

**HONDA**  
The Power of Dreams

# INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2022







# PRESENTACIÓN

|  |              |  |
|--|--------------|--|
|  | PRESENTACIÓN |  |
|  |              |  |
|  |              |  |
|  |              |  |
|  |              |  |
|  |              |  |
|  |              |  |
|  |              |  |
|  |              |  |
|  |              |  |

MENSAJE DE LA  
ADMINISTRACIÓN

FILOSOFÍA  
HONDA

SOBRE EL  
INFORME

VISIÓN  
GENERAL

GOBIERNO  
CORPORATIVO

INFORME DE  
DESEMPEÑO

SUMARIO DE  
CONTENIDO GRI

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 el otoño de 1906, en la ciudad de Hamamatsu, en Japón. **Cuando niño, pasaba largas 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 del siglo XX.**

Soichiro se quedó fascinado 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 que, 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.

Soichiro Honda testimonió dos grandes guerras y también 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 afectó aún más al país.

Uno de los peores problemas en aquel tiempo era el transporte. **Con el racionamiento de combustible y trenes llenos, 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 pasaron 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 busca, 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, que cumplirá 75 años de historia en el 2023. En América del Sur, donde produce, importa y comercializa motocicletas, automóviles, cuatriciclos y motores y máquinas, la empresa está presente hace más de 50 años.

En el 2015, el sueño de Soichiro creó alas y la compañía comenzó también a comercializar el avión ejecutivo HondaJet, el más avanzado del mercado en su categoría.

Por intermedio de Honda South America, 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 2022. Con él, **Honda mantiene la relación de transparencia que establece con sus públicos, así como rinde cuenta de las 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.



“Un sueño nunca es demasiado grande.”  
Soichiro Honda

# MENSAJE DE LA ADMINISTRACIÓN

# 02



**Estimado (a) lector (a), sea bienvenido (a) a otra edición del Informe de Sostenibilidad de Honda South America.**

Es con satisfacción que presentamos este contenido, tan esencial para el avance de las temáticas ambientales, sociales y de gobierno corporativo en las organizaciones. Creemos que las soluciones presentadas y los desafíos abordados aquí son capaces de agregar a la discusión de temas de relevancia para el planeta.

Honda es una compañía global empeñada en llevar alegría a las personas, por medio de productos y servicios que auxilian a la vida cotidiana y son capaces de crear valor para los clientes. Creemos que, de esta forma, lograremos cumplir la visión de la compañía de continuar siendo una empresa cuya existencia sea deseada por la sociedad”.

Las operaciones de Honda en América del Sur han desempeñado un papel esencial en la entrega de soluciones de movilidad de alta calidad y, así, han contribuido para el propósito de la marca de ampliar el potencial de vida de los ciudadanos suramericanos.

En el 2022, Honda South America obtuvo un desempeño positivo incluso en un ambiente de negocios complejo y desafiante. Fue un año marcado por inestabilidades políticas y económicas; con presión inflacionaria e intereses altos;

y en que nuevamente la industria automotriz debió tratar con la inconstancia de la cadena de suministros, afectando principalmente la disponibilidad de semiconductores, con impactos en las compañías en escala global.

Ante un escenario de desafíos que 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, contamos con el comprometimiento de nuestros colaboradores y con la colaboración de nuestra red de concesionarias y de proveedores. Una tríada fundamental para la sostenibilidad de Honda a largo plazo.

Además de esto, en el 2022 comenzamos a reanudar las actividades presenciales, conforme la inmunización en masa fue avanzando, y logramos reestablecer la rutina, reincorporando actividades externas. Un soplo de alivio, gracias a la caída en las tasas de internaciones y mortalidad como consecuencia del covid-19.

Vivenciamos este período desafiante, pero sin perder el enfoque rumbo al futuro. Entre las temáticas de mayor destaque de la industria automotriz hoy, está la electrificación. Y Honda está mejorando sus negocios rápidamente con la visión de liderar el futuro de la movilidad.

Nuestra marca está comprometida con dos grandes direccionamientos para sus operaciones en todo el mundo: medio

# Las operaciones de Honda en América del Sur han desempeñado un papel esencial en la entrega de soluciones de movilidad de alta calidad



ambiente y seguridad. 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. Alineados a los direccionamientos globales, establecemos tres pilares que orientan nuestra estrategia de productos para los próximos años: medio ambiente; seguridad y conectividad.

Así, daremos continuidad a la renovación de la línea de modelos con productos más económicos y ambientalmente amigables, embarcando motorizaciones eficientes, más seguros y conectados.

Las operaciones de Honda en América del Sur seguirán fortalecidas con la maximización de sus recursos, establecimiento de prioridades claras para responder rápidamente a los cambios del medio ambiente, y perfeccionamiento de sus productos, servicios y soluciones de movilidad.

Proseguiremos rumbo al futuro de la movilidad guiados por nuestra filosofía y por nuestros valores, con respeto a las personas y al planeta, implementando y fomentando nuevos estándares de comportamiento sostenible.

**¡Gracias por seguirnos en este relato y buena lectura!**

**Atsushi Fujimoto**  
**Presidente de Honda South America**



# HONDA FILOSOFÍA

PRESENTACIÓN

MENSAJE DE LA  
ADMINISTRACIÓN



SOBRE EL  
INFORME

VISIÓN  
GENERAL

GOBIERNO  
CORPORATIVO

INFORME DE  
DESEMPEÑO

SUMARIO DE  
CONTENIDO GRI



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. Esta es la Filosofía Honda, que se presenta en tres ejes:



## Filosofía Honda

1

**Respeto  
por el  
individuo**

Principio que estimula y promueve la repartición 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.

2

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:

3

**Política de  
Gestión de  
Honda**

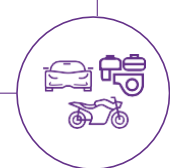
Contempla cinco tópicos principales para guiar a los colaboradores Honda en sus responsabilidades diarias:

### Las tres alegrías



#### 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 adquirir 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.

**La Filosofía  
Honda para  
la actuación  
de la empresa**

**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 valore la comunicación

**CREE**

constantemente un flujo de trabajo armonioso

PRESENTACIÓN

MENSAJE DE LA  
ADMINISTRACIÓN

HONDA  
FILOSOFÍA

SOBRE EL  
INFORME

VISIÓN  
GENERAL

GOBIERNO  
CORPORATIVO

INFORME DE  
DESEMPEÑO

SUMARIO DE  
CONTENIDO GRI

Direccionamiento de Negocio y Visión 2030

Ir más allá de las expectativas es una constante en la forma en que Honda conduce sus negocios. La evolución de la em-presa, 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 dar sustentación a este direccionamiento de negocio, Honda trazó la Visión 2030, que materializa una imagen idealizada de cómo la

empresa pretende estar en el año 2030, a fin de continuar siendo una empresa cuya existencia sea deseada por la sociedad en el 2050, cuando estará cumpliendo más de 100 años desde su fundación. Al producir su Visión, Honda examinó cambios de largo plazo en el ambiente operativo bajo dos perspectivas: previsión, o enfoque para el futuro, a partir del presente; y retrospectiva, o enfoque para atrás, del 2050 hasta el presente.

Así, la Visión 2030 de Honda trae el direccionamiento de 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 ofrecer 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.

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

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







### Directrices globales

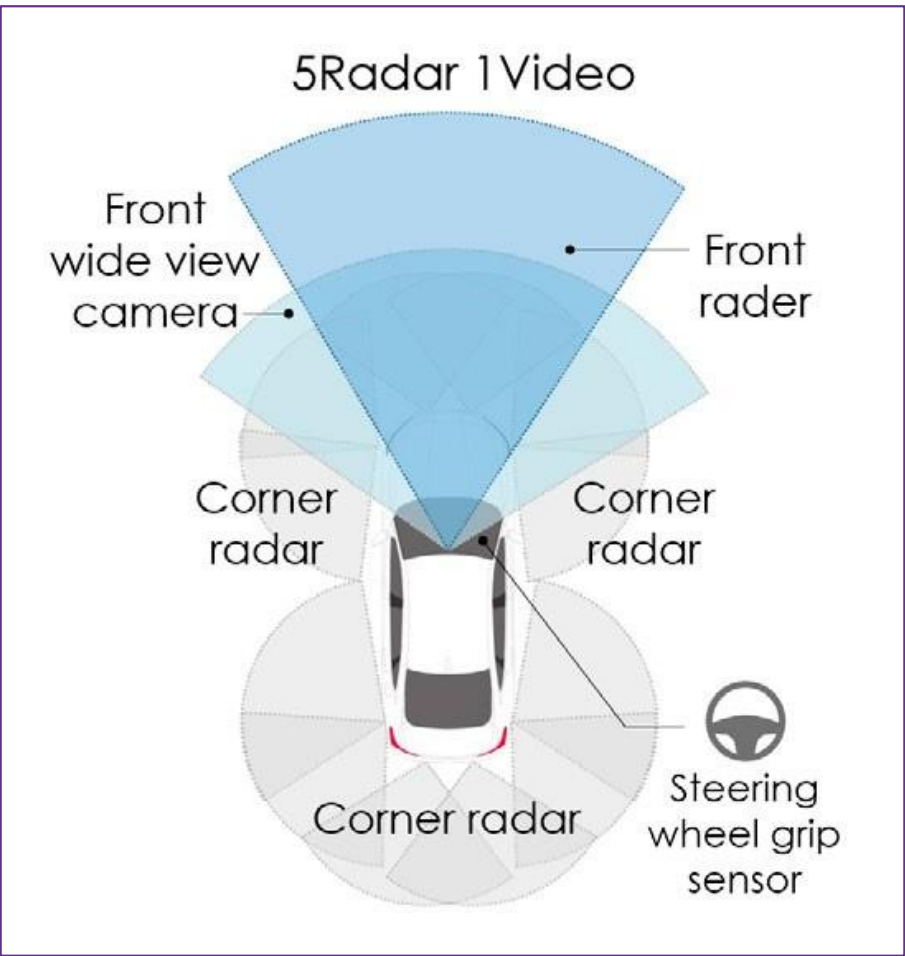
Globalmente, Honda definió directrices que impregnan a las subsidiarias de la empresa alrededor del mundo, buscando sus objetivos de manera integrada.

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 vehículos Honda hasta el mismo año.

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.

## Medio Ambiente y Seguridad son los compromisos prioritarios de Honda



Representación de Honda Sensing

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 a 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 conducción autónoma de nivel 3, lo que mejorará, aún más, la inteligencia del ADAS.

Además de esto, conforme fue explicado en la página 57 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 sustentables 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 impregnan 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 asunto es movilidad, para Honda es 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. De 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.





Calidad

PRESENTACIÓN

MENSAJE DE LA  
ADMINISTRACIÓN

HONDA  
FILOSOFÍA

SOBRE EL INFORME

VISIÓN  
GENERAL

GOBIERNO  
CORPORATIVO

INFORME DE  
DESEMPEÑO

SUMARIO DE  
CONTENIDO GRI

# SOBRE EL INFORME

# 04



Por octavo año consecutivo, Honda South America (HSA) presenta el Informe de Sostenibilidad, que contempla los destaques 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 2022.

Este informe fue elaborado de acuerdo con las premisas GRI – Global Reporting Initiative, en la opción esencial del GRI Standards, confiriendo al relato mayor transparencia y rigor semejante al de documentos financieros.

• GRI 102-1, 102-45, 102-50, 102-54 •

Honda presentó en su relato del 2021 la actualización de los tópicos materiales de la empresa. Los temas de relevancia tratados 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)<sup>1</sup>, S&P Global – Yearbook 2021<sup>2</sup>; MSCI – Ratings and Materiality<sup>3</sup> y GRI4 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.

Considerando que en el 2022 fue realizado un proceso robusto de identificación y priorización de los temas materiales para Honda South America, en el 2023 no fueron identificados hechos relevantes que provocasen una modificación en los asuntos reportados.

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

<sup>2</sup> 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.

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

<sup>4</sup> 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



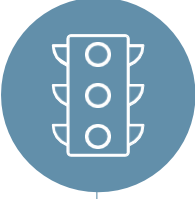
Calidad de los productos y servicios



Satisfacción de los clientes



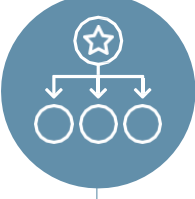
Movilidad e Innovación



Educación y Seguridad en el Tránsito



Emisiones y Ecoeficiencia Operativa



Ética y Gobierno



Gestión de Personas y Diversidad

|                              |
|------------------------------|
| PRESENTACIÓN                 |
| MENSAJE DE LA ADMINISTRACIÓN |
| HONDA FILOSOFÍA              |
| SOBRE EL INFORME             |
| VISIÓN GENERAL               |
| GOBIERNO CORPORATIVO         |
| INFORME DE DESEMPEÑO         |
| SUMARIO DE CONTENIDO GRI     |

| 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 mejora 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 oídos en encuesta de satisfacción<br>• 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<br>• 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 promoción de la seguridad en el tránsito<br>• Nuevas tecnologías en los productos<br>• CETH personas impactadas<br>• Nuevas iniciativas (convenios)<br>• Índice de atención recall Takata |    |
| Emisiones y ecoeficiencia operativa  | Compromisos y metas que tengan como objetivo la reducción de las emisiones atmosféricas.                                                                                                                                                                             | • GRI 305-1, 305-2, 305-4, 305-5, 305-7 •<br>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 •                                                                                                                                                                       |  |
| Ethics and Governance                | Fortalecer mecanismos para una gestión transparente y ética en toda la estructura de gobierno del grupo Honda, alineada a las mejores prácticas ESG                                                                                                                  | • GRI 102-16, 102-17, 205-2, 419-1 •                                                                                                                                                                                   |  |
| People and Diversity Management      | 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 •                                                                                                                                                                                               |  |

PRESENTACIÓN

MENSAJE DE LA ADMINISTRACIÓN

HONDA  
FILOSOFÍA

SOBRE EL INFORME

VISIÓN GENERAL

GOBIERNO CORPORATIVO

INFORME DE DESEMPEÑO

SUMARIO DE CONTENIDO GRI

# 05

## VISIÓN GENERAL

PRESENTACIÓN

MENSAJE DE LA  
ADMINISTRACIÓN

HONDA  
FILOSOFÍA

SOBRE EL  
INFORME

VISION GENERAL

GOBIERNO  
CORPORATIVO

INFORME DE  
DESEMPEÑO

SUMARIO DE  
CONTENIDO GRI



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.

Este compromiso conduce a Honda rumbo a sus 75 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 204 mil colaboradores.

América del Sur integra el bloque administrativo nombrado como “\*Regiones Asociadas”, que al lado de otros dos bloques – América del Norte y China – compone las operaciones globales de la compañía.

Honda está presente en América del Sur desde 1971, importando y produciendo motocicletas, automóviles, cuatriciclos y motores y máquinas, 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 America 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.



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

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

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

## Honda América del Sur

Buscando fortalecer las bases regionales dentro de su estructura global y alineada a las estrategias de electrificación de la compañía, Honda Motor Co. presentó, en enero del 2023, una nueva división global para sus operaciones, conforme aparece a continuación:

• América del Norte

• China

• Regiones Asociadas – Operaciones Regionales: Japón/ Asia y Oceanía / América del Sur / Europa, África y Medio Oriente



# Honda América del Sur



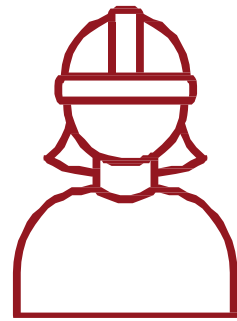
| UNIDAD DE NEGOCIO                  | SEGMENTO <sup>1</sup>                | ALCANCE <sup>2</sup> | JURISDICCIÓN |
|------------------------------------|--------------------------------------|----------------------|--------------|
| HDA<br>Moto Honda de la Amazonia   | 2R / PF                              | SEDBA                | Brasil       |
| HAB<br>Honda Automóviles de Brasil | 4R                                   | SEDBA                | Brasil       |
| HSF<br>Honda Servicios Financieros | Bank,<br>Consortium<br>and Insurance | SA                   | Brasil       |
| HAR<br>Honda Motor de Argentina    | 2R/ 4R / PF                          | SEBA <sup>3</sup>    | Argentina    |
| HDP<br>Honda del Perú              | 2R / PF /4R                          | SEDBA <sup>3</sup>   | Perú         |
| HMDC<br>Honda Motor de Chile       | 2R/ 4R / PF                          | SA                   | Chile        |

<sup>1</sup>2R: Motocicletas / 4R: Automóviles / PF: Productos de Fuerza BHB: Banco Honda S.A. / CNH: Consorcio Honda Ltda. / SHB: Corredora de Seguros Honda Ltda.  
<sup>2</sup> S (Sales/Ventas); E (Ing./Producción); D (Develop./R&D); B (Buying/Compras); A (Adm./Administración)  
<sup>3</sup> Ventas de Automóviles y Productos de Fuerza; y Ventas y producción de Motocicletas

# Modelo de Actuación Honda South America

Honda's operating model takes into account the achievement of results and the sharing of profits among stakeholders while considering the sustainability of the entire operation.

## Colaboradores



**12121**

permanent and temporary  
employees

## Públicos de relación

Comunidades



Proveedores



Clientes



Prensa



Colaboradores



Gobierno



Concesionarias



## Proveedores



Motocicletas

**114**

Proveedores nacionales de  
piezas y materias primas



Automóviles

**153**

Proveedores de piezas y  
materias primas

## Puntos de venta



Más de 2.200 puntos de venta en toda  
América del Sur

## Resultados

Motocicletas



**1269932**

producidas

Automóviles



**63535**

producidos

Motores y  
Máquinas



**19200**

## Perú

Honda Selva del  
Perú S.A.

Honda del  
Perú S.A.

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

## 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.

## Brasil

Honda Automóveis do  
Brasil Ltda.

Producción y ventas  
de automóviles y piezas.

Moto Honda da  
Amazônia Ltda.

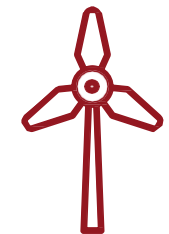
Producción y ventas de  
motocicletas, productos de  
fuerza, cuadriciclos y piezas.



Más de

**14,000**

personas participaron  
de las conferencias del  
CETH en el 2022



**635,000  
MWh**

de energía eléctrica limpia  
producida hasta el 2022  
(desde el inicio de las  
operaciones del parque  
eólico)



# Desempeño operativo

En el 2020, el mundo fue sorprendido con la pandemia de covid-19 y, desde entonces, está tratando con las consecuencias de la crisis sanitaria, que trajo nuevas exigencias comportamentales, éticas y socioeconómicas, impactando la vida de miles de millones de personas alrededor del globo.

En el 2022, Honda obtuvo progresos consistentes en sus operaciones, haciendo que la empresa siga escribiendo una historia de éxito en la región.

A lo largo del 2022, la vacunación en masa en Brasil continuó activa, con la aplicación de la tercera y de la cuarta dosis de la vacuna en diversas edades de la población. La inmunización permitió la reanudación de las actividades presenciales en el segundo semestre del año, así como el uso facultativo de las mascarillas de protección.

Conforme estableció desde el inicio de la pandemia, Honda mantuvo su actuación pautada en conciliar la preocupación con la salud de los colaboradores y la sostenibilidad en los negocios y, siguiendo las recomendaciones gubernamentales, pudo flexibilizar algunas de las medidas adoptadas en los períodos de alta contaminación, pero recomendando siempre la higienización, cuidados con la limpieza general y atención al apareamiento de síntomas.

Mientras el escenario de inmunización contribuyó positivamente para la reanudación gradual de la economía, los cuellos de botella logísticos



ocasionados por la crisis sanitaria continuaron impactando negativamente las operaciones. Así como fue relatado en la última edición, en el 2022 fue nuevamente necesario administrar interrupciones en las cadenas globales de suministros, ocasionando paralización de la producción de automóviles en Brasil en algunos períodos.

In the South American context, it is important to emphasize that some impacts of the pandemic continued into 2022, notably the imbalances in global supply chains and changes in international logistics routes. Given these facts, Honda achieved a great performance across the region despite a complex and challenging business environment.

Argentina, Brasil, Chile y Perú enfrentan un contexto semejante, con perspectivas de crecimiento moderadas.

Así, el 2022 demandó, nuevamente, flexibilidad, adaptación y agilidad en las tomas de decisión.

Honda alcanzó un excelente desempeño en toda América del Sur, incluso con un ambiente de negocios complejo y desafiante





Más de 1 millón de motocicletas fueron producidas por Honda en América del Sur en el 2022

## 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 28 millones de unidades producidas en Brasil. 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 a la generación de renta en diversas actividades económicas.

En el contexto de la pandemia iniciada en el 2020 y vivenciado también en los últimos años, 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.

La demanda por la motocicleta sigue fuerte, una vez que el vehículo ha desempeñado un importante papel en la movilidad de los brasileños. Es una alternativa de transporte rápido, barato, además de presentar un bajo costo de mantenimiento. En un escenario de aumento expresivo de los combustibles, el ahorro que la movilidad en 2 ruedas ofrece se vuelve aún mayor.

Este escenario culminó en una mayor demanda por motocicletas en todos los países de la región, contribuyendo a una recuperación más rápida de la 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.

## Honda Motos en América del Sur

En el 2022, las operaciones de motocicletas en las Fábricas de Manaus (BR), Campana (ARG) e Iquitos (PER) registraron, conjuntamente, la producción de 1.269.932 unidades.

Las ventas alcanzaron un volumen de 1.221.135 unidades, representando un aumento de aproximadamente 30% en relación con el año 2021.

Argentina obtuvo un resultado de 90.619 unidades comercializadas en el 2022, con crecimiento del 22% si es comparado al 2021.

En Perú el resultado de ventas fue de 85.065 unidades comercializadas en el 2022, también representando un crecimiento del 4% si es comparado al 2021.

Chile registró 13.504 unidades comercializadas en el 2022, una disminución del 9,5% en comparación al año anterior.

Se trata de un desempeño positivo en toda la región, considerando el ambiente de negocios complejo y desafiante, con inestabilidades políticas y económicas enfrentadas en el 2022.

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 desplazamientos diarios, generación de renta o esparcimiento.



## 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.

**Honda Motos cerró el 2022 con un crecimiento del 17% en los registros en comparación al año anterior. Con 1,03 millón de unidades comercializadas – mejor resultado desde el 2014, cuando 1,14 millón de motocicletas fueron registradas – la marca mantuvo su consolidado liderazgo en el mercado nacional.**

El desempeño positivo refleja el fortalecimiento de las estrategias comerciales de Honda y demuestran también que la demanda por motocicletas sigue fuerte. El vehículo tiene cada vez más protagonismo, ya sea para una solución de movilidad más conveniente y económica, generación de renta o esparcimiento.



La producción también siguió la tendencia de crecimiento, con más de 1,1 millón de unidades saliendo de las líneas productivas en Manaus (AM), aumento del 19% sobre los números del 2021. El resultado acumulado supera los niveles del 2015, cuando fueron producidas 1,04 millón de motocicletas.

A lo largo del 2022, Honda hizo grandes esfuerzos para aumentar el plan de producción y satisfacer la demanda del mercado, teniendo en cuenta el desequilibrio de las cadenas globales de suministros y modificaciones en las rutas logísticas.

Ya en el último período, la empresa también concluyó etapas importantes del plan de modernización de su unidad productiva, con el objetivo de tornar a la empresa referencia en eficiencia productiva. La expectativa es concluir todo el proyecto en el primer semestre del 2023.

## Honda Motos cerró el 2022 con un crecimiento de 17% en los registros

El objetivo de la empresa es seguir liderando el sector de forma sustentable. Con este 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.

PRESENTACIÓN

MENSAJE DE LA  
ADMINISTRACIÓN

HONDA  
FILOSOFÍA

SOBRE EL  
INFORME

VISIÓN GENERAL

GOBIERNO  
CORPORATIVO

INFORME DE  
DESEMPEÑO

SUMARIO DE  
CONTENIDO GRI



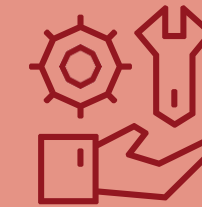
## CADENA DE VALOR

Por medio de su amplia cadena, la operación de Moto Honda promueve inversiones, desarrollo económico y social, no solo en la región de la Amazonia, 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 **siete mil**  
colaboradores



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



Centenas de  
proveedores  
de servicios



Más de **1.100**  
puntos de  
venta

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

PRESENTACIÓN

MENSAJE DE LA  
ADMINISTRACIÓN

HONDA  
FILOSOFÍA

SOBRE EL  
INFORME

VISIÓN GENERAL

GOBIERNO  
CORPORATIVO

INFORME DE  
DESEMPEÑO

SUMARIO DE  
CONTENIDO GRI



## TOP OF MIND

Honda Motos recibió el premio Folha Top of Mind 2022, que consagró a las marcas con mayor recuerdo entre los consumidores el año pasado. La empresa fue destaque en la categoría “Top Moto” por décima vez consecutiva.

La premiación consideró 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.

## MARCAS MÁS

Honda Motos conquistó el primer lugar en el ranking regional (San Pablo) y en el ranking nacional del premio Marcas Más, promovido 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 2022, fueron oídas 11.782 personas de todo el país.

## NPS AWARDS

La empresa SoluCX consagró a Honda Motos, en el primer año de la categoría dos ruedas en la premiación, como la vencedora del NPS Awards 2022 – Edición Movilidad, durante un evento promovido por la revista Automotive Business.

La iniciativa, realizada en colaboración con la revista Exame, tiene como objetivo reconocer a las marcas con el mayor poder de recomendación por los

consumidores, con base en el Net Promoter Score (NPS).

El NPS (Net Promoter Score) es una metodología que utiliza herramientas de investigación y clasificación para analizar el nivel de recomendación de una empresa por el público.

Para la premiación fueron oídas 18.890 opiniones de consumidores en todo Brasil entre los días 01/05/2022 y 14/08/2022.





# Automóviles

## América del Sur

Honda comercializa automóviles en América del Sur desde 1992, cuando inició las importaciones del modelo Accord para el mercado local.

Cinco años después, en 1997, fue inaugurada la planta de Sumaré, en el interior de San Pablo, y se inició la producción de automóviles en la región.

A lo largo de su trayectoria de más de 30 años de presencia en América del Sur y 25 años de fabricación de automóviles en la región, la empresa 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, buscó acelerar el proceso de desarrollo, producción y comercialización de productos cada vez más alineados a las expectativas de los consumidores suramericanos.

Son más de 30 años de presencia de Honda Automóviles en América del Sur



Así, Honda anunció en abril del 2018 un plan de reestructuración para el sistema productivo de automóviles en la región, buscando fortalecer la competitividad del negocio.

En línea con este plan, inauguró en el 2019 su nueva fábrica de automóviles en Brasil, en la ciudad de Itirapina, interior de San Pablo. La nueva unidad posee elevado nivel de tecnología y eficiencia.

A partir de entonces, gradualmente, la producción fue transferida para la nueva planta, que desde enero del 2022 concentra 100% de la producción de automóviles de Honda en Brasil.

Actualmente, son producidos en Itirapina (SP) los modelos New City sedan, New City Hatchback y New HR-V, además del modelo WR-V, destinado a la exportación.

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.

La unidad cuenta con la producción del conjunto motor, que incluyó Fundición, Mecanizado y Montaje de Motores, además de los procesos de Inyección y Pintura Plástica, Herramental, Ingeniería de Calidad, Planeamiento Industrial, I+D, áreas administrativas de Honda South America, Centro de Entrenamiento Técnico y División de Piezas.

PRESENTACIÓN

MENSAJE DE LA ADMINISTRACIÓN

HONDA FILOSOFÍA

SOBRE EL INFORME

VISION GENERAL

GOBIERNO CORPORATIVO

INFORME DE DESEMPEÑO

SUMARIO DE CONTENIDO GRI



## Desempeño

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. Aun así, excluyendo a Brasil, el mercado suramericano presentó niveles de ventas equiparables al período prépandemia, con notable crecimiento en el segmento de SUVs.

Honda siguió fortaleciendo los fundamentos de la operación buscando la sostenibilidad del negocio en el largo plazo. Honda Automóviles de Brasil realiza la exportación de sus modelos para Chile, Perú, Colombia, Uruguay, Paraguay, Bolivia, Ecuador y Argentina. En el 2022, cerca del 11% (7.123 unidades) de la producción de Honda Automóviles en Brasil fue destinada a la exportación.



En el 2022, las operaciones de Honda Automóviles en América del Sur\* registraron, conjuntamente, 63.732 vehículos comercializados y 63.535 automóviles producidos. La participación de mercado fue de 1,87%.

**Honda sigue buscando las mejores fuentes de suministros y aprovechando los recursos productivos globales de la empresa, para atender mejor a los consumidores suramericanos.**

La empresa 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.

## Más de 60 mil automóviles producidos en el 2022



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

PRESENTACIÓN

MENSAJE DE LA  
ADMINISTRACIÓN

HONDA  
FILOSOFÍA

SOBRE EL  
INFORME

VISION GENERAL

GOBIERNO  
CORPORATIVO

INFORME DE  
DESEMPEÑO

SUMARIO DE  
CONTENIDO GRI



# Honda Automóviles mantiene su solidez de mercado

## Honda Automóviles de Brasil

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 2012 y 2019, incluso ante las crisis económicas enfrentadas en el período.

En el período del 2020 al 2022, 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.



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 2022, Honda Automóviles registró un volumen 28% menor en la producción si es comparado con el 2021, con 63.540 vehículos producidos en Brasil el año pasado. Con relación a las ventas, fueron comercializados 56.699 automóviles en Brasil en el 2022, disminución del 30% en comparación al año anterior.**

Este resultado se debe a la crisis de los componentes, en especial de semiconductores, elucidada en este capítulo, que está afectando a la industria de manera global y comprometió la producción de algunos modelos a lo largo del 2022, impactando en la oferta de productos en el mercado.

Honda Automóviles sigue empeñando sus esfuerzos para aprovechar al máximo su potencial de crecimiento, considerando los lanzamientos recientes y la amplia remodelación de su line-up, y teniendo en cuenta la buena receptividad del público a los modelos lanzados en Brasil en el 2022 e inicio del 2023.

El año 2022 contó con la llegada de los modelos New City sedan, New City Hatchback y New HR-V, que son tecnológicamente muy avanzados, con motorización de alta eficiencia, exclusivo paquete de tecnologías de seguridad y asistencia al conductor, Honda SENSING, y que también cuentan con la exclusiva plataforma de conectividad myHonda Connect.

Además de esto, al inicio del 2023, la empresa realizó el estreno del Honda Civic híbrido en Brasil, que cuenta con la tecnología e: HEV, híbrida de dos motores eléctricos, y está aún más evolucionada, incluso con nuevo motor de combustión con inyección directa, alineando su line-up en Brasil a las estrategias globales de descarbonización de la compañía (más información en la página 43).

Hasta el cierre de este informe, otros tres modelos están programados para llegada a Brasil: Civic Type R, que incorpora todo el ADN deportivo de Honda y llega al país por primera vez; ZR-V, un SUV inédito en el mercado brasileño; y la nueva generación del CR-V que, por primera vez, traerá la motorización híbrida e: HEV.

**La empresa seguirá implementando las medidas necesarias para la sostenibilidad del negocio de automóviles a largo plazo.**



## Honda Automóviles está entre las marcas más admiradas del sector

En el 2022, Honda Automóviles fue destaque en diversas premiaciones de marca, reforzando el reconocimiento del público por los servicios y productos de alta calidad ofrecidos por la empresa en Brasil.

## Honda Automóviles recibe reconocimientos en premios del sector



### Premio NPS Awards

La empresa SoluCX consagró a Honda Automóviles, por segundo año consecutivo como vencedora de NPS Awards 2022 - Edición Movilidad, durante un evento promovido por la revista Automotive Business. La iniciativa, realizada en colaboración con la revista Exame, tiene como objetivo reconocer las marcas con el mayor poder de recomendación por los consumidores, con base en el Net Promoter Score (NPS). El NPS (Net Promoter Score) es una metodología que utiliza herramientas de investigación y clasificación para analizar el nivel de recomendación de una empresa por el público. Para la premiación fueron oídas 18.890 opiniones de consumidores en todo Brasil entre los días 01/05/2022 y 14/08/2022.



### Premio “Los Más Amados de Río”

La tercera edición del premio “Los Más Amados de Río”, promovido por la revista Veja Río, eligió a Honda en la primera posición de la categoría Mejor Montadora de Automóviles, consagrando a la marca entre las preferidas del público carioca. En el 2022, la premiación obtuvo récord de votos, con 4.166 personas oídas por medio de la plataforma de investigación MindMiners.





## Motores y Máquinas

Honda presentó al mercado su nueva firma de marca para el segmento de productos de fuerza: Motores y Máquinas. Esta firma integrará las piezas publicitarias, materiales de puntos de ventas y demás comunicaciones de la empresa.

La línea de Motores y Máquinas de Honda está compuesta por un amplio line-up, dividido en las categorías de motores estacionarios, desbrozadoras, generadores, motobombas y cortadores de yerba, con las más diversas aplicaciones tales como agricultura, uso doméstico, construcción civil y jardinería.

Además de esto, los Motores y Máquinas Honda poseen gran importancia en la movilidad en regiones ribereñas principalmente a lo largo del río Amazonas, proporcionando acceso a las 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 2022, el impacto político y el alta de la inflación y cambio disminuyeron las inversiones públicas en los países de América del Sur. Con eso, el sector de construcción civil y minería fueron más duramente afectados.

Por otro lado, la agroindustria continúa en expansión, fortaleciendo las ventas de motobombas y motores en los países de América del Sur. En este segmento, el desempeño del mercado argentino continúa presentando buenos resultados, con buenas perspectivas para el 2023.

En relación con el mercado brasileño en el 2022, la división de Motores y Máquinas registró la venta de 34.386, lo que representa una ligera disminución del 4% con relación al 2021. Incluso en un escenario desafiante, los segmentos agrícola y de construcción civil poseen potencial de recuperación en el crecimiento de las ventas para el 2023.

En la fábrica de Moto Honda de la Amazonia, en Manaus, son producidos tres modelos de motores estacionarios y tres modelos de motobombas y en el 2022, hubo la producción de más de 19.200 unidades de Motores y Máquinas.



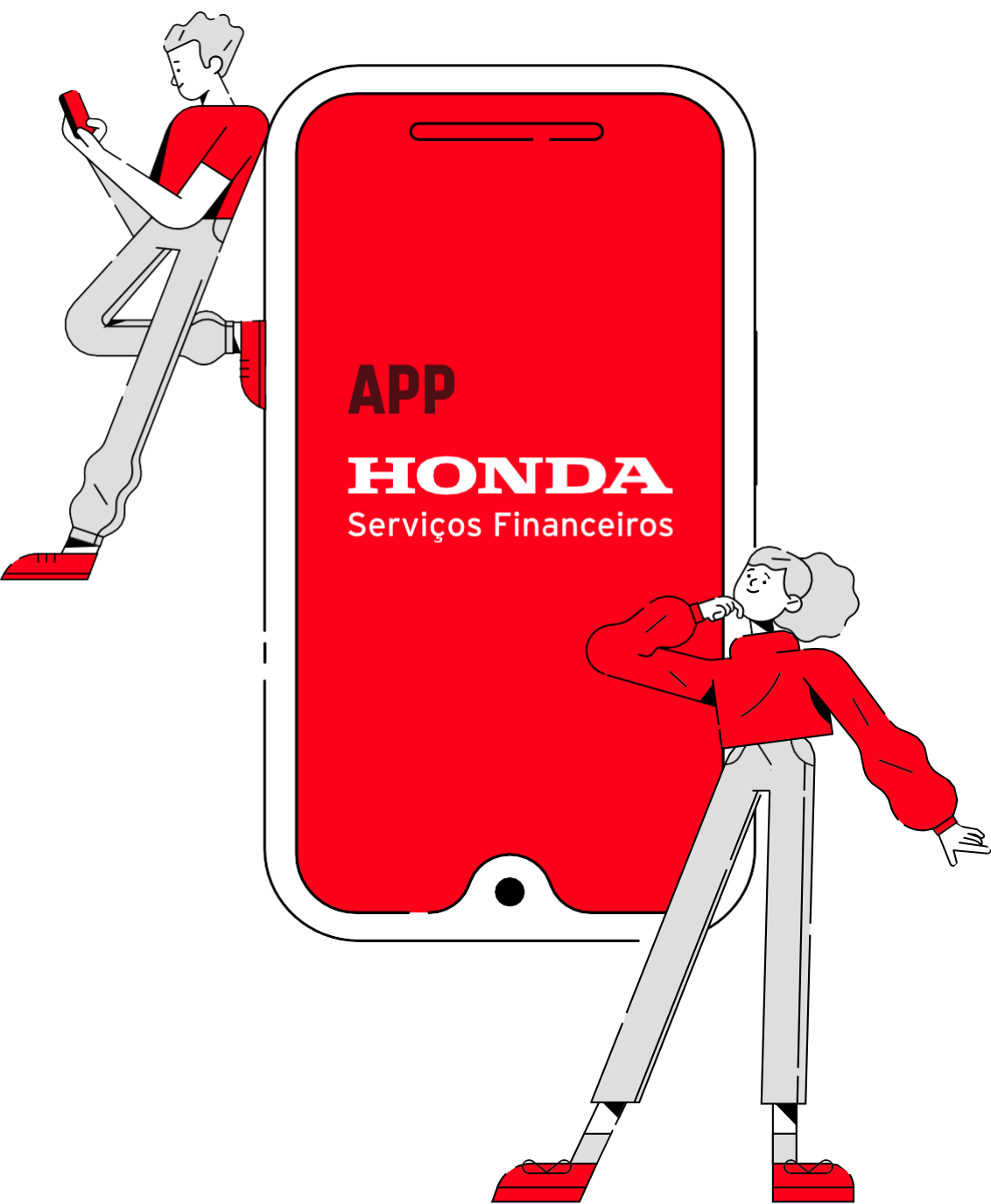


# Honda Servicios Financieros

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 un 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 1.6 millón de usuarios activos, agregando más practicidad y agilidad al día a día de sus clientes.



Más de 1.6 millón de usuarios activos en la aplicación Honda Servicios Financieros

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



|                              |  |
|------------------------------|--|
| PRESENTACIÓN                 |  |
| MENSAJE DE LA ADMINISTRACIÓN |  |
| HONDA FILOSOFÍA              |  |
| SOBRE EL INFORME             |  |
| VISION GENERAL               |  |
| GOBIERNO CORPORATIVO         |  |
| INFORME DE DESEMPEÑO         |  |
| SUMARIO DE CONTENIDO GRI     |  |



## Desempeño de Honda Servicios Financieros en el 2022

En el contexto del 2022, un año aún impactado por las consecuencias de la crisis sanitaria impuesta por el covid-19 en el 2020, conforme ya fue explicado anteriormente, fue perceptible la contribución de HSF para los resultados de la empresa. El Consorcio Honda fue un gran impulsor de los números de la división financiera de la marca, principalmente en el segmento de motocicletas.



## Consorcio Honda (CNH)

El Consorcio Honda es referencia en consorcios en el mercado brasileño, con 42 años de historia y aproximadamente 1,75 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 en los últimos años se observa una trayectoria diferenciada en el mercado de motocicletas como consecuencia del calentamiento de la actividad de delivery y de la tendencia de priorización por el vehículo particular durante la pandemia. Incluso con la reanudación de las actividades presenciales en el 2022, las entregas a domicilio se mantuvieron relevantes a lo largo del año, así como el uso de la motocicleta para el trabajo y esparcimiento.

Sumado a esto, está el diferencial financiero que la modalidad de consorcio presenta a los consumidores al ofrecer tasas de administración y planes de pago más competitivos cuando son comparados a los financiamientos, además de las ventajas de una compra programada, en la cual el cliente da la oferta cuando lo considera adecuado dentro de su necesidad y planeamiento financiero.

# Consorcio Honda es un gran impulsor de los números de la división financiera de la marca

Así, la modalidad de consorcio obtuvo resultados sólidos en el 2022 en el segmento dos ruedas de la marca, registrando 582.407 nuevas cuotas comercializadas el año pasado, un crecimiento del 2,1%.

**En relación con las entregas de motocicletas Honda 0km, fue registrado un aumento del 30,8% si es comparado al 2021, gracias a la reanudación de la actividad fabril. Fueron 352.185 motocicletas Honda 0km entregadas en el 2022.**

La modalidad de Consorcio para el segmento cuatro ruedas registraron 1.748 nuevas cuotas comercializadas en el 2022, lo que representa un aumento del 10,4%, si es comparado al año 2021.

El Consorcio Honda posee actualmente cerca de 12.000 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 2022, el Banco Honda fue un importante agente financiero de la marca para el segmento de automóviles, representando el 22,2% de las ventas totales de la empresa y registrando 16.083 contratos. Ya la participación de mercado del Banco Honda en el segmento cuatro ruedas crecieron, de 54,5% para 59,7% en el 2022.

En el segmento de motocicletas, el Banco Honda registró un crecimiento del 29,7% en los financiamientos con relación al 2021. Fueron 102.937 unidades financiadas entre enero y diciembre de 2022, representando el 9,8% de las ventas de motocicletas 0km 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 16,2% en el número de propuestas firmadas en el 2022, cerrando el año con 121.973 propuestas. En el segmento de automóviles, fueron registradas 10.724 propuestas en el 2021.

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





# Concluida con éxito prueba de motor usando 100% de combustible sostenible de aviación

## HondaJet

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). Hasta diciembre del 2022, fueron entregadas 7 unidades de HondaJet en territorio nacional.

Avión ejecutivo más avanzado del mundo y con excepcionales ventajas en desempeño, comodidad, calidad y eficiencia, HondaJet incorpora muchas innovaciones tecnológicas en diseño, incluyendo la configuración exclusiva OTWEM – Over-The-Wing Engine Mount (motores sobre 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.

## Desempeño en el 2022

Durante el año 2022, Honda Aircraft Company continuó el desarrollo del avión y realizó un gran anuncio durante la National Business Aviation Convention and Exhibition 2022 (NBAA-BACE): “HondaJet Elite II”, una nueva aeronave actualizada que presenta una serie de avances importantes en desempeño y comodidad. La empresa también anunció la introducción de tecnologías de automación.

HondaJet Elite II es la aeronave más rápida, que vuela en mayor altitud y alcanza mayor distancia en su categoría, alcanzando un nuevo nivel de desempeño, que redefine lo que significa ser un avión muy liviano. Con un alcance expandido de 1.547 millas náuticas, siendo 110 millas náuticas (aproximadamente 200 km) más que su modelo anterior, Elite II ahora extiende el alcance de HondaJet para más destinos, manteniendo su posición como la aeronave con mayor eficiencia energética de su categoría. La adición de spoilers de suelo completa las actualizaciones de desempeño, optimizando la actuación del campo de despegue y aterrizaje.

Además de esto, el año pasado, \*GE Honda Aero Engines (GE Honda) concluyó con éxito la prueba de su motor HF120 usando 100% de combustible sostenible de aviación (SAF, sigla en inglés para sustainable aviation fuels), un combustible sintético para aviación. Actualmente, el motor HF120 puede operar en mezclas SAF aprobadas de hasta 50%, y esta prueba exitosa demuestra la capacidad del motor de funcionar con 100% SAF.

El objetivo de la prueba fue evaluar el desempeño de la tecnología del motor con 100% SAF en relación con el Jet A/A1. La prueba de suelo fue realizada en un motor HF120 durante varios días en las operaciones de prueba Peebles de GE usando HEFA-SPK (Hydro- processed Esters and Fatty Acids Synthetic Paraffinic Kerosene), el SAF más ampliamente dispo-nible, producido a partir de aceite de cocina usado a base de plantas, grasas residuales y grasas. Los resultados de las pruebas son muy favorables, con desempeño del motor equivalente al combustible Jet A durante el funcionamiento del SAF.

\* GE y Honda formaron una joint venture 50/50 en el 2004, llamada GE Honda Aero Engines, con sede en Burlington, Carolina del Norte (EE.UU.). La empresa en conjunto integra los recursos de GE Aviation y de Honda Aero, Inc., una subsidiaria de Honda para gestionar sus negocios de motores de combinación.



PRESENTACIÓN

MENSAJE DE LA  
ADMINISTRACIÓN

HONDA  
FILOSOFÍA

SOBRE EL  
INFORME

VISIÓN  
GENERAL

GOBIERNO  
CORPORATIVO

INFORME DE  
DESEMPEÑO

SUMARIO DE  
CONTENIDO GRI



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 corporativa 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 corporativos, 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, sintetiza las palabras Medio Ambiente, Responsabilidad Social y Gobierno Corporativo, cabiendo 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 America están insertadas.

El modelo de Gobierno Corporativo de Honda South America abarca tres pilares de gestión que se interrelacionan en la conducción del crecimiento sostenible de los negocios: gobierno, riesgos corporativos y conformidad.



**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.

Buscando la construcción de relaciones éticas con los diversos públicos de interés, Honda adopta reglas sólidas que garantizan transparencia y seguridad para que la empresa tenga claridad en sus posicionamientos y decisiones. En este sentido, hay la composición de Comités para tratar los principales temas de Gobierno (Riesgos, Compliance, Ética, Confidencialidad y Privacidad), los cuales están directamente relacionados al Board de Directores de América del Sur teniendo por responsabilidad tomar las decisiones en las esferas económica, ambiental y social.

# Gobierno

• GRI 102-18 •

Honda ampara 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 la repartición de riquezas consistentes con sus públicos en un horizonte de largo plazo.

En este sentido, hay la composición de Comités para tratar los principales temas de Gobierno.



# 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 America, 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 11 políticas y documentos normativos relacionados al tema de gestión de riesgo.

Actualmente, el Código de Conducta es el más relevante instrumento guía de la conducta para el colaborador, incluso con relación a la prevención y combate a los riesgos y, de forma complementaria, Honda dispone de políticas y documentos normativos relacionados al tema.

Además de esto, de acuerdo con modelos globales del Grupo Honda de ERM (Enterprise Risk Management) se aplican procesos de identificación y evaluación anual de riesgos en todas las subsidiarias en América del Sur y, ante el reconocimiento de aquellos prioritarios, se hace un seguimiento más cercano con las medidas preventivas para minimizar eventos de materialización.

# Conformidad

• GRI 103-2, 103-3/419, 419-1 •

Para garantizar un ambiente de trabajo seguro y libre de pérdidas financieras, además de evitar daños a la reputación de la marca y a la sociedad, Honda, a través del Departamento de ESG, hace la gestión de todos los procesos relevantes. Por medio de la identificación de las áreas críticas, mapeo de los procesos relevantes y pruebas de controles internos con posterior certificación de la ley americana Sarbanes Oxley.

Como forma de comunicación directa con la alta gestión de la compañía, los colaboradores pueden informar cualquier disconformidad con el Código de Conducta y con las directrices corporativas a través de un canal de comunicación administrado por el Comité de Compliance de Honda. Este canal está disponible para todos los empleados en todas las unidades de Honda en América del Sur.

Buscando garantizar la adecuada asertividad de todo el proceso descrito y con enfoque totalmente independiente, anualmente la División de Auditoría Interna desarrolla y aplica pruebas que puedan garantizar si las premisas del Código de Conducta están realmente funcionando en la empresa.

PRESENTACIÓN

MENSAJE DE LA  
ADMINISTRACIÓN

HONDA  
FILOSOFÍA

SOBRE EL  
INFORME

VISIÓN  
GENERAL

GOBIERNO  
CORPORATIVO

INFORME DE  
DESEMPEÑO

SUMARIO DE  
CONTENIDO GRI



La evaluación de conformidad del Gobierno Corporativo de Honda ocurre de forma continua por medio de sistemas que adoptan estándares internacionales, estando formado por:



- **Sistema de gestión corporativa de los procesos:** autoevaluación realizada por los gestores (100% gerentes y superior) sobre los sistemas y operaciones de los procesos.



- **Sistema de gestión específica de los procesos:** controles internos sobre procesos relevantes de negocios y tecnologías (más de 100 subprocesos documentados y revisados anualmente), que son sometidos a la Certificación de la Ley americana Sarbanes-Oxley por auditoría independiente.

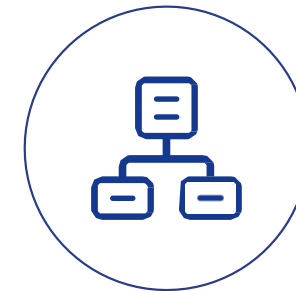


- **Sistema de normas y conducta:** políticas y procedimientos corporativos, disponibles en intranet o directorios propios para acceso al público interno.



- **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.

## 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



- **Estructura de código de ética, secreto de información y estándar de conducta formal:** todos diseminados por entrenamientos y por la gestión.



- **Estructura independiente de Auditoría Interna:** la División de Auditoría Interna HSA debe desempeñar una función compatible con el Modelo de Tres Líneas, actuando en la tercera línea de defensa, cuyo papel es prestar evaluación y asesoría de forma independiente y objetiva sobre la adecuación y eficacia del gobierno y de la gestión de riesgos. Esto es hecho por medio de la aplicación de procesos sistemáticos y disciplinados, además de experiencia y conocimientos. Ella reporta sus descubrimientos a la gestión y al cuerpo administrativo para promover y facilitar la mejoría continua. La independencia de la auditoría interna con relación a responsabilidades de la gestión es fundamental para su objetividad, autoridad y credibilidad.

# Canal de Ética

• GRI 102-17 •

En apoyo a las medidas adoptadas para garantizar 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 empresa.

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

Las manifestaciones que son ingresadas 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.

La forma de actuación del Comité de Compliance está reglamentada en normativa interna.



Hasta el 2022, el  
entrenamiento  
del Código de  
Conducta  
contempló a  
5.435  
colaboradores

\* 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.

## Atención a la Ley General de Protección de Datos

El Sistema de protección a la privacidad de datos personales de Honda está en total conformidad con la Ley General de Protección de Datos por medio del basamento en Políticas y Normas de Privacidad (Data Mapping, Informe de Impacto, Incidente de Seguridad, Privacy by Design, entre otras normativas) para la mejor regulación de las operaciones de tratamiento de datos personales y evaluación de los riesgos de privacidad. Además de esto, para una mejor concientización del tema, son realizados entrenamientos obligatorios para todos los niveles de la organización. Todas estas actividades buscan el cumplimiento de la ley y demuestran el compromiso de Honda con las partes interesadas.

## Código de Conducta

• GRI 102-17 •

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.

Hasta el 2022, el entrenamiento del Código de Conducta ya contempló a 5.435 colaboradores activos en todas las unidades de negocio de América del Sur.

Este código también determina una serie de políticas corporativas responsables del combate a conductas ilegales, como trabajo en situación análoga a la esclavitud, prevención del lavado de dinero y fraudes, corrupción y prácticas que violen la ley de defensa de la competencia.

PRESENTACIÓN

MENSAJE DE LA  
ADMINISTRACIÓN

HONDA  
FILOSOFÍA

SOBRE EL  
INFORME

VISIÓN  
GENERAL

GOBIERNO  
CORPORATIVO

INFORME DE  
DESEMPEÑO

SUMARIO DE  
CONTENIDO GRI



# Política de Prevención al Soborno y Corrupción

• GRI 103-2, 103-3/205 •

La Política de Prevención al Soborno y Corrupción determina el posicionamiento de la compañía sobre la ética en los negocios.

La aplicación de las directrices establecidas en la Política de Prevención al Soborno y Corrupción es evaluada anualmente, por medio de los procesos de controles internos certificados a través de la ley Sarbanes-Oxley y el cuestionario de autoevaluación aplicado a los gestores. Además de esto, la Política está disponible para todos los colaboradores de todas las unidades de América del Sur.

Con el objetivo de prevenir y evitar que los productos ofrecidos por Honda sean utilizados para los fines de lavado de dinero, financiamiento del terrorismo u ocultación de bienes, Honda actualizó en el 2022 su Política de Prevención del Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo (PLD/FT). Fueron establecidos procedimientos a ser ejecutados para identificar, calificar y desarrollar un enfoque de monitoreo en las operaciones que involucren mayor riesgo de lavado de dinero. La difusión del contenido de esta política fue realizada por medio de entrenamiento publicado en la plataforma online de educación y con la realización de un Workshop con el liderazgo



La Política Global de Prevención del Soborno y Corrupción de Honda incluye en su alcance directrices para prevenir prácticas de soborno y corrupción en las relaciones de Honda con sus asociados de negocio.

Honda difunde las directrices contenidas en la Política de Prevención de la Corrupción por medio de entrenamientos, comunicados internos y workshops. Hasta el 2022, cerca de 2.726 colaboradores activos realizaron el entrenamiento de prevención de las prácticas de soborno y corrupción, disponible en la plataforma de E-learning. También en el año 2022, más de 300 gestores de las unidades de negocio de América del Sur participaron de Workshops internos que abordaron los principales temas de Gobierno Corporativa, entre ellos la Política de Prevención a la Corrupción.

La Política de Prevención del Soborno y Corrupción determina el posicionamiento de la compañía sobre la ética en los negocios



# Combate a las Prácticas Anticompetitivas

• GRI 205-2 •

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

Complementariamente, la compañía busca fortalecer la cultura de combate a las 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, donde cerca de 273 colabo-radores realizaron el entrenamiento de defensa de la competencia disponible en la plataforma E-learning.**



Honda también considera de gran importancia el fortalecimiento de las relaciones con consumidores, colaboradores, asociados y comunidad, buscando mantener relaciones de responsabilidad y confianza para ser una empresa cuya existencia sea deseada por la sociedad.

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 80). Para esto, estableció una política con directrices y procedimientos para las acciones sociales realizadas por Honda en todas las unidades de América del Sur.

Todas las normas y políticas mencionadas están disponibles para consulta por todos los colaboradores.

**\*\* Áreas críticas** son aquellas con contacto directo con órgano gubernamental fiscalizador o legislativo (Relaciones Institucionales, Ventas, Compras, Jurídico, Fiscal y áreas que participan de reuniones con entidades de clase).

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







# INFORME DE DESEMPEÑO

- \_MEDIO AMBIENTE
- \_SEGURIDAD
- \_CALIDAD
- \_PERSONAS
- \_MOVILIDAD E INNOVACIÓN

PRESENTACIÓN

MENSAJE DE LA  
ADMINISTRACIÓN

HONDA  
FILOSOFÍA

SOBRE EL  
INFORME

VISIÓN  
GENERAL

CORPORATE  
GOVERNANCE



SUMARIO DE  
CONTENIDO GRI

# Medio Ambiente

Minimizar los impactos ambientales de su actuación, creando productos cada vez más amigables al medio ambiente y revisando las actividades corporativas. Esta 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 esta directriz.

Para el cumplimiento de esta meta, la empresa está actuando bajo el concepto Triple Acción para Cero, con enfoque en tres áreas:

**Neutralidad de carbono: Emisiones de CO2, Net Zero antes del 2050**

Para abordar las cuestiones que involucran el cambio climático, Honda trabajará en dirección a la meta de limitar el aumento de la temperatura global a 1,5°C por encima de los niveles preindustriales, existentes antes de la Revolución Industrial, reduciendo las emisiones de carbono de las actividades corporativas y a lo largo del ciclo de vida del producto.

**Energía limpia: 100% de utilización de energía libre de carbono antes del 2050** Para abordar las cuestiones de energía, Honda irá un paso más allá de su iniciativa convencional de reducir el riesgo de energía y pretende usar energía limpia tanto durante el uso del producto como en las actividades corporativas;

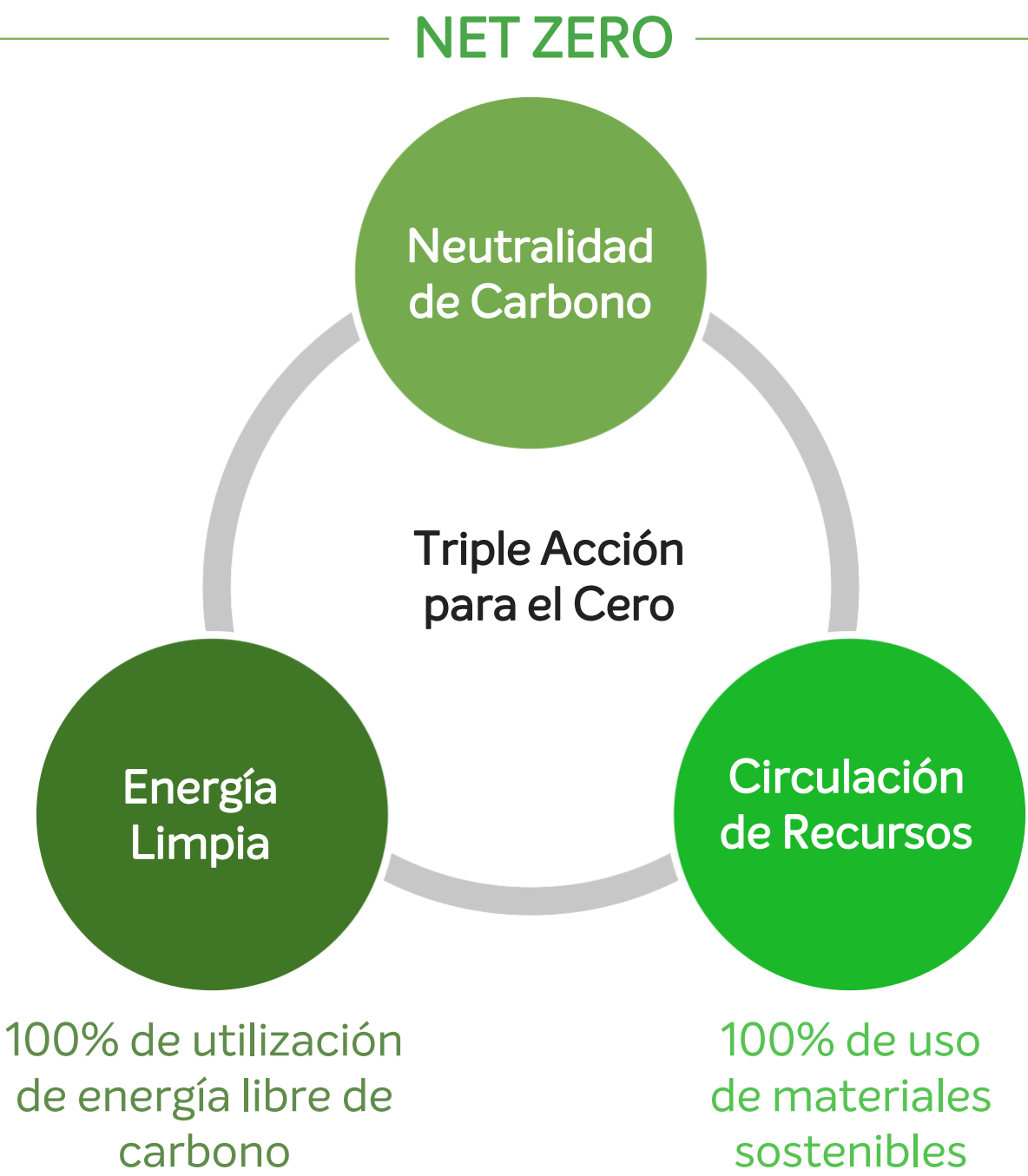
**Circulación de recursos: 100% de uso de materiales sostenibles antes del 2050**

Para abordar la utilización efectiva de recursos, Honda conducirá investigaciones sobre el reciclado de materiales, incluyendo reutilización y reciclado de baterías.

Yendo más allá de su iniciativa de reducción de riesgos relacionados a recursos y descarte de residuos, Honda tendrá un desafío adicional de desarrollar productos que utilizan materiales sostenibles teniendo impacto ambiental cero.

Adicionalmente, Honda actúa 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 de Green Logistics, que tiene por objetivo la reducción del volumen de embalajes y la maximización del transporte con almacenes flotantes.



Honda también posee 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.

PRESENTACIÓN

MENSAJE DE LA ADMINISTRACIÓN

HONDA FILOSOFÍA

SOBRE EL INFORME

VISIÓN GENERAL

CORPORATE GOVERNANCE

INFORME DE DESEMPEÑO

SUMARIO DE CONTENIDO GRI



# 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 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 y en el momento correcto. De este modo, la empresa decide por la implementación del tipo de motorización más adecuada a cada región considerando las diferencias en las políticas públicas y reglamentaciones, 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, New City Hatchback y New HR-V cuentan con motor 1.5 DI DOHC i-V- TEC con Inyección Directa, que combina excelente desempeño con bajo consumo de combustible y menor emisión de contaminantes, garantizando una excelente manejabilidad aliada a eficiencia energética.

## Honda sigue mejorando el desempeño ambiental de su línea de productos

Cuando el asunto es consumo de combustible, New City merece destaque especial. De acuerdo con el Programa Brasileño de Etiquetaje Vehicular (PBEV), New City 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, 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.



PRESENTACIÓN

MENSAJE DE LA ADMINISTRACIÓN

HONDA FILOSOFÍA

SOBRE EL INFORME

VISIÓN GENERAL

CORPORATE GOVERNANCE

INFORME DE DESEMPEÑO

SUMARIO DE CONTENIDO GRI



# Electrificación

Honda dio otro paso importante rumbo a la introducción de productos electrificados en su line-up en Brasil y lanzó, en enero del 2023, el nuevo Civic Híbrido, que representa un salto al frente en términos tecnológicos y constructivos.

Civic Híbrido es el segundo modelo electrificado de la empresa a llegar al país. El primero fue el Honda Accord, en el 2021. Además de esto, Honda ya anunció que el SUV importado CR-V también llegará en la motorización híbrida.

La tecnología híbrida de Honda - e: HEV - trae un sistema único compuesto por dos motores eléctricos (un generador y otro de propulsión) y un motor de combustión, proporcionando tres modos posibles de operación: el solamente eléctrico, el híbrido y el de combustión. El sistema automáticamente opta por el modo de operación que ofrece la mejor relación entre desempeño y bajo consumo, conforme las condiciones de rodaje.



# Fuentes limpias

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

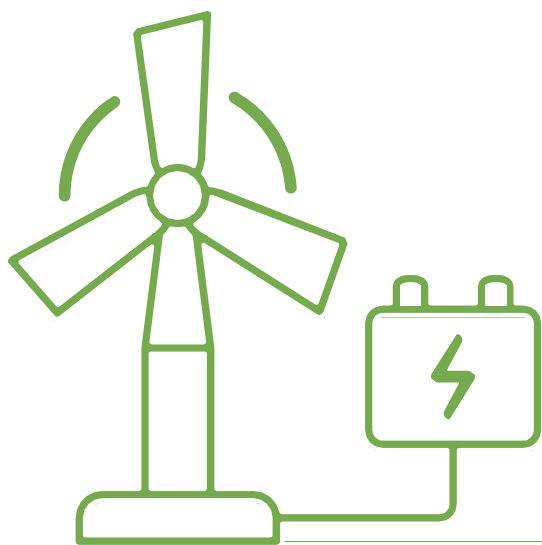
El parque eólico Honda Energy es el principal ejemplo de este compromiso. Sumado a los esfuerzos de las unidades de Honda Argentina y Moto Honda de la Amazonia en adquirir parte de su energía eléctrica del mercado de fuentes renovables, **Honda South America posee hoy cerca del 36% de su energía eléctrica proveniente de fuentes limpias.**

El año pasado, Honda South America obtuvo una reducción de emisión de 2.145,65 tCO2 en su operación, considerando el consumo de energía eléctrica y de combustibles (diésel, gasolina, GLP, gas natural y etanol) a partir de proyectos específicos.

Todos los años, Honda desarrolla proyectos dirigidos para la reducción de las emisiones de sus negocios. El resultado del año 2022 es fruto de proyectos como la compra de certificados de energía renovable (I-Rec); cambio de equipos, que antes eran alimentados por combustibles fósiles, para maquinarias más eficientes; además de la sustitución de sistemas de iluminación antiguos por sistemas led más eficientes.



## REDUCCIÓN DE EMISIONES DE GEI . GRI 305-5 •



2021

1891.61  
kgCO<sub>2</sub> / unit

2022

2145.65  
kgCO<sub>2</sub> / unit

Absolute emissions



# 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 esta 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 FlexOne fue desarrollada especialmente para el mercado brasileño y fue introducida en el país con la CG 150 Titan Mix. Actualmente, está presente en ocho motocicletas del line up: Biz 125, CB 300F Twister, CG 160 Titan, CG 160 Fan, CG 160 Cargo, NXR 160 Bros, XRE 190 y XRE 300, que representan cerca del 60% del volumen producido anualmente.

Desde el 2009, cuando la tecnología fue implantada, más de 8 millones de unidades FlexOne 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 su 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 el progresivo alineamiento a los más rígidos estándares internacionales.

La quinta fase de Promot, que entró 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 alineada a las recomendaciones y directrices de la norma para la reducción de las emisiones de contaminantes.

El etanol es un combustible de fuente natural, renovable y disponible en gran escala en Brasil, además de esto, durante su crecimiento, la caña de azúcar absorbe de la atmósfera el dióxido de carbono necesario para el proceso de fotosíntesis.

Más de 8 millones de unidades FlexOne fueron producidas por Honda desde el 2009

PRESENTACIÓN

MENSAJE DE LA ADMINISTRACIÓN

HONDA FILOSOFÍA

SOBRE EL INFORME

VISIÓN GENERAL

CORPORATE GOVERNANCE

INFORME DE DESEMPEÑO

SUMARIO DE CONTENIDO GRI



Honda utiliza la metodología internacional GHG Protocol adaptada a la realidad local, para sus fábricas en Brasil

Evolución de los indicadores de emisiones

Emisiones directas e indirectas de gases de efecto invernadero (GEI) en tCO<sub>2</sub>e • 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

|                                  | 2021                         | 2022                         |
|----------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| *Alcance 1 (tCO <sub>2</sub> e)  | 27,293.37 tCO <sub>2</sub> e | 27,718.18 tCO <sub>2</sub> e |
| **Alcance 2 (tCO <sub>2</sub> e) | 11,690.08 tCO <sub>2</sub> e | 10,520.35 tCO <sub>2</sub> e |
| Total (tCO <sub>2</sub> e)       |                              |                              |

\* Las emisiones directas de GEI del alcance 1 consisten en la sumatoria de las emisiones provenientes del consumo de combustibles (diésel, gasolina, etanol, gas natural, GLP) 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 2022 al 31 de diciembre de 2022.

\*\* 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 2022 al 31 de diciembre de 2022.

Al analizar las emisiones de Honda América del Sur, se nota un ligero aumento en las emisiones de alcance 1 en el 2022, debido a una mayor actividad productiva en todas las unidades de la empresa, en comparación al 2021.

Sin embargo, vale recordar que el año 2021 también fue impactado con paralizaciones como consecuencia de la pandemia de covid-19 y, por eso, trae una base más baja de comparación. **Los consumos de combustibles que más contribuyeron para el resultado fueron el diésel, gasolina y el gas natural.**

Con relación al alcance 2, las unidades de Honda están buscando aumentar cada vez más la participación de energías renovables en su matriz energética. Así, ha implementado nuevas alternativas, como, por ejemplo, la compra de certificados I-RECs y adquisición de energía de fuentes renovables en el mercado libre.

Como ejemplo, en el 2022 Honda de Argentina firmó una colaboración con la compañía YPF para el abastecimiento de la fábrica en Campana, provincia de Buenos Aires, con energía renovable por un período de cinco años, lo que cubrirá el 100% de su demanda de energía eléctrica.

YPF Luz ofrecerá energía renovable a partir del parque solar Zonda, localizado en la provincia de San Juan, que está en construcción y comenzará a operar en el 2023. Este acuerdo está alineado con la meta global de Honda de alcanzar cero emisiones de carbono para todos los productos y actividades corporativas antes del 2050.

|                              |
|------------------------------|
| PRESENTACIÓN                 |
| MENSAJE DE LA ADMINISTRACIÓN |
| HONDA FILOSOFÍA              |
| SOBRE EL INFORME             |
| VISIÓN GENERAL               |
| CORPORATE GOVERNANCE         |
| SUMARIO DE CONTENIDO GRI     |

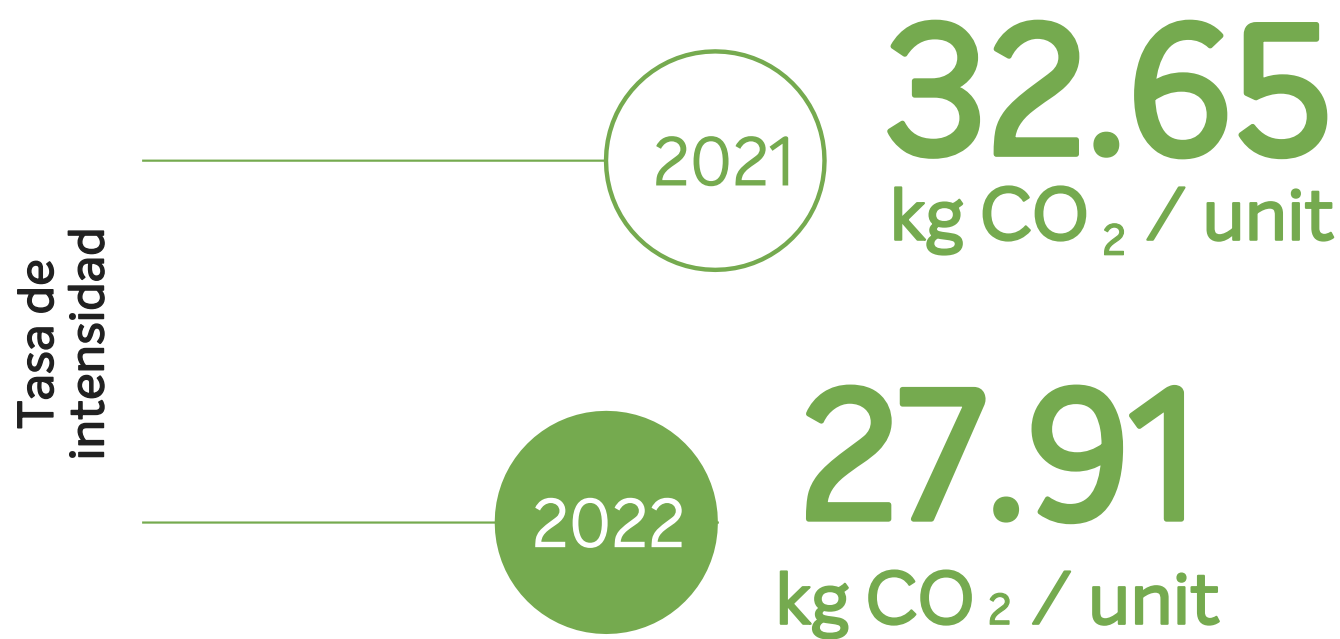




# Emisiones de GEI

## 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 producidos en el período del 01 de enero de 2022 al 31 de diciembre de 2022 en las unidades productivas de Honda América del Sur (HAB Sumaré, HAB Itirapina, HDA, HAR, HSP). Honda South America 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 2022, fueron emitidas 1.500,79 toneladas de COV (Compuesto Orgánico Volátil). Se trata de una disminución con relación al 2021.. 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 (tinta, barniz, primer, catalizador, diluentes, etc.).



En el 2022, se observa una disminución en la cantidad de emisiones de VOC debido a la desactivación de la pintura de carrocerías a base de solvente en la unidad de Honda Automóviles en Sumaré (SP), que fue cerrada al final de 2021 y transferida para la nueva fábrica, en Itirapina (SP) que posee un proceso que genera menos emisiones de VOC.

La unidad productiva de motocicletas, en Manaus, también disminuyó sus emisiones de VOC si es comparado a años anteriores debido a la automatización de los procesos de pintura y a la desactivación de líneas de pintura con tecnología obsoleta.

### VOLUMEN DE EMISIONES

|                                                                    | 2021         | 2022         |
|--------------------------------------------------------------------|--------------|--------------|
| NOx                                                                | (-)          | (-)          |
| SOx                                                                | (-)          | (-)          |
| Contaminantes orgánicos persistentes (POP)                         | (-)          | (-)          |
| Compuestos Orgánicos Volátiles (COV)                               | 2179.31 tons | 1500.79 tons |
| Contaminantes atmosféricos peligrosos (HAP, en la sigla en inglés) | (-)          | (-)          |
| Material particulado (MP)                                          | (-)          | (-)          |
| Otras categorías (Si es aplicable)                                 | (-)          | (-)          |

Se consideran las unidades: HAB Sumaré, HAB Itirapina y HDA



## 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 2020, Honda amplió 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%.

En el 2022, el parque alcanzó la marca de 84.2 mil GWh de energía generada. El emprendimiento posee 94 mil GWh de capacidad máxima de generación de energía anual. De noviembre del 2014, cuando fue inaugurado, hasta diciembre del 2022, el proyecto contabiliza más de 630 mil MWh de energía eléctrica limpia producida, lo que permitió la producción sostenible de más de 900 mil automóviles.

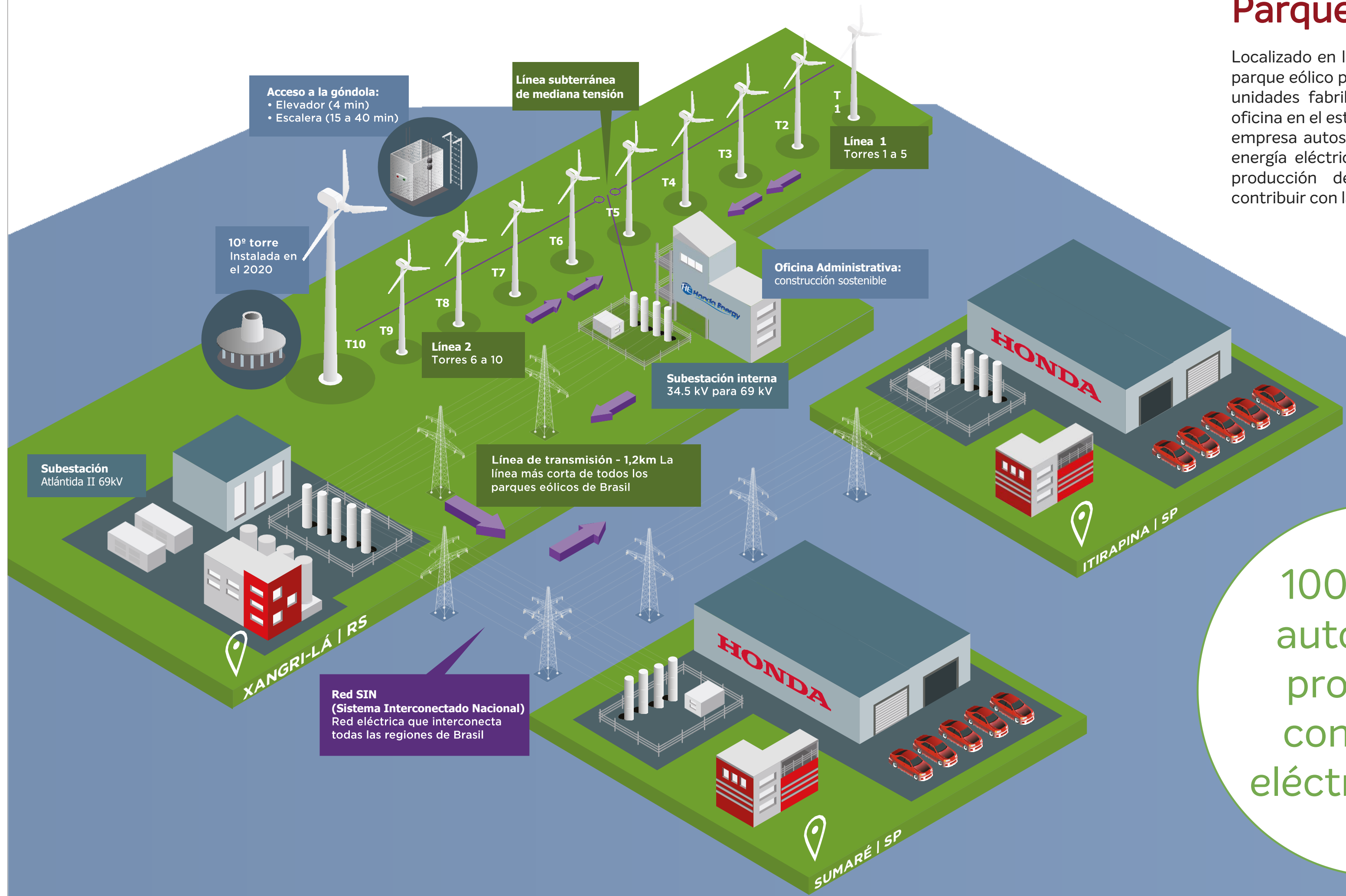
El proyecto contabiliza más de  
**630 mil MWh de energía eléctrica  
limpia producida, lo que permitió  
la producción sostenible de más  
de 900 mil automóviles**





# 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 oficina en el estado de San Pablo. Él torna a la empresa autosuficiente 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

PRESENTACIÓN

MENSAJE DE LA  
ADMINISTRACIÓN

HONDA  
FILOSOFÍA

SOBRE EL  
INFORME

VISIÓN  
GENERAL

CORPORATE  
GOVERNANCE

INFORME DE  
DESEMPEÑO

SUMARIO DE  
CONTENIDO GRI

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 otros recursos ecológicamente correctos.

Los indicadores ambientales son monitoreados y analizados mensualmente por las áreas de planeamiento y gestión ambiental de las fábricas y, en casos en los cuales 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.

Para garantizar un reporte y un análisis estandarizado entre las unidades Honda, los valores energéticos son convertidos en giga joules (GJ) utilizándose los factores propuestos por la Herramienta GHG Protocol y alineadas a las premisas del IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change).

En el 2022, hubo un mayor consumo total de combustibles renovables, en un esfuerzo de la empresa de utilizar fuentes renovables de energía. Por este motivo, el consumo total de energía fue menor que el presentado en el 2021. En el 2022, Honda consumió 1.383.665,89 GJ de energía en las unidades de Honda South America.



VOLUMEN DE EMISIONES

|                                                  | 2021       | 2022       |
|--------------------------------------------------|------------|------------|
| Consumo total de combustibles no renovables (GJ) | 473262.12  | 478598.07  |
| Consumo total de combustibles renovables (GJ)    | 11607.78   | 13508.77   |
| Consumo de electricidad (GJ)                     | 902728.43  | 891559.05  |
| Consumo total de energía (GJ)                    | 1387598.33 | 1383665.89 |

Se consideran las unidades: HDA, HAB Sumaré, HAB Itirapina, HAR, HSP, HDP, HMDC, MorumbiHSP

Tasa de Intensidad Energética

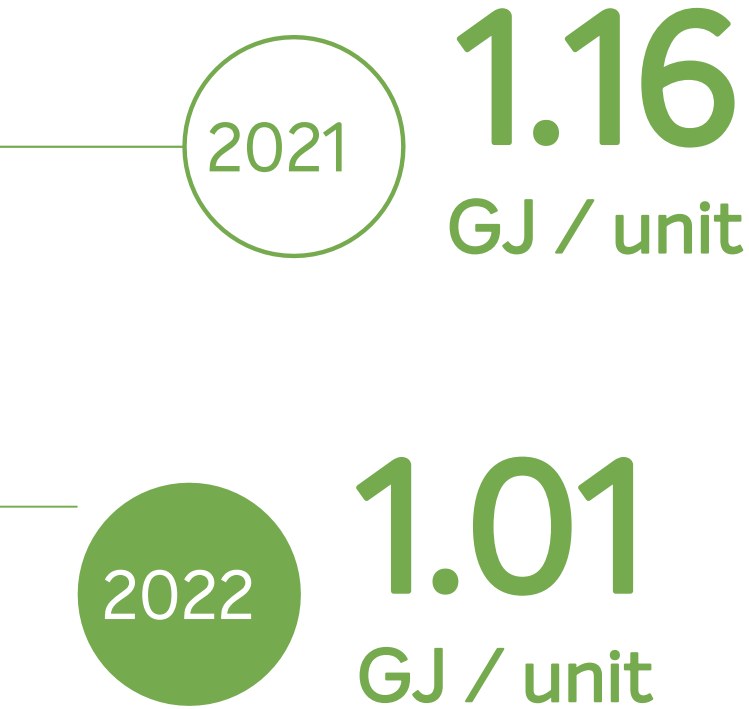
GRI 302-3 •

La tasa de intensidad energética registrada el año pasado por las unidades fabriles de Honda South America fue de 1,01 GJ/ unidad.

Para el cálculo son considerados los consumos de energía eléctrica y combustibles (diésel, gasolina, GLP, gas natural y etanol). Para este indicador, la métrica escogida fue dividir el total de consumo por la cantidad de automóviles, motocicletas y triciclos producidos en el período del 01 de enero de 2022 al 31 de diciembre de 2022 de las unidades productivas de Honda América del Sur (HAB Sumaré, HAB Itirapina, HDA, HAR, HSP).

Honda South America está alineada a las directrices globales de la compañía, buscando alcanzar la neutralidad en la emisión de carbono antes del 2050. De esta forma, posee la meta de reducir su consumo energético por unidad producida en relación con el período fiscal anterior.

Tasa de intensidad energética



Se consideran las unidades: HAB Sumaré, HAB Itirapina, HDA, HAR, HSP

|                              |
|------------------------------|
| PRESENTACIÓN                 |
| MENSAJE DE LA ADMINISTRACIÓN |
| HONDA FILOSOFÍA              |
| SOBRE EL INFORME             |
| VISIÓN GENERAL               |
| CORPORATE GOVERNANCE         |
| SUMARIO DE CONTENIDO GRI     |



Reducción en el consumo de energía

• GRI 302-4 •

En el año 2022 se observa una menor reducción de GJ cuando es comparado al 2021, hecho resultante de la disminución de proyectos ejecutados.

A pesar de este resultado, otras unidades de Honda en América del Sur continuaron implementando proyectos que ayudaron en los resultados como, por ejemplo, cambio de equipos poco eficientes por opciones con mayor eficiencia, implementación de comités de medio ambiente, campañas de concientización, entre otros.

Vale resaltar que, también por causa de la transición del montaje de vehículos de Honda Automóviles Sumaré para la fábrica de Itirapina, no fueron realizadas inversiones en grandes proyectos de reducción de energía el año pasado para el segmento de automóviles. Acciones puntuales fueron conducidas por los propios departamentos (campañas de concientización, NHC, premio ambiental, etc.).

9851.93

GJ

2021

1729.91

GJ

2022

Reductions in energy consumption

Considering the units: Honda South America (HDA, HAR, HSP).

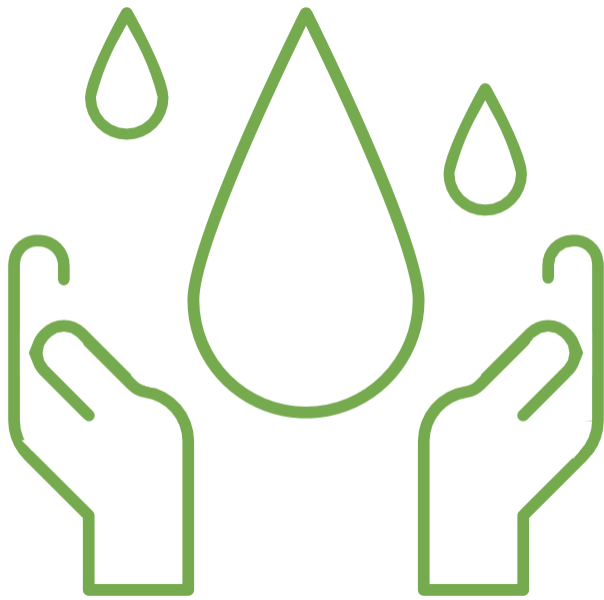
Uso racional del agua

• 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 buscan optimizar el uso de este recurso e implementar las mejores soluciones para el tratamiento de efluentes.

El consumo de agua subterránea aumentó significativamente en el año 2022, debido al aumento de la producción y, principalmente, por el cambio de hidrómetros antiguos y dañados de la unidad de Manaus (AM). Con esto, fue posible medir el real consumo de la unidad, mayor responsable del aumento del indicador. **La mejoría en las instalaciones se vuelve primordial para tornar los procesos productivos más eficientes**, pues, una vez medido, es posible identificar los desperdicios y formular estrategias para mejorar cada vez más la cadena productiva en alineamiento con las premisas y estrategias ambientales a largo plazo.



FUENTE

Aguas superficiales

Aguas subterráneas

Agua de lluvia

Efluentes de otra organización

Abastecimiento por servicios de agua públicos o privados

2021

m³

92417.50

792132.24

-

-

6970.31

2022

m³

44000.00

1513003.58

-

-

10151.31

Se consideran las unidades: HAB Sumaré, HAB Itirapina, HDA, HAR, HDP, HSP, HSF, HMDC

PRESENTACIÓN

MENSAJE DE LA ADMINISTRACIÓN

HONDA FILOSOFÍA

SOBRE EL INFORME

VISIÓN GENERAL

CORPORATE GOVERNANCE

INFORME DE DESEMPEÑO

SUMARIO DE CONTENIDO GRI



### 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, en media, al consumo diario de 230 personas.

Los lavatorios de la empresa cuentan con grifos de cierre automático y reductores de caudal del 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 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 Moto Honda de la Amazonia realiza el tratamiento de 1.950 m3/día de efluentes por día, con capacidad de hasta 2.500m3/día.

Después de la utilización del agua en los procesos de producción, refectorios y sanitarios, ella pasa por un riguroso proceso 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.



PRESENTACIÓN

MENSAJE DE LA ADMINISTRACIÓN

HONDA FILOSOFÍA

SOBRE EL INFORME

VISIÓN GENERAL

CORPORATE GOVERNANCE

INFORME DE DESEMPEÑO

SUMARIO DE CONTENIDO GRI



## Gestión de residuos y reciclado

• GRI103-2, 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.

Honda es una empresa comprometida en disminuir y mitigar los impactos de sus actividades causados en el medio ambiente en el cual está involucrada. Todas sus unidades en América del Sur promueven la recogida selectiva, desarrollan proyectos que buscan reducir y eliminar residuos generados por sus actividades, promueven la mejoría en la gestión de los residuos generados en los procesos productivos, como la aplicación del concepto TWM (sigla para "Total Waste Management") en HDA, además de nuevas maneras de reaprovecharlos en sus propias actividades. Vale recordar que las unidades de HDA, HAB Sumaré e Itirapina ya son empresas vertedero cero.



### RESIDUOS PELIGROSOS

|                                       | 2021<br>PESO (t) | 2022<br>PESO (t) |
|---------------------------------------|------------------|------------------|
| Reciclado                             | 588.66           | 680.77           |
| Recuperación                          | 0                | 0                |
| Incineration                          | 2466.68          | 2854.32          |
| Vertedero                             | 0                | 0                |
| Otros (especificar) – incorporación   | 0                | 0                |
| Otros (especificar) – coprocesamiento | 361.73           | 475.68           |

### RESIDUOS NO PELIGROSOS

|                                       | 2021<br>PESO (t) | 2022<br>PESO (t) |
|---------------------------------------|------------------|------------------|
| Reutilización                         | 0                | 0                |
| Reciclado                             | 38004.96         | 37304.13         |
| Compostaje                            | 129.73           | 206.76           |
| Incineración                          | 7758.61          | 9598.28          |
| Vertedero                             | 873.50           | 669.26           |
| Otros (especificar) – coprocesamiento | 2130.72          | 1168.58          |
| Otros (especificar) – ultrafiltración | 0                | 0                |

VOLUMEN TOTAL 52,314.59

52957.77

Se consideran las unidades: HAB Sumaré, HAB Itirapina, HDA, HAR, HDP, HSP y HSF.



## 17,15 toneladas de abono orgánico fueron producidas en el 2022 por Honda

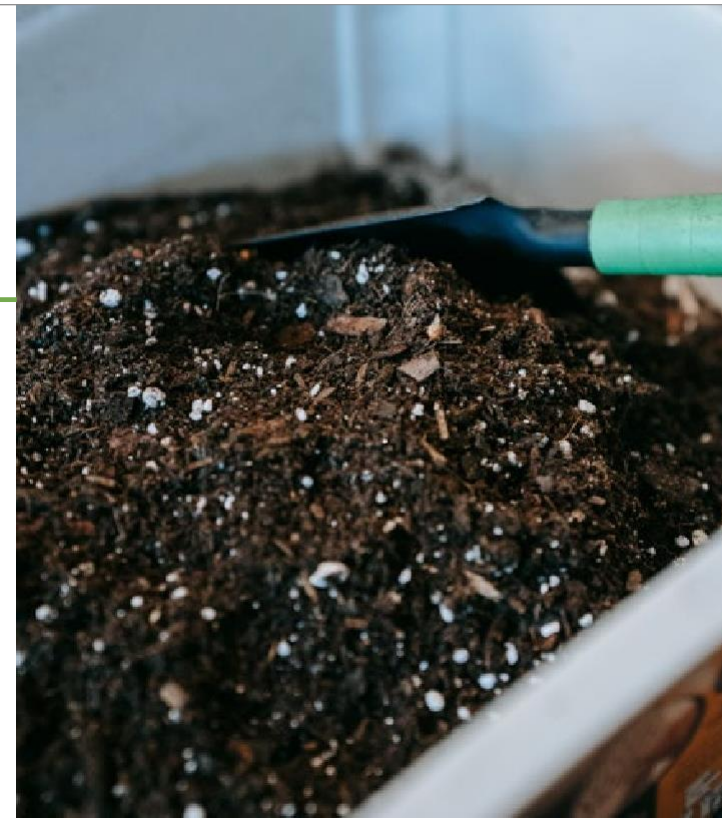
### Compostaje

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 2022, fueron producidas cerca de 17,15 toneladas de abono orgánico, que fueron utilizados internamente en las áreas verdes de la empresa.



## Compostaje y cabotaje son ejemplos de acciones más sostenibles

### Cabotaje

En su sistema logístico, Moto Honda de la Amazonia 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 2022, Moto Honda de la Amazonia utilizó el modal de cabotaje en la logística de abastecimiento. Fueron utilizados 3.555 containeres de materia prima, piezas, componentes y RACKS enviados para la fábrica de Manaus, resultando en una reducción de más de 7.455 TonCO2 (en relación con el modal de carretera).





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

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 en 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, localizada 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 canchas de fútbol.

Cerca de 140 especies forestales arbóreas son preservadas gracias a esta iniciativa, entre ellas la ceiba, laurel, angelim, ucuúba, además de especies de animales nativos, con destaque para el Tamarino Calvo, especie amenazada de extinción.



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. 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, lapacho y andiroba.

El Proyecto Agrícola, inaugurado en el 2003, tiene como objetivo la siembra 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.

Gran parte de las frutas y hortalizas cultivadas son destinados a la donación para instituciones sociales, complementando la alimentación saludable de las personas como, Asilo Moacir Alves, Casa Mamãe Margarida y Grupo de Apoyo al Niño con Cáncer (GACC). Desde el inicio del proyecto en el 2003, ya fueron donadas más de 143 toneladas de alimentos.



## Seguridad

La seguridad en el tránsito es un compromiso esencial para Honda, una condición indispensable para la movilidad. La actuación de la marca es 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 marco 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 trabamiento de la rueda en frenados bruscos y en pisos de poca adherencia.**

Honda está aumentando la penetración de esta 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 antiempinada 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 ciclistica más segura.



#### PCX 160 - introducción del sistema Honda Selectable Torque Control (HSTC)

En el segmento de motocicletas, un importante hito del año 2022 fue la introducción del sistema Honda Selectable Torque Control (HSTC) en el modelo PCX 160. El sistema controla la rotación de las ruedas a través de sensores de velocidad, garantizando más seguridad al piloto y está disponible en las versiones ABS y DLX ABS del modelo.

Comprobando su espíritu pionero en seguridad de producto, Honda es la primera marca para ofrecer este tipo de tecnología para scooters de baja cilindrada.

PRESENTACIÓN

MENSAJE DE LA ADMINISTRACIÓN

HONDA FILOSOFÍA

SOBRE EL INFORME

VISIÓN GENERAL

CORPORATE GOVERNANCE

INFORME DE DESEMPEÑO

SUMARIO DE CONTENIDO GRI



## Automóviles

En el segmento de automóviles, Honda está introduciendo en Brasil Honda SENSING, paquete de tecnologías avanzadas de seguridad y asistencia al conductor, que está presente en todos los modelos importados y nacionales\* de la marca como equipo de serie.

Honda SENSING toma como referencia imágenes captadas por una cámara de visión amplia y de larga distancia, instalada en la parte central y superior del parabrisa.

### Vea las funciones del Honda SENSING:

- **ACC** – Control de crucero adaptativo -- Auxilia al chofer a mantener una distancia segura en relación con el vehículo detectado al frente. Él cuenta con Low Speed Follow, que permite el mantenimiento de la distancia del vehículo al frente incluso en bajas velocidades;
- **CMBS** – Sistema de frenado para la 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 sentido opuesto. Bicicletas y motocicletas también pueden ser detectadas por la cámara;
- **LKAS** – Sistema de asistencia de permanencia en senda -- Detecta las bandas de rodaje y ajusta a dirección con el objetivo de auxiliar el 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 conducción con el objetivo de evitar accidentes;
- **AHB** – Ajuste automático de luz — Conmutación nocturna automática de los faros bajo y alto de las luces de acuerdo con la situación.

Honda SENSING  
está presente en  
todo el line-up  
de Honda en  
Brasil



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



## 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 disseminación 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 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.

En los CETHs, los entrenamientos teóricos son realizados en sala y 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.

En el 2022, los Centros Educativos de Tránsito Honda reanudaron las actividades presenciales después del período de aislamiento social impuesto por la pandemia de covid-19 en el 2020 y 2021. El año pasado, más de 2.500 personas fueron entrenadas en los cursos prácticos sobre pilotaje seguro y más de 14 mil personas participaron de las conferencias del CETH. Además de esto, en las redes sociales, más de 20 millones de personas fueron impactadas con publicaciones relevantes acerca del tema. Entre ellas, se destaca la webserie “Embajador al Mando”, en la cual los embajadores de la marca dan consejos de pilotaje seguro.

Desde el inicio de la iniciativa, en 1998, más de 430 mil personas fueron impactadas por las actividades de los CETHs.



PRESENTACIÓN

MENSAJE DE LA  
ADMINISTRACIÓN

HONDA  
FILOSOFÍA

SOBRE EL  
INFORME

VISIÓN  
GENERAL

CORPORATE  
GOVERNANCE

INFORME DE  
DESEMPEÑO

SUMARIO DE  
CONTENIDO GRI





### Club Honda

Los Centros Educativos de Tránsito también ofrecen actividades dirigidas a la educación para niños. Se trata del proyecto “Club 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 ligera y divertida.

Los CETHs cuentan, además, con la Ciudad Mirim del Club 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 peatonal, semáforo, placas de señalización y minivehículos eléctricos para que los niños puedan aprender las principales reglas de tránsito.

En el 2022, en una reanudación gradual de las actividades presenciales y siguiendo los protocolos de salud y seguridad, el Club Honda pasó a atender a niños en escuelas públicas y privadas aumentando el alcance de participantes con relación a los conceptos de seguridad vial, por medio de una película infantil y actividades lúdicas, que retratan el tema. Fueron realizadas 211 acciones y se impactó a más de 41 mil niños.



41 mil niños  
participaron de las  
acciones del Club  
Honda en el 2022



## COLABORACIONES PARA UN TRÁNSITO MÁS SEGURO

En línea con sus continuas acciones buscando una movilidad más segura, Honda realizó en las 2022 colaboraciones con órganos públicos y entidades relacionadas a la gestión de tráfico, a fin de ampliar la divulgación de conceptos de seguridad en el tránsito.

**FEBRERO DEL 2022:** Firma de un término de cooperación con la Secretaría Municipal de Educación de Manaus (SEMED), buscando la realización de actividades educativas en favor de un tránsito más seguro. Las acciones impactaron a cerca de 6 mil estudiantes, con edad entre 4 y 10 años, que frecuentan la red municipal de enseñanza de Manaus (AM). Además de clases y conferencias, fueron desarrolladas actividades educacionales lúdicas, con apoyo de vídeos y materiales didácticos, que permitieron crear un ambiente de aprendizaje dinámico y envolvente para los niños. Conceptos como ciudadanía, seguridad y convivencia armoniosa fueron transmitidos por los profesionales de la unidad amazonense del Centro Educacional de Tránsito Honda (CETH).



**MAYO DEL 2022:** en Mayo Amarillo, mes en que se intensifica la concientización para un tránsito más seguro, Honda dio inicio al entrenamiento Pilotaje Seguro para motoflotistas, en colaboración con el Departamento Estatal de Tránsito de San Pablo. La iniciativa resulta de un compromiso firmado entre la marca y órgano público y realizó el perfeccionamiento de las técnicas de pilotaje para 400 profesionales que utilizan la motocicleta para el trabajo diario. Los participantes fueron seleccionados por medio del Programa Motoflotistas Seguro, iniciativa del Gobierno de San Pablo y del Detran.SP que ofrece formación para crear una red de protección de la categoría y contribuir con la seguridad de quien ejerce esta actividad. Del total de profesionales inscritos, la mitad recibió la formación a lo largo del año 2022, y los demás, la recibirá en el 2023.

Honda realiza colaboraciones con órganos públicos y entidades relacionadas a la gestión de tráfico, a fin de ampliar la divulgación de conceptos de seguridad en el tránsito.



**JUNIO DEL 2022:** colaboración con la Alcaldía de Indaiatuba, por medio de la Secretaría Municipal de Educación, con la finalidad de diseminar el tema de educación en el tránsito para los niños de la red municipal de enseñanza. La iniciativa involucra a más de 15 mil alumnos de Escuelas Municipales, que reciben información sobre el tránsito y participan de dinámicas educativas, con apoyo de vídeos, materiales didácticos personalizados y performance teatral, contribuyendo con el aprendizaje, en un ambiente dinámico y envolvente. Además de actividades presenciales en las escuelas, impartidas por Honda, acciones complementarias también son realizadas para que los niños puedan visitar la Ciudad Mirim del Club Honda, en el Centro Educacional de Tránsito Honda (CETH), localizado en la ciudad. El espacio reproduce una ciudad, con elementos como paso peatonal, semáforo, placas de señalización y minivehículos para que los niños puedan aprender las principales reglas de tránsito.



Más de 15 mil  
alumnos de  
Escuelas  
Municipales  
reciben  
información  
sobre tránsito  
seguro

**SEPTIEMBRE DEL 2022:** colaboración con el Detran Pernambuco para ofrecer el entrenamiento Pilotaje Seguro a los motoflotistas, mototaxistas e instructores de los Centros de Formación de Conductores (CFC) de la región. El curso fue impartido por los profesionales de la marca en la sede del Centro Educacional de Tránsito Honda (CETH), en la capital pernambucana. Los participantes pudieron mejorar sus técnicas de pilotaje y disfrutar de todo el potencial de las motocicletas, con una conducta más segura en el tránsito. La selección de los motociclistas para el entrenamiento fue realizada por medio de las asociaciones de Mototaxistas, Motoflotistas e Instructores de los Centros de Formación de Conductores de la ciudad de Pernambuco.

PRESENTACIÓN

MENSAJE DE LA  
ADMINISTRACIÓN

HONDA  
FILOSOFÍA

SOBRE EL  
INFORME

VISIÓN  
GENERAL

CORPORATE  
GOVERNANCE

INFORME DE  
DESEMPEÑO

SUMARIO DE  
CONTENIDO GRI



# 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 busca 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, hasta el 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** •

Considerando las campañas anunciadas hasta diciembre del 2022, hay 906.267 vehículos con necesidad de recall, pudiendo ocurrir la sustitución de los insufladores lados del chofer y/o pasajero, tenemos un total de 1.611.187 insufladores Takata a ser sustituidos.

Base el cierre de diciembre del 2022, ya fueron reparados 1.315.527 insufladores de airbags Takata, adicionalmente tenemos 35.430 insufladores en vehículos ya desmantelados o fuera de circulación, totalizando un índice de cumplimiento del 83,8%.

En este período Honda posee el registro de 58 casos confirmados de ruptura anormal del insuflador de airbag Takata, ofreciendo todo el soporte a los clientes.

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

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. En este sentido, Honda no mide esfuerzos para alcanzar a estos clientes, por medio de campañas y acciones, como piezas publicitarias dirigidas a este perfil de consumidor, adhesivos en embalajes de Piezas Genuinas, cartas con mensajes personalizados, entre otras iniciativas.

Consciente de la gravedad del recall de insufladores de airbag de Takata, Honda está empeñada en iniciativas de aceleración del índice de atención de la campaña actuando en pleno acuerdo con la legislación vigente.

De forma recurrente, la empresa ha realizado las siguientes acciones:

- Campañas en medios digitales;
- Publicación de vídeos con testimonios reales, de clientes afectados, en el sitio web de la marca [www.honda.com.br/recall](http://www.honda.com.br/recall)
- Colaboración con 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

- Central de Atención activa y receptiva para reservas y dudas;

- Envío de e-mails y SMS para clientes registrados en la base datos de la empresa, por medio de la herramienta de CRM myHonda;

- Divulgación de piezas de comunicación en camiones-baúl.

Además de esto, Honda realizó otras acciones de divulgación puntuales, tales como:

- 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;

- Transmisión nacional de vídeo exclusivo en TV abierta para alerta a los clientes;

- Colaboración con influenciadores especializados en el sector automotriz con el objetivo de transmitir información relevante acerca de la necesidad de reparación del airbag;

- Colaboraciones con sitios de reventa de vehículos para la exposición de piezas de multimedia alertando a los visitantes sobre el recall, además de avisos a los anunciantes de vehículos Honda;

- Entrega de folletos en peajes, estacionamientos de centros comerciales y estaciones de combustible.



# 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 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 colaboradores.

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.

## Esfuerzos aplicados para alcanzar 120% de calidad

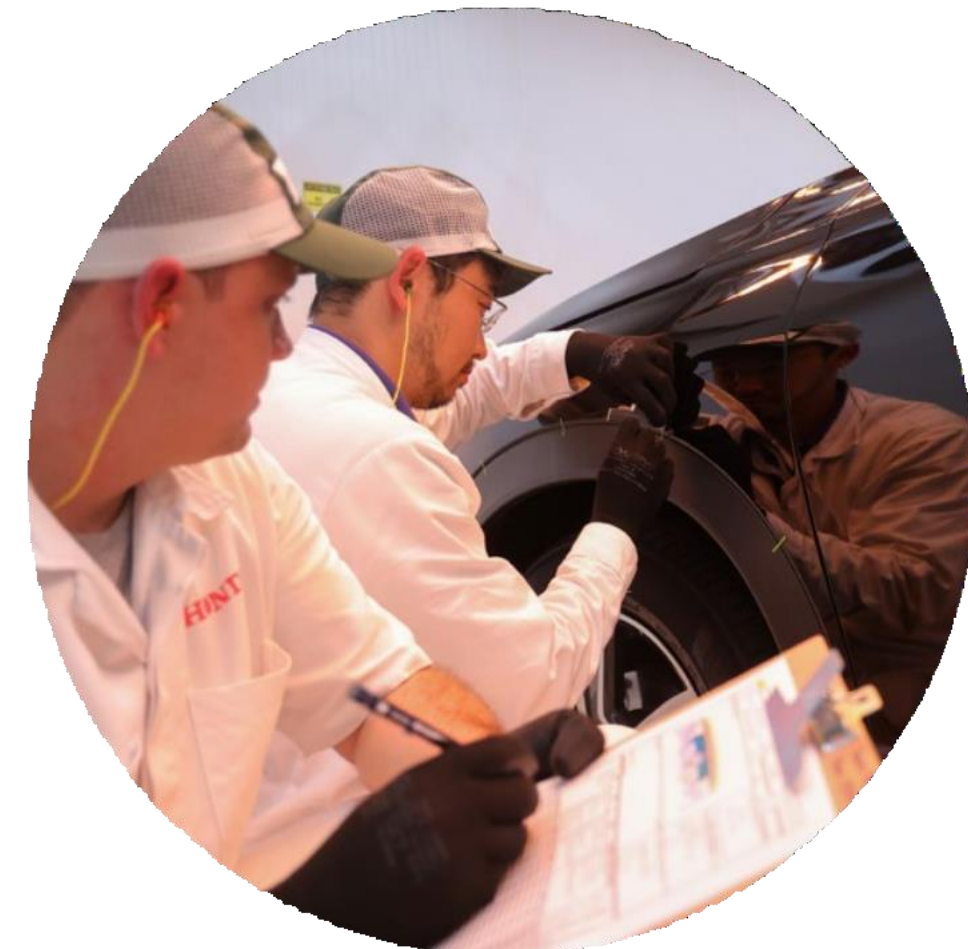


## Calidad del producto reconocida por el cliente

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 investigaciones, evaluaciones y premiaciones conducidas por terceros que le permitan a la empresa obtener reconocimiento de sus fortalezas y puntos de mejoría.



PRESENTACIÓN

MENSAJE DE LA ADMINISTRACIÓN

HONDA FILOSOFÍA

SOBRE EL INFORME

VISIÓN GENERAL

CORPORATE GOVERNANCE

INFORME DE DESEMPEÑO

SUMARIO DE CONTENIDO GRI





## PREMIOS

### Honda Automóviles de Brasil

En el 2022, Honda Automóviles conquistó premios importantes en el sector, entre ellos:



#### • Carro del Año

Promovido por la revista Autoesporte, el premio Carro del Año consagró al modelo New HR-V como el gran vencedor del Carro del Año 2023, una de las principales premiaciones de la industria y que contempla los carros que cuestan hasta R\$ 150 mil.



#### • Mejor Compra

New City Sedan EXL CVT conquistó el primer lugar en el premio Mejor Compra, organizado por la revista Cuatro Ruedas. El modelo fue destaque en dos categorías: “carros hasta R\$ 120.000” y “carros hasta 150.000”.



#### • UOL Carros

El premio UOL Carros, promovido por el portal UOL, concedió el primer lugar para los modelos New City Hatchback y New City, en las categorías “Hatch” y “Sedan”, respectivamente. El jurado fue formado por 22 periodistas e influenciadores digitales especializados en el sector automotriz, que apuntó los modelos que más se destacaron en 13 categorías.



### Honda Motos

Entre los premios del segmento nacional dos ruedas, Honda Motos fue destaque en:

#### • Premio 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 2022 del premio, Honda Motos fue la vencedora en dos categorías: Scooter, con el modelo X-ADV; y en la categoría Naked, con el modelo CB 1000R Black Edition.



#### • Premio Movilidad

Promovido por el diario Estadão, el premio Movilidad consagró a Honda PCX 160 en la categoría Mejor Scooter del 2022, en un año en que el modelo pasó por su más importante evolución, ganando nueva motorización de 160 cilindradas, nuevo diseño, además de control de tracción, un ítem inédito entre los modelos de la misma categoría. El jurado de la premiación fue formado por un robusto equipo de especialistas, seleccionados por los equipos editoriales de Movilidad Estadão, Diario del Carro y MotoMotor.

PRESENTACIÓN

MENSAJE DE LA ADMINISTRACIÓN

HONDA FILOSOFÍA

SOBRE EL INFORME

VISIÓN GENERAL

CORPORATE GOVERNANCE

INFORME DE DESEMPEÑO

SUMARIO DE CONTENIDO GRI



## Sistema de gestión de 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 mejoría 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 de 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.

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 está también en conformidad con los estándares de certificación ISO. Actualmente, cuatro instalaciones de Honda en América del Sur poseen la certificación ISO 9001 (Moto Honda de la Amazonia, Honda Automóviles Sumaré e Itirapina y Honda de Argentina).



## Honda cuenta con un sistema global de gestión de la calidad



# Ciclo de Calidad Honda





# 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.



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.



# Gestión de Proveedores • GRI 102-9 •

Honda South America busca trabajar con proveedores reconocidos no solamente por su capacidad de atención y calidad de productos y servicios, sino también por la 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 colaboradores es definido por la metodología QCDMEFS (Calidad, Costo, Entrega, Gestión, Medio Ambiente, Financiero y Seguridad, en portugués).

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

## CANTIDAD DE PROVEEDORES (Base Dic 31) • GRI 102-10 •

El aumento de la base de proveedores de Honda Automóviles de Brasil en relación con el año anterior ocurre en función de la introducción del modelo New HR-V, lanzado en el 2022.



## NHC-S – New Honda Circle Suppliers

Anualmente, Honda promueve un programa de desarrollo llamado 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. Conozca más en la página 79.

Para incentivar a los proveedores y comprometerlos en su filosofía, Honda desarrolló New Honda

Circle Suppliers (NHC-S), que tiene como objetivo incentivarlos a actuar dentro del concepto de mejoría continua.

En Honda Automóviles de Brasil, NHC-S fue reanudado en el 2022 después de dos años de suspensión en función de la pandemia (programa no realizado en el 2020 y 2021). En su reanudación, la iniciativa contó con la participación de 47 proveedores. De estos, 10 empresas fueron finalistas y participaron de la ceremonia de premiación realizada en agosto del 2022. Las tres empresas vencedoras fueron: en primer lugar, Denso; en segundo lugar, Panasonic; y en tercer lugar Scorpios.

En Moto Honda de la Amazonia, el programa también fue reanudado en el 2022 en formato presencial con la participación de 65 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 continuidad al Programa de Sostenibilidad, la unidad de Manaus actuó en la campaña benéfica “Baño Solidario” que, en colaboración con proveedores y asociados de negocios, proporcionó un total de 12.940 baños y productos de higiene para la población indigente de Manaus y San Pablo. Además de esto, también fueron realizados seminarios virtuales relacionados al tema.



## New Honda Circle Suppliers – NHC-S Ambiental

Honda también 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 colaboradores son estimulados a mejorar la eficiencia energética de sus máquinas y equipos, reduciendo el consumo de energía y, consecuentemente, la emisión de CO2.

En el 2022, 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.

La unidad de Manaus realizó la entrega del Gran Premio de Sostenibilidad 2022, que contó con la participación de 36 empresas con enfoque en la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, reducción en el consumo de energéticos e inclusión social, teniendo como guía los 17 objetivos de desarrollo sostenible de la ONU – SDGs.



## 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.

En el 2022, más de 12 mil toneladas de CO2 dejaron de ser emitidas gracias al NHCs Ambiental de Honda Automóviles

## 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 de los productos provenientes de los concesionarios de todo Brasil y por medio del departamento de servicios de los centros de relación con los clientes.

Esta 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 proporcionarle 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 207 puntos de ventas y servicios en automóviles y más de 1.100 en motocicletas.

La red de concesionarias es un colaborador 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, prestando tanto una consultoría remota como presencial, discutiendo y orientando las mejores acciones conjuntas con la red, teniendo como base encuestas de satisfacción sobre la atención, productos y servicios ofrecidos.

En el 2022, 153.970 clientes fueron oídos y pudieron expresar sus opiniones, por medio de encuestas del área de Postventas, 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 garantizar experiencias positivas a los clientes. En el 2022, Honda aplicó más de 188.000 horas de entrenamientos técnicos y comportamentales, a distancia y presenciales, a los colaboradores de servicios y piezas de la red.



En el 2022, más de  
**153,970**  
clientes fueron oídos y  
pudieron expresar sus opiniones



PRESENTACIÓN

MENSAJE DE LA  
ADMINISTRACIÓN

HONDA  
FILOSOFÍA

SOBRE EL  
INFORME

VISIÓN  
GENERAL

CORPORATE  
GOVERNANCE

INFORME DE  
DESEMPEÑO

SUMARIO DE  
CONTENIDO GRI



## PROGRAMA BEST QUALITY

El programa Best Quality llegó a su 15ª edición en el 2022. La iniciativa de la marca está dirigida a la capacitación de los técnicos, consultores y gestores de servicios y piezas de su red de concesionarias de motocicletas y automóviles. Además de la capacitación, el Programa Best Quality busca comprometer y motivar a los miles de profesionales de la Red Concesionarias a perfeccionar su actuación profesional con enfoque y dedicación a la satisfacción de los clientes.

En la primera fase del programa, que contó con más de 6.000 participantes y fue realizada entre los meses de abril y noviembre del 2022, los profesionales tuvieron acceso a una plataforma gamificada de aprendizaje con entrenamientos, historial de circulares y boletines técnicos además de otras actividades específicas a sus áreas de actuación. Los mejores colocados en el ranking en cada categoría (técnico, consultor de servicios, consultor de piezas y gestor) en los segmentos de motocicletas y automóviles siguieron para la etapa presencial, que ocurrió en el Centro de Entrenamiento, en Sumaré, interior de San Pablo, en febrero del 2023.

Después de la selección, además de los ganadores de cada categoría, cinco representantes de las categorías técnicas seguirán para la competencia mundial, que sucede en Japón, en octubre del 2023.

La evaluación final, que reunió a 66 finalistas, estuvo compuesta por pruebas prácticas de diagnósticos en vehículos, simulaciones de atenciones, además de prueba de conocimiento escrita y análisis psicológico. Diversos criterios son evaluados tales como adherencia a la metodología y cultura de servicios de Honda, uso correcto de las herramientas y manuales, resolución de casos, tiempo de realización de la prueba y, principalmente, la atención a los clientes de la marca.

Desde su lanzamiento en el 2007, el programa ya registra la participación de más de 123.000 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.



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

## Comunicación de marketing • GRI 417-3 •

El marketing es un área enfocada en la generación de valor sobre el producto, servicio o sobre la propia marca de un negocio.

Él es un método importante de comunicación entre organizaciones y clientes y está sujeto a leyes, códigos y reglamentos.

Se espera que una organización utilice prácticas justas y responsables en sus negocios y 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 2022, no fueron identificados casos de no conformidad con leyes y/o códigos voluntarios.





## 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 mantienen la relación con los clientes, a lo largo del tiempo, en todo el país, sobre las más diversas demandas.

La comunicación online es 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.



## 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 web de postventas, como consulta y reserva de revisiones y periodicidad indicada para el cambio de piezas y componentes ([www.honda.com.br/pos-venda/automoveis](http://www.honda.com.br/pos-venda/automoveis)). Además de esto, los clientes pueden consultar los valores de revisiones y piezas, además de programar servicios, desde 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 500 mil seguidores en Brasil.



[www.facebook.com/HondaBR](https://www.facebook.com/HondaBR)  
[www.facebook.com/hondaautomoveis](https://www.facebook.com/hondaautomoveis)  
[www.facebook.com/HondaMotosBr](https://www.facebook.com/HondaMotosBr)  
[www.facebook.com/hondaracingbrasil](https://www.facebook.com/hondaracingbrasil)  
[www.facebook.com/ConsortioNacionalHonda](https://www.facebook.com/ConsortioNacionalHonda)  
[www.facebook.com/bancohondaoficial](https://www.facebook.com/bancohondaoficial)



[www.linkedin.com/company/honda-brasil](https://www.linkedin.com/company/honda-brasil)



[www.tiktok.com/@consorciohonda](https://www.tiktok.com/@consorciohonda)  
[www.tiktok.com/@hondaautosbr](https://www.tiktok.com/@hondaautosbr)



[www.instagram.com/hondaautosbr](https://www.instagram.com/hondaautosbr)  
[www.instagram.com/hondamotosbr](https://www.instagram.com/hondamotosbr)  
[www.instagram.com/consorciohonda](https://www.instagram.com/consorciohonda)  
[www.instagram.com/hondamotoresemaquinasbr](https://www.instagram.com/hondamotoresemaquinasbr)  
[www.instagram.com/hondaracingbr](https://www.instagram.com/hondaracingbr)  
[www.instagram.com/hondaredrider](https://www.instagram.com/hondaredrider)



[www.youtube.com/HondaMotosBrasil](https://www.youtube.com/HondaMotosBrasil)  
[www.youtube.com/hondabr](https://www.youtube.com/hondabr)  
[www.youtube.com/HondaInstitucional](https://www.youtube.com/HondaInstitucional)

A fin de promover un ambiente saludable para el intercambio de ideas y opiniones en las redes sociales, Honda creó el Término de Uso de las Redes Sociales, que está disponible en su sitio web y está visible para todos los usuarios. El contenido trae directrices que muestran las políticas adoptada por Honda en su actuación en el ambiente digital, aumentando el pilar de gobierno. Entre y véalo: <https://www.honda.com.br/redes-sociais/termos-de-uso>



# Personas

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

Así, la empresa busca 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 7 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 incorporó, en el 2022, el tema Diversidad en su matriz de materialidad (más información en la página 13), 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 America cerró el año 2022 con 11.515 personas en su cuadro de colaboradores permanentes y 606 no permanentes. Cada uno de esos colaboradores pudo compartir de ese ambiente de trabajo, pautado por el respeto al ser humano y que incentiva la realización y desarrollo profesional en el largo plazo, además de recibir remuneración alineada a las mejores prácticas del mercado. Con esta filosofía, Honda gestiona su capital humano y crea una cultura corporativa que proporciona diferencial competitivo sostenible a largo plazo.

POR REGIÓN

2021

Norte/Nordeste – Brasil:  
Temporal: 488  
Permanente: 6,636

Sur/Sudeste – Brasil:  
Temporal: 0  
Permanente: 3,699

Argentina:  
Temporal: 54  
Permanente: 515

Chile:  
Temporal: 12  
Permanente: 79

Perú:  
Temporal: 125  
Permanente: 143

2022

Norte/Nordeste – Brasil:  
Temporal: 523  
Permanente: 6,922

Sur/Sudeste – Brasil:  
Temporal: 40  
Permanente: 3,515

Argentina:  
Temporal: 08  
Permanente: 678

Chile:  
Temporal: 05  
Permanente: 81

Perú:  
Temporal: 30  
Permanente: 319

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

POR GÉNERO



2021

Temporal: 605  
Permanente: 9,669

Temporal: 74  
Permanente: 1,534

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

2022

Temporal: 526  
Permanente: 9,981

Temporal: 80  
Permanente: 1,513

2021

Tiempo Integral: 10,215  
Parcial/ tiempo parcial: 59

Tiempo Integral: 1,412  
Parcial/ tiempo parcial: 65

Número total de colaboradores  
por tipo de empleo  
(tiempo integral y parcial/ tiempo parcial)

2022

Tiempo Integral: 10,394  
Parcial/ tiempo parcial: 113

Tiempo Integral: 1,513  
Parcial/ tiempo parcial: 101



## Diversidad e Inclusión • GRI 405-1 •

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 cerca. **El tema se convirtió en un tópico material de la empresa en el 2022.**



## 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, discapacidad, característica física, creencia religiosa, perspectiva política, status social entre otros.

**Un ambiente basado en la diversidad tiende a ser más estimulante y flexible lo que, sumado al poder de los sueños, al trabajo en equipo y a 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.

## El Respeto al Individuo es la base de la filosofía Honda

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



# Acciones de Diversidad e Inclusión

Honda posee diversas acciones de Diversidad e Inclusión. Entre ellas:

## 1 – Creación del Programa Diversidad en Honda South America

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 America actualmente se encuentra en 12,5%;
- También es monitoreado el porcentual de mujeres en el \*shortlist de los procesos selectivos;
- Seguimiento trimestral junto al board de la empresa con relación a las metas de diversidad;
- Aumento en las contrataciones de los Programas de Jóvenes Talentos, que resultaron en más diversidad de género y de raza en los grupos trainees de los últimos dos años.

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

## 3 – Acciones de concientización y capacitación

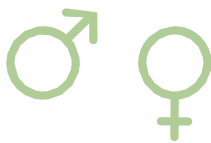
Honda está realizando, más intensamente desde el 2021, entrenamientos sobre la temática para el liderazgo de la empresa, entre ellos los cursos:

- 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 (RR.HH.) y gerencia general de ESG;
- Capacitación de los equipos de RR.HH. y Relaciones Laborales en Diversidad e Inclusión.

En el 2022, fue realizado un momento para la concientización y esclarecimiento de dudas sobre Diversidad e Inclusión en el entrenamiento de nuevos gestores de la empresa.

Además de esto, el año pasado Honda inició el desdoblamiento del Entrenamiento de Diversidad e Inclusión y Sesgos Inconscientes para todos los niveles de liderazgo (gerencia general, gerencia, supervisión y jefatura) de toda organización. De acuerdo con el plan del área de Recursos Humanos, 100% del liderazgo estará entrenado sobre el tema en el 2023.

## DIVERSIDAD E INCLUSIÓN



| CATEGORÍA FUNCIONAL           | 2021    |         | 2022    |         |
|-------------------------------|---------|---------|---------|---------|
|                               | HOMBRES | MUJERES | HOMBRES | MUJERES |
| Directores                    | 18      | 0       | 18      | 0       |
| Gerentes y Gerentes Generales | 164     | 13      | 176     | 14      |
| Supervisores                  | 329     | 49      | 330     | 61      |
| Empleados – Administrativo    | 1872    | 661     | 1996    | 716     |
| Empleados – Fábrica           | 7392    | 698     | 7427    | 733     |

\* Shortlist: selección en etapas, considerando la lista de candidatos considerados para entrevistas

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

PRESENTACIÓN

MENSAJE DE LA ADMINISTRACIÓN

HONDA FILOSOFÍA

SOBRE EL INFORME

VISIÓN GENERAL

CORPORATE GOVERNANCE

INFORME DE DESEMPEÑO

SUMARIO DE CONTENIDO GRI



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 oídas por los corredores de la empresa. Cuando el tema 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, sino también realiza inversiones constantes en acciones dirigidas para aumentar la seguridad y promover la salud del trabajador.

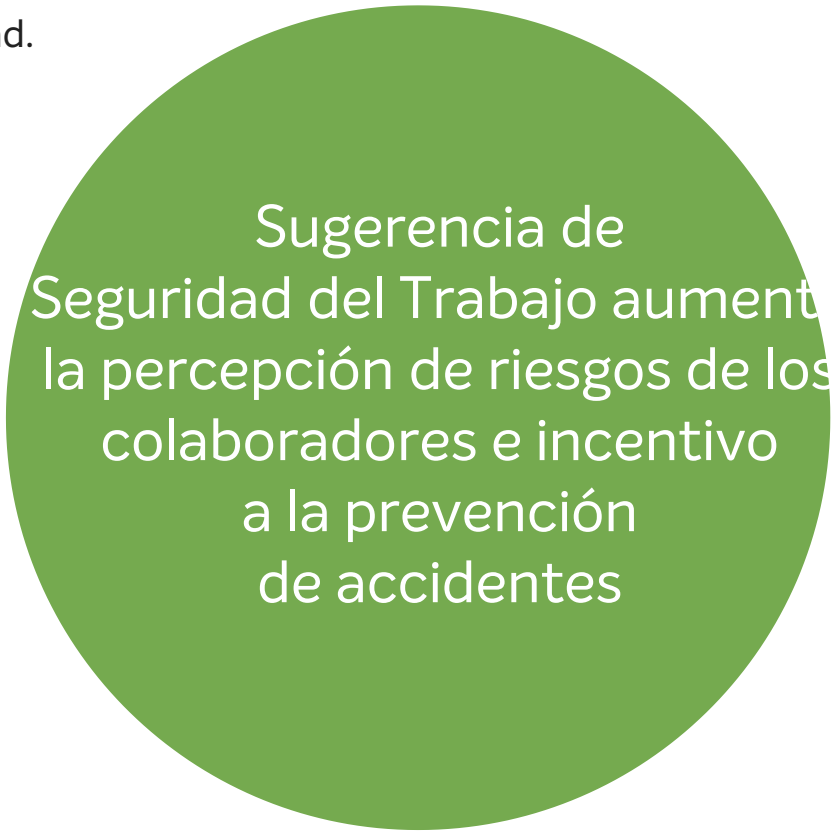
La gestión del área de Salud y Seguridad apoya el plan estratégico de la compañía.

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 este proceso, apoyando iniciativas y proporcionando recursos para la idealización y realización de programas preventivos.

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.

Honda está siempre en busca de nuevas herramientas y tecnologías para transmitir información de seguridad a todas las generaciones. Un ejemplo de este compromiso es la “píldora diaria de seguridad” en la cual, al inicio de la jornada de trabajo y antes de iniciar la producción, los colaboradores reciben instrucciones relacionadas a la seguridad de su actividad.



En los últimos años la tasa de frecuencia y gravedad de los accidentes ha disminuido significativamente, fruto de su política de mejoría continua y de la aplicación de diversas metodologías y herramientas, entre ellas:

- **Safety Dojo por departamento (Manaus):** A fin de desarrollar la consciencia de seguridad de los colaboradores, fueron instalados ocho Dojos de seguridad 1 anexados a las áreas productivas de la unidad de Manaus (AM). Los Dojos suministran información y simulaciones de los riesgos presentes en cada ambiente de trabajo y sus medidas de seguridad;
- **SST - Sugerencia de Seguridad del Trabajo (HAB):** Herramienta bottom-up<sup>2</sup> creada con el objetivo de aumentar la percepción de riesgos de los colaboradores e incentivar la búsqueda de mejorías para la prevención de accidentes dentro del ambiente fabril de Honda Automóviles de Brasil;
- **Reuniones de Mitigación de Accidentes (HAB):** Reuniones realizadas por medio de ‘genba’, expresión en japonés que significa ir hasta el local y verificar la situación in loco”, donde cada equipo presenta para la dirección de producción y para el equipo de la Seguridad del Trabajo los datos estadísticos del sector, las acciones de prevención de accidentes adoptadas en el mes, reflexión de las ocurrencias en otras unidades de Honda, además de datos de utilización de las herramientas de seguridad y el planeamiento futuro para la mitigación de los accidentes.

1 Dojó de Seguridad: término, en japonés, que indica un local donde los practicantes de artes marciales realizan sus entrenamientos para mejorar su desempeño.

2 Orientación ascendente de un flujo de información.



# Actualización en las acciones para el enfrentamiento de la pandemia de covid-19

Como parte de su política de seguridad, desde marzo del 2020 Honda adoptó una serie de medidas para el enfrentamiento de la pandemia de covid-19, conforme fue reportado en los últimos informes de sostenibilidad de la empresa con mayor detalle.

En el 2022, la empresa mantuvo el cuidado permanente con la salud y seguridad de sus colaboradores y terceros y, teniendo en cuenta el avance de la inmunización en masa en Brasil y la disminución de casos graves de la enfermedad, dio inicio a la revisión y flexibilización de algunas medidas en el 2022, tales como:

- Uso facultativo de mascarillas de protección;
- Suspensión de la plataforma HCheck, en la cual colaboradores y visitantes respondían a un cuestionario para automonitoreo de salud;
- E implementación del sistema “Work from Home”, garantizando el mantenimiento del régimen home office, integral o parcial, para los colaboradores administrativos y cuyas actividades permite trabajo remoto.



## 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 este sentido, Honda 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.

**87.6% de tasa de favorabilidad fue alcanzada en la encuesta de clima 2022**

## 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 2022 permanece en nivel elevado, con un aumento en relación con el indicador alcanzado en el 2021, con 87,6% de tasa de favorabilidad, que apunta la media general de las respuestas de colaboradores satisfechos. Hubo 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

• GRI 404-1 •

En el 2022, con la reanudación de los entrenamientos presenciales en las áreas administrativas y operativas después de los últimos años de pandemia, Honda estableció nuevas estrategias de desarrollo con enfoque en elevar la motivación, autoconocimiento, fortalecimiento de la Filosofía Honda, desarrollo de competencias técnicas, soft skills y nuevos conceptos de gestión de personas.

Diversidad e Inclusión también formaron parte de la estrategia. La formación del liderazgo ocupó un importante papel el año pasado, y la relación con las personas fue un tema central para garantizar información y subsidio a los líderes sobre el asunto.



ENTRENAMIENTO

| GÉNERO                                                                                                              | 2021    |         | 2022    |         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|
|                                                                                                                     | HOMBRES | MUJERES | HOMBRES | MUJERES |
| Número medio de horas de entrenamiento realizado por los empleados de la organización durante el período de informe | 5.9     | 10.3    | 9.8     | 14.4    |
| CATEGORÍA FUNCIONAL                                                                                                 |         |         |         |         |
| Directores                                                                                                          | 3.2     | 0       | 19.0    | 0       |
| Gerentes y Gerentes Generales                                                                                       | 8.3     | 16.3    | 18.8    | 19.6    |
| Empleados – Administrativo                                                                                          | 12.0    | 15.4    | 13.5    | 16.5    |
| Empleados – Fábrica                                                                                                 | 4.0     | 4.2     | 8.5     | 12.4    |

La oferta de entrenamientos y rutas de aprendizaje en la modalidad online, ofrecidos en la plataforma Honda Academy, se mantuvo en el 2022 con papel importante para el desarrollo y preservación del conocimiento organizacional, incluso sobre temas técnicos, en las áreas de especialidad de la fábrica.

**Honda sigue actuando para ampliar y fortalecer la oferta de cursos a 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.

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, un programa 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°.

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 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 mejoría relevante.

Durante todo el desarrollo, los pasantes son supervisados por los gestores del área y por el departamento de Recursos Humanos.

En diciembre del 2022, Honda lanzó su Programa de Pasantía 2023. **Fueron ofrecidas 26 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).**

|                              |
|------------------------------|
| PRESENTACIÓN                 |
| MENSAJE DE LA ADMINISTRACIÓN |
| HONDA FILOSOFÍA              |
| SOBRE EL INFORME             |
| VISIÓN GENERAL               |
| CORPORATE GOVERNANCE         |
| SUMARIO DE CONTENIDO GRI     |





## 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 la 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 actantes, además de una programación específica de entrenamientos y mentoría con gestores.

Honda abrió el proceso selectivo de su programa de Trainee en enero del 2023, ofreciendo 17 plazas para las unidades de la empresa en San Pablo (SP), São Caetano do Sul (SP), Sumaré (SP) y Manaus (AM), para actuación en las áreas de Tecnología de la Información, Contraloría (Fiscal & Tributario), Gestión de la Innovación, Crédito, Comercial, Riesgos, Seguros, Gestión de Clientes y Centro de Entrenamiento.



## 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 la edición 2022, tuvimos la participación de 9.210 colaboradores en América del Sur, formando 1.535 equipos.





# 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. Desde que fue fundada, Honda busca contribuir para la sociedad y para sus clientes, creando productos y tecnologías de calidad, coexistiendo armoniosamente y promoviendo actividades filantrópicas con el objetivo de fortalecer los lazos con las comunidades en el entorno de sus operaciones.

Actualmente, diversas actividades sociales son realizadas en las tres regiones de las operaciones mundiales, con el objetivo de compartir la alegría con personas de todo el mundo y convertirse en 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 eso, estas actividades están alineadas con los contenidos y objetivos de las discusiones internacionales, como los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible).

Honda establece principios fundamentales y direcciones globales que representan su enfoque con relación a las actividades sociales. De este modo de ser, pensar y actuar de la empresa, fue creado el lema Together for Tomorrow (Juntos por el Mañana, en portugués). Adoptado mundialmente por la empresa, es por medio de este que Honda demuestra la importancia de las relaciones que mantiene con toda la sociedad. Su construcción estuvo basada en cuatro pilares – protección al medio ambiente, educación para las futuras generaciones, satisfacción de las necesidades de las comunidades locales y promoción de un tránsito más seguro – que ayudan a la compañía a direccionar las acciones en favor del desarrollo social, económico y ambiental con enfoque en auxiliar en la construcción de un mundo mejor y más justo para las generaciones futuras.

Buscando mejorar el direccionamiento y enfoque de actuación de los proyectos y acciones sociales en la región, Honda South América cuenta con una Política de Acciones Sociales y Patrocinios que busca promover las directrices de la Política Global dentro de la realidad de la regional.

Durante el período del 1 de enero de 2022 al 31 de diciembre de 2022 fueron realizados 54 acciones y proyectos sociales, lo que representó una inversión de cerca de 392 mil dólares. De este valor, 17% (cerca de U\$ 66.000,00) fueron inversiones vía Ley de Incentivo – Ley Rouanet.

Además de la reanudación de las acciones sociales presenciales, las acciones online no solo continuaron sino aumentaron en grandes proporciones alcanzando, de este modo, públicos cada vez mayores. Estas acciones alcanzaron los millones de visualizaciones, tuvieron diversas publicaciones compartidas y una gran participación online del público.



# Diversas actividades sociales son realizadas en las seis regiones de las operaciones mundiales

PRESENTACIÓN

MENSAJE DE LA ADMINISTRACIÓN

HONDA FILOSOFÍA

SOBRE EL INFORME

VISIÓN GENERAL

CORPORATE GOVERNANCE

INFORME DE DESEMPEÑO

SUMARIO DE CONTENIDO GRI





Brasil

## 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 jóvenes 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 mantenimiento de automóviles y motocicletas, con temas que involucran metrología, eléctrica, revisiones, inspección periódica y otros.

Además, en la carga horaria, buscando ampliar el campo de conocimiento para estos jóvenes y aumentar sus oportunidades para el mercado de trabajo, están contemplados también 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, el proyecto ya formó a más de 290 participantes, que hoy actúan en el mercado de trabajo, en diferentes funciones, algunos de ellos iniciando la carrera profesional en la red de concesionarias Honda.

En el 2022, después de dos años de suspensión en función de la pandemia de covid-19 en el país, el Curso de Formación de Profesionales tuvo sus actividades reanudadas, siguiendo todos los protocolos de salud y seguridad, y contó con un grupo de 19 estudiantes.

Para ampliar esta actuación, Honda firmó, en abril del 2023, un Término de Cooperación con la Alcaldía de Sumaré para ofrecer la capacitación de formación de profesionales para jóvenes de la ciudad. La nueva unidad del curso está inspirada en la experiencia positiva y en los aprendizajes adquiridos en años con el curso de Recife y seguirá sus mismos moldes de éxito. El nuevo grupo del curso será aplicado en el Centro de Entrenamiento Honda, localizado en la unidad administrativa de la empresa, en Sumaré (SP).

El Curso de Formación de Profesionales cuenta con el comprometimiento y dedicación de profesionales de Honda, de las más diversas áreas de actuación, que agregan conocimiento al proyecto por medio de sus experiencias y vivencias profesionales, de forma voluntaria.

## Sembrando Sueños - Recogida de Aceite de Cocina - Honda Automóviles de Brasil (HAB)

El proyecto “Sembrando Sueños” es una acción socioambiental implementada por Honda Automóviles de Brasil (HAB) desde el 2019, en la ciudad de Itirapina/SP. El proyecto tiene como objetivo promover la integración entre Honda, sus colaboradores y la comunidad local, proporcionando la concientización sobre la sostenibilidad del medio ambiente. El flujo de recogida de aceite consiste en la acción voluntaria de los colaboradores de Honda, que traen el aceite usado de sus casas hasta los puntos de recogida identificados en la empresa, donde todo el aceite recolectado es posteriormente retirado por una institución especializada y filtrado para venta. Con la venta del aceite, la institución puede transformar el beneficio de la venta del aceite usado en renta para beneficiar a los 110 niños y 23 ancianos de la institución. En el 2022, el servicio social realizó una ampliación del proyecto que contó con el apoyo de las escuelas de la ciudad para aumentar el volumen de aceite recaudado. Honda donó colectores para que las escuelas

almacenasen el aceite donado recibido y realizó conferencias educativas por medio de teatros, para esclarecer la importancia de la acción y los impactos negativos del descarte incorrecto de este residuo en el medio ambiente.

En esa ocasión, fue creado un concurso interno entre las escuelas participantes, generando el comprometimiento y participación efectiva de 1.882 alumnos, por medio del cual dos grupos de la escuela vencedora en la recogida de aceite tuvieron la oportunidad de visitar el área de producción y el área de tratamiento de efluentes de la fábrica de automóviles de Honda en la ciudad de Itirapina/SP.







## Plantando el Futuro – Moto Honda de la Amazonia (HDA)

En el 2021 fue lanzada en la fábrica de Manaus la acción “Plantando el Futuro”, que nació del deseo de Honda de expandir su contribución para la preservación del bosque en pie, para las actuales y futuras generaciones.

Como punto de partida, fue realizada la siembra de 1.000 plantas de especies nativas, como azaí, cupuazu, lapacho rosado, entre otras, en las instalaciones de la empresa, y distribución a los colaboradores para incentivar la práctica de la reforestación.

En el 2022, el proyecto contó con la colaboración del Instituto Soka por medio de la donación de diversas especies de plantas para la acción. Plantando el Futuro generó un gran comprometimiento colectivo y actualmente cuenta con más de 2.000 plantas sembradas.

Un logotipo fue desarrollado para la iniciativa, utilizando la unión de una mano y un árbol. Los elementos representan la intervención humana en la naturaleza de manera positiva.

## Soy Voluntario Honda – Moto Honda de la Amazonia (HDA)

Honda cree que acciones de unión y solidaridad traen satisfacción y esparcen alegría. Por eso, en el 2021 fue creado el grupo “Soy Voluntario Honda”, que cuenta con la participación de más de 500 colaboradores de la fábrica de Manaus. Los voluntarios contribuyen con la donación de alimentos, montaje y entrega de cestas básicas.

En el 2022, el programa mostró que vino para quedarse y, nuevamente, los voluntarios recaudaron toneladas de alimentos, además de las donaciones complementarias de la empresa. Cerca de 100 toneladas de provisiones y más de dos mil juguetes fueron donados en más de 30 comunidades, beneficiando a miles de familias.







**Donación de generadores y motobombas para auxiliar en los trabajos del Cuerpo de Bomberos Militar de Pernambuco – Moto Honda de la Amazonia (HDA)**

En julio del 2022, fuertes lluvias e inundaciones afectaron a la ciudad de Recife, localizada en el estado de Pernambuco, en Brasil. Para auxiliar el importante trabajo del Cuerpo de Bomberos Militar del Estado, Honda donó 10 generadores EZ3000 CXBS, 5 generadores de energía EU22i TSB y 15 motobombas WCH10XR. Las donaciones auxiliaron en la generación de energía para los albergues y en el drenaje de las áreas inundadas.

La entrega de los equipos al representante de la Dirección de Logística del Cuerpo de Bomberos Militar de Pernambuco sucedió en el Centro Educacional de Tránsito (CETH) de Honda, en Recife.

Honda cree que la unión de esfuerzos y recursos es fundamental en situaciones de emergencia y en la protección de la sociedad.

**Semana del Medio Ambiente del Instituto Soka Amazonia – Moto Honda de la Amazonia (HDA)**



Voluntarios de Honda, juntamente con el Instituto Soka de la Amazonia, participaron del evento en el Instituto Nacional de Investigaciones de la Amazonia (INPA) para limpieza de lago, recogida de basura y siembra de semillas. Además del beneficio para el medio ambiente la acción también contribuyó con el sentimiento de pertenencia y orgullo a los colaboradores de Honda.

La iniciativa reforzó el compromiso y la preocupación de Honda en garantizar un planeta mejor La acción sucedió en mayo del 2022, con la participación de 40 voluntarios de la empresa para las generaciones futuras.

El Instituto Soka contribuye para la preservación de la biodiversidad por medio de la regeneración de áreas devastadas y apoya investigaciones científicas para aumentar la productividad de plantaciones con técnicas menos agresivas a la naturaleza y proyectos para mejorar la calidad de vida de la población, principalmente de las comunidades ribereñas.





Argentina

Pioneros en Movimiento, Unidos por la Sostenibilidad Vial – Honda Motor de Argentina (HAR)

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

Tuvo inicio en el 2013 con el objetivo de sensibilizar a profesores, padres y alumnos de 6 a 12 años de escuelas públicas y particulares de enseñanza primaria.

Los cuatro pilares de la Política Global de Acción Social de Honda (protección al medio ambiente, educación para las futuras generaciones, satisfacción de las necesidades de las comunidades locales y promoción de un tránsito más seguro) son abordados por medio de la presentación de contenidos representados por cuatro superhéroes (Super Saber, La Chica Vialidad, Super Eco and Capitán Solidario).



La acción aumentó su alcance desde el lanzamiento de su sitio web, donde juegos educativos, papeles de pared y otros materiales están disponibles para download y para aumentar la concientización sobre los cuatro pilares.

Para los alumnos que no poseen conexión con Internet, el proyecto también cuenta con una historieta con contenido educativo, que ofrece igual oportunidad de acceso a la información y aprendizaje por medio del juego. Al final del año, es realizado un concurso para escoger la “Escuela más Pionera”.

Utilizando recursos educativos como juegos, obras teatrales, circuitos de tránsito, recogida selectiva y reciclado de residuos, de agosto a diciembre del 2022, la acción benefició a 42.129 personas, tanto en las actividades presenciales como online.



# Acciones sociales son desarrolladas por Honda en todas sus unidades de América del Sur



## Jornada de Empleabilidad de Honda Motor Argentina (HAR)

Con el objetivo de unir esfuerzos para promover la cultura de la sostenibilidad, Honda Motor de Argentina (HAR) juntamente con el Grupo de Responsabilidad Social Corporativa AcercaRSE, formado por 18 empresas de diferentes sectores, realizaron en octubre del 2022 la acción denominada “Jornada de Empleabilidad”.

Fueron beneficiados 420 jóvenes de nueve escuelas secundarias y técnicas (públicas y privadas) de las ciudades de Campana, Zárate, Lima y Exaltación de la Cruz, todas localizadas en Argentina. La acción social tiene como objetivo compartir herramientas, experiencias y orientar a los jóvenes sobre temas como: redacción de currículos, realización de entrevistas de empleo, marketing personal, entre otros.

Al final, la jornada contó con una conferencia del actor Gatón Pauls, que habló sobre prevención e impactos del uso de drogas. El evento también contó con la presentación de la Orquesta de los Barrios de Buenos Aires, formada por jóvenes en situación de vulnerabilidad.



## Por un futuro mejor – Honda Motor de Argentina (HAR)

Honda Motor de Argentina (HAR) tiene un fuerte compromiso de colaboración y atención a la comunidad, siempre buscando auxiliar en emergencias derivados de desastres naturales que el país pueda enfrentar.

En abril del 2022, para estrechar la relación con la sociedad y ayudar a las provincias que enfrentaban dificultades después de desastres naturales, Honda Motor de Argentina (HAR) donó 3 generadores, 1 motobomba, artículos escolares, artículos de higiene y juguetes para Taji Poty Santo Reserva Urbana Municipal de Tomé y tres áreas rurales cercanas, Gómez Cué, Los Bretes y Galarza, con una población en situación de fuerte vulnerabilidad social. Las donaciones ayudaron en la generación de energía para los abrigos y en el drenaje de áreas inundadas.

La acción benefició directamente a 700 personas y contó con la participación de 5 voluntarios y proveedores. La entrega de los bienes donados contó con la presencia de las autoridades municipales de Santo Tomé, representantes de Honda y concesionarias.





Perú

## Vertical Bike by Honda del Perú (HDP)



Según el Instituto Peruano de Investigaciones de la Amazonia (IIAP), Perú comprende casi 800.000 kilómetros cuadrados de Bosque Amazónico, colocándolo como el segundo mayor territorio de Bosque Amazónico después de Brasil, y cada año más de 1 millón de árboles son cortados indiscriminadamente en la Amazonia peruana como resultado de la cosecha del aguaje.

El aguaje es una fruta conocida por tener alta concentración de vitamina A y crece en palmeras que generalmente llegan a 35 metros de altura, dificultando su cosecha. Por eso, actualmente, la forma más rápida de llegar al fruto es derribando los árboles.

Ante eso, la empresa Ogilvy Perú proyectó la "Vertical Bike", una solución creativa que facilita la recogida de la fruta y evita el corte de árboles, contribuyendo significativamente para proteger el ecosistema amazónico y su biodiversidad. El equipo permite subir 35 metros de altura en 30 segundos, es fácil de ser transportado y tiene

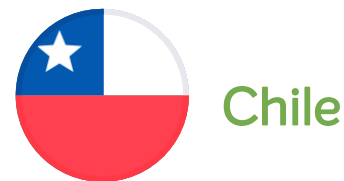
capacidad para soportar hasta 90 kilos. Además de preservar el medio ambiente, ayuda a aumentar la eficiencia del trabajo de los agricultores. Honda del Perú (HDP) contribuyó para esta acción ofreciendo los motores para los prototipos.

## Curso profesional de pilotaje de motocicletas – Honda del Perú (HDP)



En los meses de abril, mayo, octubre, noviembre y diciembre del 2022, Honda del Perú (HDP) desarrolló el "Curso profesional pilotaje de motocicletas". Con la duración de 8 horas, ocurrió de dos a tres veces por mes, beneficiando directamente a 418.

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



Chile

## Curso Manejo Seguro Gratis – Honda Motor de Chile (HMDC)

Comprometida con la seguridad en el tránsito, Honda Motor de Chile (HMDC) promovió en la ciudad de Santiago la acción social "Curso Manejo Seguro Gratis", que es realizada por medio de cursos gratuitos de pilotaje seguro de motocicletas en un local con orientación de instructores profesionales. Son enseñados a los participantes conceptos teóricos y prácticos de pilotaje y seguridad en el tránsito.

El curso cuenta con todo el equipo necesario, incluyendo las motocicletas, material informativo y equipos de seguridad. **En el 2022, el curso contó con siete voluntarios Honda para enseñar 1.384 personas.**

La actividad también fue divulgada en las redes sociales por medio de la participación de personalidades del segmento automotriz. La divulgación por Facebook e Instagram tuvo más de 4.550 accesos y 5.791 "likes".



**HONDA**  
The Power of Dreams

PRESENTACIÓN

MENSAJE DE LA  
ADMINISTRACIÓN

HONDA  
FILOSOFÍA

SOBRE EL  
INFORME

VISIÓN  
GENERAL

CORPORATE  
GOVERNANCE

INFORME DE  
DESEMPEÑO

SUMARIO DE  
CONTENIDO GRI



## 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 local 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

### Automóviles

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 colaboración con las empresas SONY y GM.

PRESENTACIÓN

MENSAJE DE LA  
ADMINISTRACIÓN

HONDA  
FILOSOFÍA

SOBRE EL  
INFORME

VISIÓN  
GENERAL

CORPORATE  
GOVERNANCE

INFORME DE  
DESEMPEÑO

SUMARIO DE  
CONTENIDO GRI



## Electrificación en Brasil

En el área de electrificación, Honda Automóviles de Brasil introdujo, en el 2021, su primer modelo híbrido, el Honda Accord. La tecnología híbrida de Honda - e: HEV - trae un sistema único compuesto por dos motores eléctricos (un 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, al inicio del 2023, la empresa realizó el estreno del Honda Civic híbrido en Brasil, que cuenta con la tecnología e: HEV, híbrida de dos motores eléctricos, y que está aún más evolucionada, incluso con nuevo motor de combustión con inyección directa, alineando su line-up en Brasil a las estrategias globales de descarbonización de la compañía.

También programada para llegar a Brasil, está la nueva generación del modelo CR-V que, por primera vez, traerá la motorización híbrida e: HEV.



## 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.



## Motocicletas

Esforzándose para alcanzar la neutralidad de carbono para toda la línea de motocicletas durante la década del 2040, Honda acelerará la electrificación de sus modelos, como el enfoque principal de las estrategias ambientales para el negocio en el segmento de dos ruedas, mientras también continuará avanzando en los motores de combustión interna.

Honda planea presentar diez o más modelos de motocicletas eléctricas globalmente antes del 2025 y tiene como objetivo aumentar las ventas anuales de modelos eléctricos para 1 millón de unidades en los próximos cinco años y 3,5 millones de unidades (equivalente al 15% de las ventas totales) a partir del 2030.

Como la mayor fabricante de motocicletas del mundo, Honda continuará liderando la industria en esta “era de la neutralidad de carbono”, ofreciendo la “alegría de pilotar” con sus motocicletas eléctricas y productos con nuevo valor, aprovechando el alto nivel de compatibilidad de tecnología de software y modelos electrificados.



PRESENTACIÓN

MENSAJE DE LA ADMINISTRACIÓN

HONDA FILOSOFÍA

SOBRE EL INFORME

VISIÓN GENERAL

CORPORATE GOVERNANCE

INFORME DE DESEMPEÑO

SUMARIO DE CONTENIDO GRI



## Otras iniciativas para una sociedad libre de emisiones de carbono:

### Estación de baterías intercambiables “Honda Power Pack Exchanger e:

Honda Motor Co., Ltd. anunció, en el 2022, el inicio de la comercialización en Japón de Honda Power Pack Exchanger e:, una estación de baterías intercambiables, con la primera unidad entregada a Gachaco Inc., un emprendimiento conjunto de servicios de repartición de baterías.

Con eso, Gachaco comenzó a operar el primer modelo de producción en masa de Honda Power Pack Exchanger e: en Japón.

La electrificación de sus productos de movilidad, que es indispensable para alcanzar esta meta, tiene tres desafíos que deben ser abordados: corto alcance, largo tiempo de carga y alto costo de la batería.

Al abordar tales desafíos con las baterías intercambiables y sus servicios de repartición, Honda está esforzándose para contribuir con la aceleración de la electrificación y la expansión del uso de energía renovable.



Honda Power Pack Exchanger e: es una estación de baterías intercambiables que, simultáneamente, carga múltiples unidades de Honda Mobile Power Pack e: (MPP e:) y permite un cambio de baterías simple para los usuarios de motocicletas eléctricas y otros productos móviles equipados con MPP e:.

Los usuarios tendrán acceso al MPP e: totalmente cargados cuando lo necesiten en las estaciones de cambios de baterías en la ciudad, lo que permite un uso eficiente de los productos de movilidad electrificados sin tener que esperar que las baterías sean cargadas.

### 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 de Honda Mobile Power Pack (MPP) y otros dispositivos;
- Mejor usabilidad de la energía renovable, al abordar la cuestión central de este 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.





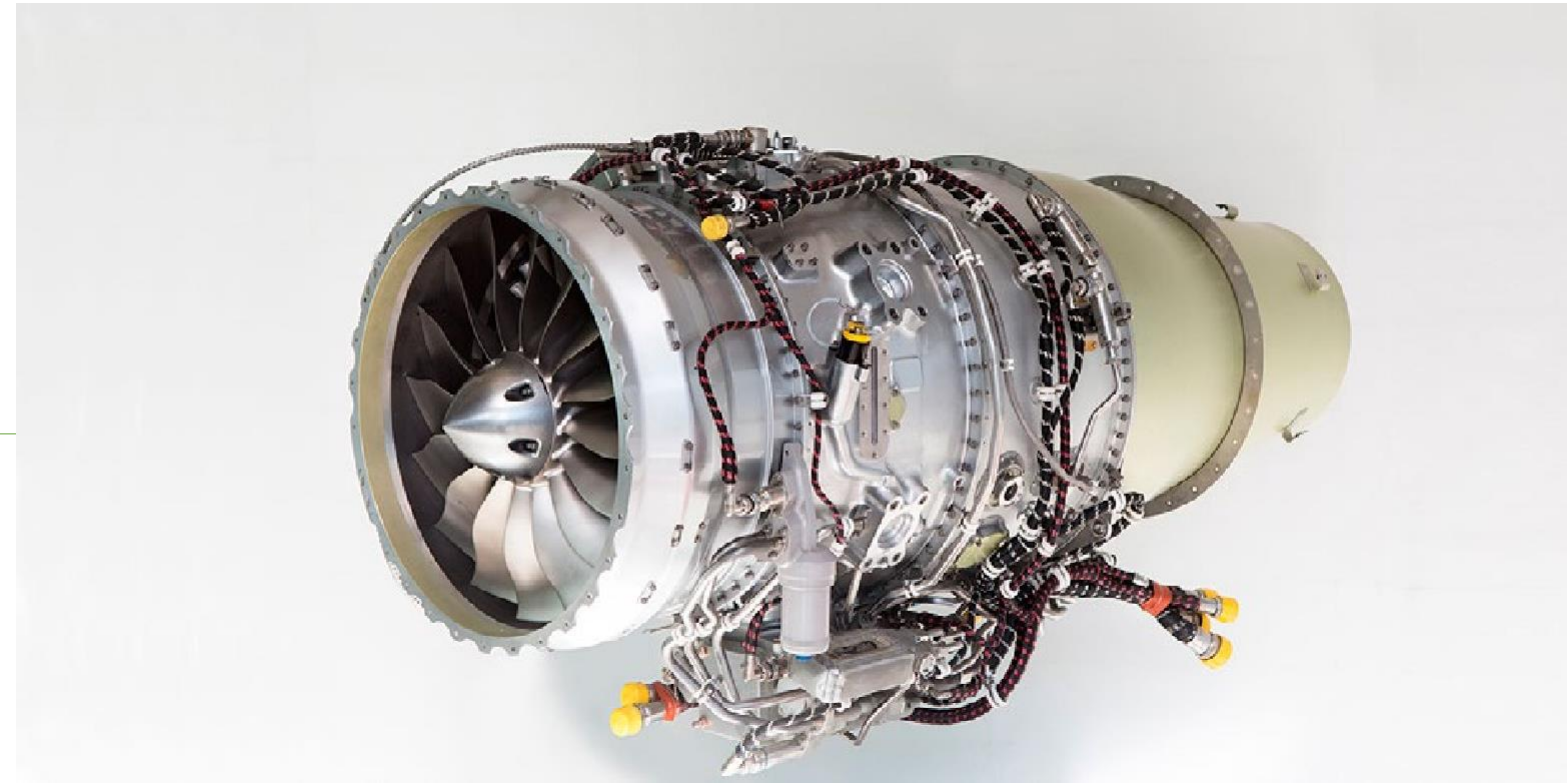
### Emisión de Títulos Verdes en dólares americanos

A fin de acelerar sus iniciativas ambientales, Honda Motor Co. Ltd. anunció, en marzo del 2022, que la empresa emitirá Títulos Verdes en dólares americanos (Unsecured Straight Bonds), totalizando US\$ 2,75 mil millones para sus iniciativas en favor de una sociedad con cero impactos ambientales.

Los recursos obtenidos con la emisión de los títulos serán usados exclusivamente en iniciativas ambientales\*1. Esta será la primera vez que Honda Motor Co., Ltd. emitirá Green Bonds.

Al colocar los recursos de la emisión de los Green Bonds para proyectos verdes elegibles, incluyendo el desarrollo de vehículos de emisión cero, como EVs y FCVs, Honda acelerará aún más sus iniciativas para la realización de una sociedad que tiene como objetivo cero impactos ambientales.

\*1Proyectos que se encuadran en las categorías de Proyectos Verdes elegibles especificadas



### GE Honda Aero Engines (GE Honda) y prueba de combustible sostenible de aviación (SAF)

GE Honda Aero Engines (GE Honda) concluyó con éxito la prueba de su motor HF120 usando 100% de combustible sostenible de aviación (SAF, sigla en inglés para sustainable aviation fuels), un combustible sintético para aviación. Actualmente, el motor HF120 puede operar en mezclas SAF aprobadas de hasta 50%, y esta prueba exitosa demuestra la capacidad del motor de funcionar con 100% SAF.

El objetivo de la prueba fue evaluar el desempeño de la tecnología del motor con 100% SAF en relación con el Jet A/A1. La prueba de suelo fue realizada en un motor HF120 durante varios días en las operaciones de prueba Peebles de GE usando HEFA-SPK\* el SAF más ampliamente disponible, producido a partir de aceite de cocina usado a base de plantas, grasas residuales y grasas. Los resultados de las pruebas son muy favorables, con desempeño del motor equivalente al combustible Jet A durante el funcionamiento del SAF.

\* Hydroprocessed Esters and Fatty Acids Synthetic Paraffinic Kerosene



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 diciembre del 2022, Honda Motor Co. presentó tecnologías de última generación de Honda SENSING 360, sistema omnidireccional de seguridad y asistencia al conductor; y de Honda SENSING Elite, una variación flagship de Honda SENSING.

Con base en su slogan de seguridad global “Seguridad para todos”, Honda busca una sociedad libre de colisiones para todos que comparten las calles, por medio de investigación y desarrollo de tecnologías de seguridad de la perspectiva de hardware y software.



Entre las novedades de Honda SENSING 360, están nuevas funciones para reducir la sobrecarga del chofer, detectando condiciones anormales del conductor y alrededor del vehículo para evitar colisiones. Estas nuevas funciones serán adicionadas al actual Honda SENSING 360 y serán aplicadas secuencialmente en nivel mundial a partir del 2024.

Como parte de las tecnologías de última generación de Honda SENSING Elite, Honda también anunció funciones recién desarrolladas con base en el reconocimiento mejorado y tecnologías de comprensión por medio de las tecnologías IA originales de la empresa. Estas nuevas funciones le permitirán al chofer un viaje seguro y cómodo, desde casa hasta su destino, con total tranquilidad en cualquier senda, incluyendo vías no expresas.

Con respecto a los planes futuros, Honda pretende equipar mundialmente todos sus nuevos modelos de automóviles con el sistema Honda SENSING (incluyendo las variaciones 360 y Elite), con la función de detección de motocicletas antes del 2030. Además de esto, Honda pretende equipar todos sus nuevos modelos en los principales mercados con el sistema Honda SENSING 360 antes del 2030, sin dejar de mejorar las funciones Honda SENSING. Por medio de estas iniciativas, Honda busca reducir por la mitad, antes del 2030, las colisiones fatales en el tránsito involucrando motocicletas y automóviles de la marca.



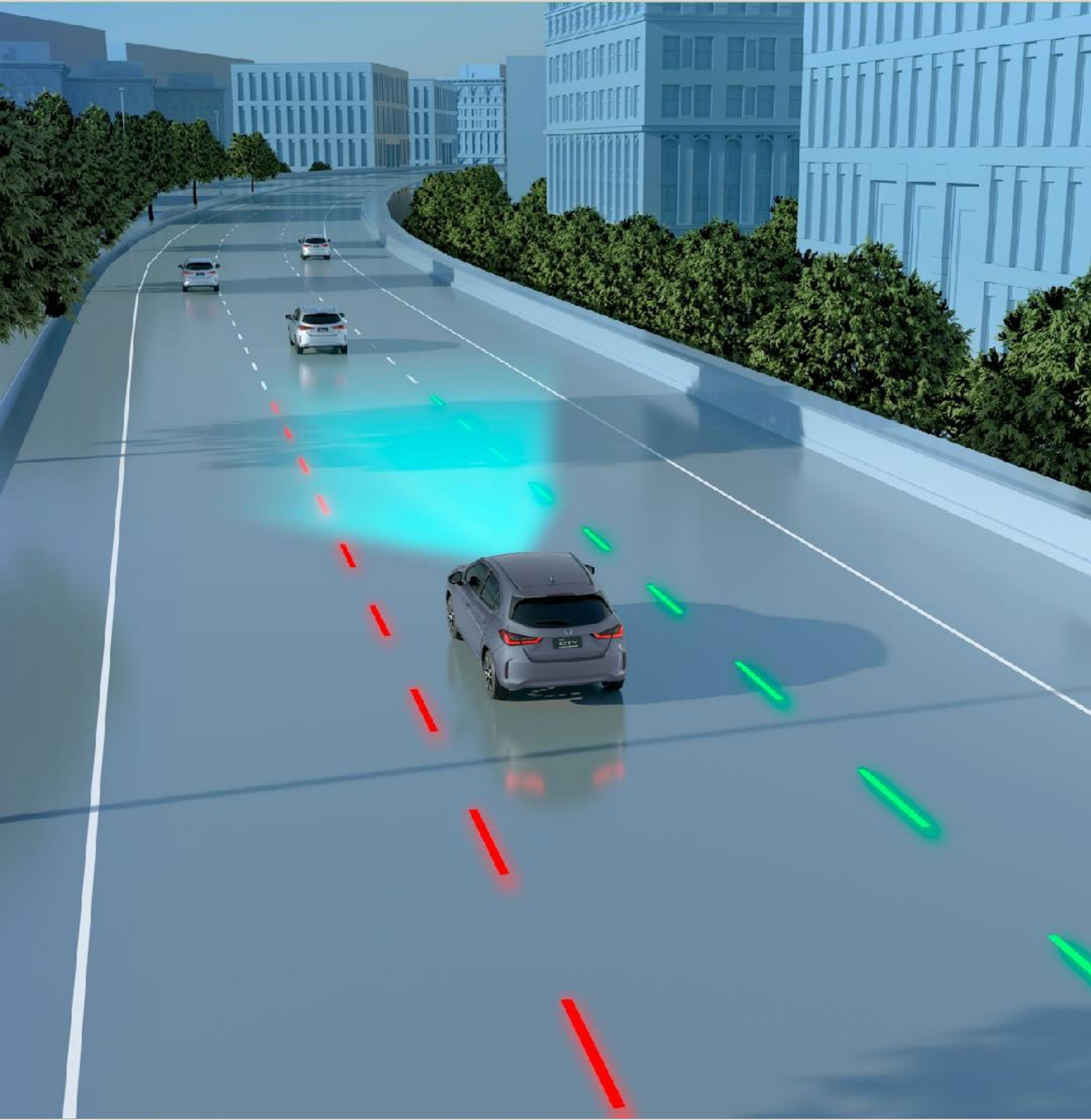
En el 2021, Honda presentó el sedán de lujo Legend equipado con una de las tecnologías más diferenciadas de la empresa, que es la función “Traffic Jam Pilot”, calificada para la conducción autónoma de Nivel 3 (conducción autónoma condicionada en un área limitada), para la cual Honda recibió designación de tipo del Ministerio Japonés de Tierras, Infraestructura, Transporte y Turismo (MLIT). La tecnología Traffic Jam Pilot permite que el sistema de conducción autónoma 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.



Aplicación de las tecnologías de seguridad en Brasil

Conforme fue explicado con más detalles en el capítulo Seguridad de este informe (página 56), 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; en los modelos New City y New City Hat- chback, primeros modelos fabricados en Brasil a embarcar la tecnología de seguridad y asistencia al conductor; y también en los más recientes lanzamientos New HR-V y Civic Híbrido.

Honda  
SENSING





PRESENTACIÓN

MENSAJE DE LA  
ADMINISTRACIÓN

HONDA  
FILOSOFÍA

SOBRE EL  
INFORME

VISIÓN  
GENERAL

CORPORATE  
GOVERNANCE

INFORME DE  
DESEMPEÑO

SUMARIO DE  
CONTENIDO GRI

# SUMARIO DE CONTENIDO GRI



# Sumario de Contenido GRI Standards

• GRI 102-55 •

| STANDARD GRI                             | DISCLOSURE                                                                       | PÁGINA Y/O URL                                                  | OMISIÓN |
|------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|---------|
| GRI 101: 2016 FUNDAMENTALS               |                                                                                  |                                                                 |         |
| GR1102:<br>Disclosures<br>generales 2016 | General Disclosures                                                              |                                                                 |         |
|                                          | 102-1 – Nombre de la organización                                                | página 3                                                        |         |
|                                          | 102-2 – Actividades, marcas, productos y servicios                               | páginas 16 a 18                                                 |         |
|                                          | 102-3 – Localización de la sede                                                  | página 16                                                       |         |
|                                          | 102-4 – Localización de las operaciones                                          | página 16 y 17                                                  |         |
|                                          | 102-5 – Propiedad y forma jurídica                                               | Sociedad limitada                                               |         |
|                                          | 102-6 – Mercados atendidos                                                       | página 16 y 17                                                  |         |
|                                          | 102-7 – Porte de la organización                                                 | página 16 y 17                                                  |         |
|                                          | 102-8 – Información sobre empleados y otros trabajadores                         | páginas 72 a 79                                                 |         |
|                                          | 102-9 – Cadena de proveedores                                                    | página 67                                                       |         |
|                                          | 102-10 – Cambios significativos en la organización y en la cadena de proveedores | página 67                                                       |         |
|                                          | 102-11 – Enfoque o principio de la precaución                                    | página 35                                                       |         |
| 102-12 – Iniciativas externas            |                                                                                  | Honda South America no es signataria de compromisos voluntarios |         |

PRESENTACIÓN

MENSAJE DE LA  
ADMINISTRACIÓN

HONDA  
FILOSOFÍA

SOBRE EL  
INFORME

VISIÓN  
GENERAL

CORPORATE  
GOVERNANCE

INFORME DE  
DESEMPEÑO



GRI 101: 2016 FUNDAMENTALS

General Disclosures

GR1102:  
Disclosures  
generales 2016

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, Viales 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 Amazonia | Cámara de Comercio e Industria Nipón-Brasileña de 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 | IQA -> Instituto de la Calidad Automotriz | ABIMAQ - Asociación Brasileña de la Industria de Máquinas y Equipos | SINDIPEÇAS - Sindicato Nacional de la Industria de Componentes para Vehículos Automotores | SINDIENERGIA-RS - Sindicato de la Industria de Energías Renovables de Río Grande do Sul | CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA JAPONESA DE BRASIL

102-14 - Declaración del principal tomador de decisión

página 5

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

páginas 7 a 11

102-17 - Mecanismos de orientación y preocupaciones sobre ética

página 37

102-18 - Estructura de gobierno

página 35

102-40 - Lista de partes interesadas

página 13

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 13

PRESENTACIÓN

MENSAJE DE LA  
ADMINISTRACIÓN

HONDA  
FILOSOFÍA

SOBRE EL  
INFORME

VISIÓN  
GENERAL

CORPORATE  
GOVERNANCE

INFORME DE  
DESEMPEÑO

SUMARIO DE  
CONTENIDO GRI



STANDARD GRI

DISCLOSURE

PÁGINA Y/O URL

OMISIÓN

GRI 101: 2016 FUNDAMENTALS

General Disclosures

GRI 102:  
Disclosures  
generales 2016

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

página 13

102-44 – Principales tópicos y preocupaciones levantados

página 13

102-45 – Entidades incluidas en los estados contables consolidados

página 13

102-46 – Definición del contenido del informe y límite de los tópicos

página 13

102-47 – Lista de tópicos materiales

página 13

102-48 – Reformulaciones de información

página 13

102-49 – Cambios en los informes

página 13

102-50 – Período cubierto por el informe

página 13

102-51 – Fecha del último informe

2022

102-52 – Ciclo de emisión de informes

Anual

102-53 – Punto de contacto para preguntas sobre el informe

Para sugerencias en relación con el contenido del Informe, entre en contacto por los teléfonos:  
Motocicletas y Productos de Fuerza: 0800 055 22 21  
Automóviles: 0800 0171213 Banco Honda: (11) 2172 7080  
Consortio Honda: (11) 2172 7007

102-54 – Declaración de acuerdo con Standards GRI

página 13

102-55 – Sumario de contenido de la GRI

página 94

102-56 – Verificación externa

El Informe de Sostenibilidad no es verificado externamente

PRESENTACIÓN

MENSAJE DE LA  
ADMINISTRACIÓN

HONDA  
FILOSOFÍA

SOBRE EL  
INFORME

VISIÓN  
GENERAL

CORPORATE  
GOVERNANCE

INFORME DE  
DESEMPEÑO

SUMARIO DE  
CONTENIDO GRI



| STANDARD GRI                                                                    | DISCLOSURE                                                                                                                                                  | PÁGINA Y/O URL  | OMISIÓN |
|---------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|---------|
| TÓPICOS MATERIALES                                                              |                                                                                                                                                             |                 |         |
| Calidad de los Productos y Servicios                                            |                                                                                                                                                             |                 |         |
| GR1103:<br>Forma de<br>Gestión                                                  | 103-1 – Explicación del tópico material y sus límites                                                                                                       | Página 13       |         |
|                                                                                 | 103-2 – Forma de gestión y sus componentes                                                                                                                  | Página 62 a 71  |         |
|                                                                                 | 103-3 – Evaluación de la forma de gestión                                                                                                                   | Página 62 a 71  |         |
| GRI 417-3: Casos de no conformidad en relación a comunicación de marketing 2016 | 417-3 – Casos de no conformidad en relación a comunicación de marketing                                                                                     | Página 70       |         |
| Satisfacción de los clientes                                                    |                                                                                                                                                             |                 |         |
| GR1103:<br>Forma de Gestión                                                     | 103-3 – Evaluación de la forma de gestión                                                                                                                   | Página 69       |         |
| Ítem de control propio                                                          | <ul style="list-style-type: none"><li>• Clientes oídos en encuesta de satisfacción</li><li>• Encuestas de imagen de marca y premiaciones públicas</li></ul> | Páginas 69 y 63 |         |
| Movilidad e Innovación                                                          |                                                                                                                                                             |                 |         |
| GRI 103:<br>Forma de Gestión                                                    | 103-1 – Explicación del tópico material y sus límites                                                                                                       | Página 87       |         |
|                                                                                 | 103-2 – Forma de gestión y sus componentes                                                                                                                  | Página 87       |         |
| Ítem de control propio                                                          | <ul style="list-style-type: none"><li>• Nuevos lanzamientos en productos y servicios</li><li>• Reporte de las innovaciones globales de la marca</li></ul>   | Páginas 87 a 92 |         |
| Educación y Seguridad en el Tránsito                                            |                                                                                                                                                             |                 |         |
| GRI 103:<br>Forma de Gestión                                                    | 103-1 – Explicación del tópico material y sus límites                                                                                                       | Página 55 a 61  |         |
|                                                                                 | 103-2 – Forma de gestión y sus componentes                                                                                                                  | Página 55 a 61  |         |

|                              |
|------------------------------|
| PRESENTACIÓN                 |
| MENSAJE DE LA ADMINISTRACIÓN |
| HONDA FILOSOFÍA              |
| SOBRE EL INFORME             |
| VISIÓN GENERAL               |
| CORPORATE GOVERNANCE         |
| INFORME DE DESEMPEÑO         |
| SUMARIO DE CONTENIDO GRI     |



| STANDARD GRI                         | DISCLOSURE                                                                                                                                                                                                                                                                                 | PÁGINA Y/O URL | OMISIÓN |
|--------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|---------|
| TÓPICOS MATERIALES                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                |         |
| Educación y Seguridad en el Tránsito |                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                |         |
| Ítem de control propio               | <ul style="list-style-type: none"><li>• Metas y o compromisos para promoción de la seguridad en el tránsito</li><li>• Nuevas tecnologías en los productos</li><li>• CETH personas impactadas</li><li>• Nuevas iniciativas (convenios)</li><li>• índice de atención recall Takata</li></ul> | Página 55 a 61 |         |
| Emisiones y Ecoeficiencia operativa  |                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                |         |
| – Emisiones                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                |         |
| GRI 103:<br>Forma de<br>Gestión      | 103-1 – Explicación del tópico material y sus límites                                                                                                                                                                                                                                      | Página 42 a 48 |         |
|                                      | 103-2 – Forma de gestión y sus componentes                                                                                                                                                                                                                                                 | Página 42 a 48 |         |
|                                      | 103-3 – Evaluación de la forma de gestión                                                                                                                                                                                                                                                  | Página 42 a 48 |         |
| GRI 305:<br>Emissions 2016           | 305-1 – Emisiones directas de GEI (Alcance 1)                                                                                                                                                                                                                                              | Página 45      |         |
|                                      | 305-2 – Emisiones indirectas de GEI por la compra de energía (Alcance 2)                                                                                                                                                                                                                   | Página 45      |         |
|                                      | 305-4 – Intensidad de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI)                                                                                                                                                                                                                       | Página 46      |         |
|                                      | 305-7 – Emisiones de NOX, SOX y otras emisiones atmosféricas significativas                                                                                                                                                                                                                | Página 46      |         |
| – Ecoeficiencia de las operaciones   |                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                |         |
| GRI 103:<br>Forma de Gestión         | 103-1 – Explicación del tópico material y sus límites                                                                                                                                                                                                                                      | Página 49      |         |
|                                      | 103-2 – Forma de gestión y sus componentes                                                                                                                                                                                                                                                 | Página 49      |         |
|                                      | 103-3 – Evaluación de la forma de gestión                                                                                                                                                                                                                                                  | Página 49      |         |

PRESENTACIÓN

MENSAJE DE LA  
ADMINISTRACIÓN

HONDA  
FILOSOFÍA

SOBRE EL  
INFORME

VISIÓN  
GENERAL

CORPORATE  
GOVERNANCE

INFORME DE  
DESEMPEÑO

SUMARIO DE  
CONTENIDO GRI



| STANDARD GRI                        | DISCLOSURE                                            | PÁGINA Y/O URL  | OMISIÓN |
|-------------------------------------|-------------------------------------------------------|-----------------|---------|
| TÓPICOS MATERIALES                  |                                                       |                 |         |
| Emisiones y Ecoeficiencia operativa |                                                       |                 |         |
| – Energía                           |                                                       |                 |         |
| GRI 302–1: Energía                  | GRI 302–1: Energía                                    | Página 49 y 50  |         |
|                                     | GRI 302–3: Tasa de Intensidad Energética              | Página 49       |         |
|                                     | GRI 302–4: Reducción en el consumo de Energía         | Página 50       |         |
| – Agua                              |                                                       |                 |         |
| GR1103:<br>Forma de Gestión         | 103–1 – Explicación del tópico material y sus límites | Página 50       |         |
|                                     | 103–2 – Forma de gestión y sus componentes            | Páginas 50 y 51 |         |
|                                     | 103–3 – Evaluación de la forma de gestión             | Páginas 50 y 51 |         |
| GRI 303: Agua 2016                  | 303–1 – Consumo de agua por fuente                    | Página 50       |         |
| – Residuos y Reciclado              |                                                       |                 |         |
| GR1103:<br>Forma de Gestión         | 103–1 – Explicación del tópico material y sus límites | página 52 y 53  |         |
|                                     | 103–2 – Forma de gestión y sus componentes            | página 52 y 53  |         |
|                                     | 103–3 – Evaluación de la forma de gestión             | página 52 y 53  |         |
| GRI 306: Effluents and waste 2016   | 306–2 – Residuos por tipo y método de disposición     | página 52       |         |

|                              |
|------------------------------|
| PRESENTACIÓN                 |
| MENSAJE DE LA ADMINISTRACIÓN |
| HONDA FILOSOFÍA              |
| SOBRE EL INFORME             |
| VISIÓN GENERAL               |
| CORPORATE GOVERNANCE         |
| INFORME DE DESEMPEÑO         |
| SUMARIO DE CONTENIDO GRI     |



| STANDARD GRI                                | DISCLOSURE                                                                                                                                  | PÁGINA Y/O URL                                                                                                                                            | OMISIÓN      |
|---------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| TÓPICOS MATERIALES                          |                                                                                                                                             |                                                                                                                                                           |              |
| Gestión de Personas y Diversidad            |                                                                                                                                             |                                                                                                                                                           |              |
| - Relaciones Laborales                      |                                                                                                                                             |                                                                                                                                                           |              |
| GR1103:<br>Forma de Gestión                 | 103-1 - Explicación del tópico material y sus límites                                                                                       | página 72                                                                                                                                                 |              |
|                                             | 103-2 - Forma de gestión y sus componentes                                                                                                  | página 72                                                                                                                                                 |              |
|                                             | 103-3 - Evaluación de la forma de gestión                                                                                                   | página 72                                                                                                                                                 |              |
| 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 |              |
| - Salud y Seguridad Ocupacional             |                                                                                                                                             |                                                                                                                                                           |              |
| GR1103:<br>Forma de Gestión                 | 103-1 - Explicación del tópico material y sus límites                                                                                       | página 76                                                                                                                                                 |              |
|                                             | 103-2 - Forma de gestión y sus componentes                                                                                                  | página 76                                                                                                                                                 |              |
|                                             | 103-3 - Evaluación de la forma de gestión                                                                                                   | página 76                                                                                                                                                 |              |
| 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 | página 76 y 77                                                                                                                                            | no detallado |
| -Entrenamiento y Educación                  |                                                                                                                                             |                                                                                                                                                           |              |
| GR1103:<br>Forma de Gestión                 | 103-1 - Explicación del tópico material y sus límites                                                                                       | página 78 y 79                                                                                                                                            |              |
|                                             | 103-2 - Forma de gestión y sus componentes                                                                                                  | página 78 y 79                                                                                                                                            |              |
|                                             | 103-3 - Evaluación de la forma de gestión                                                                                                   | página 78 y 79                                                                                                                                            |              |
| GRI 404: Entrenamiento y Educación 2016     | 404-1 - Media de horas de entrenamiento por año, por empleado                                                                               | página 78                                                                                                                                                 |              |

|                              |
|------------------------------|
| PRESENTACIÓN                 |
| MENSAJE DE LA ADMINISTRACIÓN |
| HONDA FILOSOFÍA              |
| SOBRE EL INFORME             |
| VISIÓN GENERAL               |
| CORPORATE GOVERNANCE         |
| INFORME DE DESEMPEÑO         |
| SUMARIO DE CONTENIDO GRI     |



| STANDARD GRI                                             | DISCLOSURE                                                                                   | PÁGINA Y/O URL  | OMISIÓN |
|----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|---------|
| TÓPICOS MATERIALES                                       |                                                                                              |                 |         |
| Gestión de Personas y Diversidad                         |                                                                                              |                 |         |
| -Diversidad e Inclusión                                  |                                                                                              |                 |         |
| GR1103:<br>Forma de Gestión                              | 103-1 - Explicación del tópico material y sus límites                                        | página 74       |         |
|                                                          | 103-2 - Forma de gestión y sus componentes                                                   | páginas 74 y 75 |         |
|                                                          | 103-3 - Evaluación de la forma de gestión                                                    | páginas 74 y 75 |         |
| GRI 405-1: Diversidad en órganos de gobierno y empleados | GRI 405-1: Diversidad en órganos de gobierno y empleados                                     | páginas 74 y 75 |         |
| Ética y Gobierno                                         |                                                                                              |                 |         |
| GR1103:<br>Forma de Gestión                              | 103-1 - Explicación del tópico material y sus límites                                        | página 34       |         |
|                                                          | 103-2 - Forma de gestión y sus componentes                                                   | página 34 a 39  |         |
|                                                          | 103-3 - Evaluación de la forma de gestión                                                    | página 34 a 39  |         |
| GRI 102-16, 102-17, 205-2, 419-1                         | 102-16 - Valores, principios, normas y códigos de comportamiento                             | página 34       |         |
|                                                          | 102-17 - Mecanismos para orientaciones y preocupaciones referentes a ética                   | página 37       |         |
|                                                          | 205-2 - Comunicación y capacitación en políticas y procedimientos de combate a la corrupción | página 39       |         |
|                                                          | 419-1 - No conformidad con leyes y reglamentos en el área socioeconómica                     | página 35       |         |

|                              |
|------------------------------|
| PRESENTACIÓN                 |
| MENSAJE DE LA ADMINISTRACIÓN |
| HONDA FILOSOFÍA              |
| SOBRE EL INFORME             |
| VISIÓN GENERAL               |
| CORPORATE GOVERNANCE         |
| INFORME DE DESEMPEÑO         |
| SUMARIO DE CONTENIDO GRI     |



# Créditos e Información Corporativa

**Honda South America Ltda.**  
Estr. Municipal Valencio 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 America

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

**Coordinación editorial**  
Tassia Rodrigues y Aline Cerri

**Coordinación de recogida de disclosures GRI y textos**  
Tassia Rodrigues y Aline Cerri

**Proyecto gráfico, diagramación e infográficos**  
Magenta•Lab

**Fotos**  
Acervo Honda, Freepik y The Noun project, Unsplash, Pexel y Adobe



**HONDA**  
The Power of Dreams