologías esenciales, como combustión y control, que Honda acumuló por medio del desarrollo de varios productos.

Honda inició iniciativas que buscan la expansión de las actividades y desarrollo humano en la superficie lunar

Además de un compromiso total con sus desafíos ambientales y de seguridad, Honda continuará realizando investigaciones innovadoras para apalancar sus tecnologías esenciales y asumir desafíos en nuevas áreas para traer nuevos valores que superen las limitaciones de tiempo y espacio de las personas.

SUMARIO DE CONTENIDO GRI 8

SUMARIO DE CONTENIDO GRI STANDARDS • GRI 102-55 •

STANDARD GRI	DISCLOSURE	PÁGINA Y/O URL	OMISIÓN
GRI 101: FUNDAMENTOS 2016			
Disclosures Generales			
GRI 102: Disclosures generales 2016	102-1 – Nombre de la organización	página 15	
	102-2 – Actividades, marcas, productos y servicios	página 19	
	102-3 – Localización de la sede	página 19	
	102-4 – Localización de las operaciones	página 19	
	102-5 – Propiedad y forma jurídica	Sociedad limitada	
	102-6 – Mercados atendidos	página 19	
	102-7 – Porte de la organización	página 19	
	102-8 – Información sobre empleados y otros trabajadores	página 80	
	102-9 – Cadena de proveedores	página 74	
	102-10 – Cambios significativos en la organización y en la cadena de proveedores	páginas 22 y 74	
	102-11 – Enfoque o principio de la precaución	página 37	
	102-12 – Iniciativas externas	Honda South América no es signataria de compromisos voluntarios.	

STANDARD GRI

DISCLOSURE

PÁGINA Y/O URL

OMISIÓN

102-13 – Participación en asociaciones

ABEEólica – Asociación Brasileña de Energía Eólica | ABRACICLO – Asociación Brasileña de los Fabricantes de Motocicletas, Ciclomotores, Motonetas, Bicicletas y Similares | SIMEFRE – Sindicato de la Industria de Materiales y Equipos Ferroviarios, Rodovianos y Dos Ruedas | ANFAVEA/SINFAVEA – Asociación Nacional de los Fabricantes de Vehículos Automotores / Sindicato Nacional de la Industria de Tractores, Camiones, Automóviles y Vehículos Similares | AEA –Asociación Brasileña de Ingeniería Automotriz | FIEAM – Federación de las Industrias del Estado de Amazonas | CIEAM – Centro de la Industria del Estado de Amazonas | AFICAM – Asociación de los Fabricantes de Componentes de la Amazonía | Cámara de Comercio e Industria Nipo-Brasileña del Amazonas y San Pablo | ABIAPE – Asociación Brasileña de los Inversionistas en Autoproducción de Energía | FIESP-CIESP- Federación de las Industrias del Estado de SP – Centro de las Industrias del Estado de SP | AMCHAM – Cámara Americana de Comercio | IQA -> Instituto de la Calidad Automotriz

GRI 102: Disclosures generales 2016

102-14 – Declaración del principal tomador de decisión

página 6

102-16 – Valores, principios, estándares y normas de comportamiento

página 9

102-17 – Mecanismos de orientación y preocupaciones sobre ética

página 39

102-18 – Estructura de gobierno

página 37

102-40 – Lista de partes interesadas

página 15

102-41 – Acuerdos de negociación colectiva

100% de los colaboradores registrados bajo régimen CLT están cubiertos por acuerdos de clase y convenciones colectivas

102-42 – Identificación y selección de las partes interesadas

página 15

102-43 – Enfoque para el comprometimiento de las partes interesadas

página 15

STANDARD GRI	DISCLOSURE	PÁGINA Y/O URL	OMISIÓN
GRI 102: Disclosures generales 2016	102-44 – Principales tópicos y preocupaciones levantados	página 15	
	102-45 – Entidades incluidas en los estados contables consolidados	página 15	
	102-46 – Definición del contenido del informe y límite de los tópicos	página 15	
	102-47 – Lista de tópicos materiales	página 15	
	102-48 – Reformulaciones de información	página 15	
	102-49 – Cambios en los informes	página 15	
	102-50 – Período cubierto por el informe	página 15	
	102-51 – Fecha del último informe	2021	
	102-52 – Ciclo de emisión de informes	Anual	
	102-53 – Punto de contacto para preguntas sobre el informe	Para sugerencias en relación al contenido del Informe, entre en contacto por los teléfonos: Motocicletas y Productos de Fuerza: 0800 055 22 21 Automóviles: 0800 017 12 13 Banco Honda: (11) 2172 7080 Consortio Honda: (11) 2172 7007	
	102-54 – Declaración de acuerdo con Standards GRI	página 15	
	102-55 – Sumario de contenido de la GRI	página 103	
	102-56 – Verificación externa	El Informe de Sostenibilidad no es verificado externamente	

STANDARD GRI

DISCLOSURE

PÁGINA Y/O URL

OMISIÓN

TÓPICOS MATERIALES

Calidad de los Productos y Servicios

GRI 103: Forma de Gestión	103-1 – Explicación del tópico material y sus límites	Página 15
	103-2 – Forma de gestión y sus componentes	Página 77
	103-3 – Evaluación de la forma de gestión	Página 77
GRI 417-3: Casos de não conformidade em relação a comunicação de marketing 2016	417-3 – Casos de não conformidade em relação a comunicação de marketing	Página 77

Satisfacción de los clientes

GRI 103: Forma de Gestión	103-3 – Evaluación de la forma de gestión	Página 69
Ítem de control propio	• Clientes escuchados en encuesta de satisfacción • Investigaciones de imagen de marca y premiaciones públicas	Páginas 70, 71, 76, 77 y 78

Movilidad e Innovación

GRI 103: Forma de Gestión	103-1 – Explicación del tópico material y sus límites	Página 15
	103-2 – Forma de gestión y sus componentes	Página 95
Ítem de control propio	• Nuevos lanzamientos en productos y servicios • Reporte de las innovaciones globales de la marca	Páginas 95 a 102

STANDARD GRI

DISCLOSURE

PÁGINA Y/O URL

OMISIÓN

Educación y Seguridad en el Tránsito

GRI 103: Forma de Gestión	103-1 – Explicación del tópico material y sus límites	Página 15
	103-2 – Forma de gestión y sus componentes	Página 59
Item de controle próprio	• Metas y/o compromisos para promoción de la seguridad en el tránsito • Nuevas tecnologías en los productos • CETH personas impactadas • Nuevas iniciativas (convenios) • Índice de atención recall Takata	Páginas 59 a 68

Emisiones y Ecoeficiencia operativa

Emisiones

GRI 103: Forma de Gestión	103-1 – Explicación del tópico material y sus límites	Página 15
	103-2 – Forma de gestión y sus componentes	Página 45
	103-3 – Evaluación de la forma de gestión	Página 45
GRI 305: Emisiones 2016	305-1 – Emisiones directas de GEI (Alcance 1)	Página 48
	305-2 – Emisiones indirectas de GEI por la compra de energía (Alcance 2)	Página 48
	305-4 – Intensidad de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI)	Página 49
	305-7 – Emisiones de NOX, SOX y otras emisiones atmosféricas significativas	Página 49

STANDARD GRI

DISCLOSURE

PÁGINA Y/O URL

OMISIÓN

Ecoeficiencia de las operaciones

GRI 103: Forma de Gestión	103-1 – Explicación del tópico material y sus límites	Página 15
	103-2 – Forma de gestión y sus componentes	Página 52
	103-3 – Evaluación de la forma de gestión	Página 52

Energía

GRI 302-1: Energía	GRI 302-1: Energía	Página 52
	GRI 302-3: Tasa de Intensidad Energética	Página 53
	GRI 302-4: Reducción en el consumo de Energía	Página 53

Agua

GRI 103: Forma de Gestión	103-1 – Explicación del tópico material y sus límites	Página 15
	103-2 – Forma de gestión y sus componentes	Páginas 54 y 55
	103-3 – Evaluación de la forma de gestión	Páginas 54 y 55
GRI 303: Agua 2016	303-1 – Consumo de agua por fuente	Página 54

STANDARD GRI	DISCLOSURE	PÁGINA Y/O URL	OMISIÓN
Residuos y Reciclado			
GRI 103: Forma de Gestión	103-1 – Explicación del tópico material y sus límites	página 15	
	103-2 – Forma de gestión y sus componentes	página 56 y 57	
	103-3 – Evaluación de la forma de gestión	página 56 y 57	
GRI 306: Efluentes y residuos 2016	306-2 – Residuos por tipo y método de disposición	página 56	
Gestión de Personas y Diversidad			
Relaciones Laborales			
GRI 103: Forma de Gestión	103-1 – Explicación del tópico material y sus límites	página 15	
	103-2 – Forma de gestión y sus componentes	página 80	
	103-3 – Evaluación de la forma de gestión	página 80	
GRI 402: Relaciones Laborales 2016	402-1 Plazo mínimo de notificación sobre cambios operativos	En los casos de reclutamientos internos que involucren el desplazamiento de domicilio, el colaborador es informado con por lo menos 30 días de antelación	

STANDARD GRI

DISCLOSURE

PÁGINA Y/O URL

OMISIÓN

Salud y Seguridad Ocupacional

GRI 103: Forma de Gestió	103-1 – Explicación del tópico material y sus límites	página 15	
	103-2 – Forma de gestión y sus componentes	Página 84 a 87	
	103-3 – Evaluación de la forma de gestión	Página 84 a 87	
GRI 403: Salud y Seguridad Ocupacional 2016	403-2 – Tipos y tasas de lesiones, enfermedades ocupacionales, días perdidos, ausentismo y número de fallecimientos relacionados al trabajo		não detalhado

Entrenamiento y Educación

GRI 103: Forma de Gestión	103-1 – Explicación del tópico material y sus límites	página 15	
	103-2 – Forma de gestión y sus componentes	páginas 88 a 91	
	103-3 – Evaluación de la forma de gestión	páginas 88 a 91	
GRI 404: Entrenamiento y Educación 2016	404-1 – Media de horas de entrenamiento por año, por empleado	página 88	

Diversidad y Inclusión

GRI 103: Forma de Gestión	103-1 – Explicación del tópico material y sus límites	página 15	
	103-2 – Forma de gestión y sus componentes	páginas 82 y 83	
	103-3 – Evaluación de la forma de gestión	páginas 82 y 83	
GRI 405-1: Diversidad en órganos de gobierno y empleados	GRI 405-1: Diversidad en órganos de gobierno y empleados	Página 83	

STANDARD GRI	DISCLOSURE	PÁGINA Y/O URL	OMISIÓN
Ética y Gobierno			
GRI 103: Forma de Gestión	103-1 – Explicación del tópico material y sus límites	página 15	
	103-2 – Forma de gestión y sus componentes	página 37 a 42	
	103-3 – Evaluación de la forma de gestión	página 37 a 42	
GRI 102-16, 102-17 205-2, 419-1	102-16 – Valores, principios, normas y códigos de comportamiento	página 37	
	102-17 – Mecanismos para orientaciones y preocupaciones referentes a ética	página 40	
	205-2 – Comunicación y capacitación en políticas y procedimientos de combate a la corrupción	página 41	
	419-1 – No conformidad con leyes y reglamentos en el área socioeconómica	página 39	

CRÉDITOS E INFORMACIÓN CORPORATIVAS

Honda South América Ltda.

Estr. Municipal Valêncio Calegari, 777 (Av. Interna 6)

Barrio: Nova Veneza

Sumaré (SP)

CP: 13181-903

Dirección general del desarrollo del Informe de Sostenibilidad

Departamento de Relaciones Públicas de Honda South América

Departamento de ESG (Environment, Social and Governance) de Honda South América

Coordinación editorial

Pedro Rezende, Tassia Rodrigues y Aline Cerri

Coordinación de recogida de disclosures GRI y textos

Pedro Rezende, Tassia Rodrigues y Aline Cerri

Proyecto gráfico, diagramación e infográficos

Magenta•Lab

Fotos

Acervo Honda, Freepik y The Noun project, Unsplash, Pexels, Adobe

HONDA
The Power of Dreams