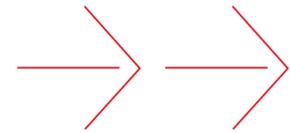
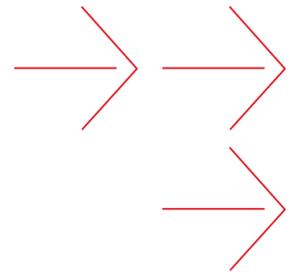


**HONDA**



**INFORME DE  
SOSTENIBILIDAD  
2024**



Los sueños de cada uno de nosotros, trabajando juntos, han sido siempre la fuerza motriz de Honda.

Tenemos diferentes tipos de sueños, pero aplicando nuestras tecnologías, ideas y diseño originales, asumimos continuamente retos para hacer realidad la movilidad que permite a nuestros clientes disfrutar de la vida con más libertad, comodidad y diversión.

La movilidad futura con la que sueña Honda creará una alegría y una libertad de movilidad que permitirá a las personas trascender las limitaciones de tiempo y lugar, y ampliar todas sus posibilidades.

Esta movilidad se convertirá en el "poder" para las personas que intentan avanzar hacia sus propios sueños. Sueños que moverán aún a más personas, hasta que haya una expansión infinita de nuevos sueños.

Creando la movilidad con la que soñamos, Honda se convertirá en "El poder de los sueños" para cada vez más personas.

Así es como haremos avanzar a las personas y a la sociedad.

**HONDA**  
The Power of Dreams

**How we move you.**  
CREATE ► TRANSCEND, AUGMENT



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

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

Así nació el modelo "Curtiss", un vehículo probado y homologado para carreras que, en 1924, ganó el Campeonato Japonés de Automovilismo. Por aquel entonces, Soichiro Honda sólo tenía 18 años.

Regresó a su ciudad natal y trabajó en un taller mecánico hasta que tuvo capital suficiente para abrir su propia fábrica de piezas de automóvil, donde empezó a producir segmentos de pistón.

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

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

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

Inspirada por el poder de los sueños, la empresa se esfuerza, a través de sus productos y servicios, por ofrecer experiencias diferenciadas a sus clientes.

las personas. El compromiso de la marca es llevar alegría y mejorar la vida de las personas a través de la movilidad. Gracias a la convicción y perseverancia de su fundador, Honda es una empresa global que celebrará su 77 aniversario en 2025.

En Sudamérica, donde produce, importa y vende motos, coches, cuatriciclos y motores y maquinaria, la empresa está presente desde hace más de 50 años.

En 2015, el sueño de Soichiro tomó forma y la empresa también empezó a comercializar el avión de negocios HondaJet.

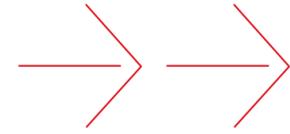
Con unidades de producción en Brasil, Argentina y Perú, además de una unidad de importación en Chile, la marca cuenta con más de 2.000 puntos de venta, lo que garantiza su presencia en las principales ciudades de Sudamérica.

Este informe contiene informaciones y datos sobre las operaciones en América del Sur en 2024. **Con él, Honda mantiene la relación de transparencia que establece con sus stakeholders, además de dar cuenta de las acciones, proyectos y resultados alcanzados por sus subsidiarias en la región.** Es un material

importante sobre la materialización del sueño de Soichiro Honda y el compromiso global de la empresa de ampliar la alegría de la movilidad y el potencial de la vida de las personas a través de sus productos y servicios.

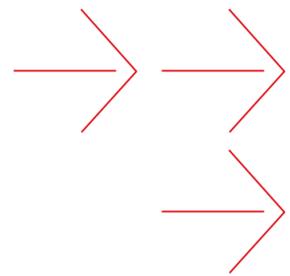


**Un sueño nunca es demasiado grande**  
Soichiro Honda



# 02

## MENSAJE DE LA JUNTA DIRECTIVA





En Honda, estamos comprometidos con la construcción de un futuro más sostenible, seguro y justo para las generaciones venideras. Por eso, me complace presentar una edición más de nuestro Informe de Sostenibilidad, que reúne los avances y las lecciones aprendidas de nuestras operaciones en América del Sur.

Estamos presentes en la región desde hace más de cinco décadas y, a lo largo de ese tiempo, hemos construido una sólida operación empresarial, con fábricas, centros de investigación y desarrollo, una red de distribuidores, proveedores y socios que comparten nuestro propósito: **ofrecer productos y servicios que ayuden a la vida cotidiana y sean capaces de crear valor y mejorar la vida diaria de las personas.**

Sudamérica es una región diversa, con una gran riqueza cultural y potencial de crecimiento. Aquí, la movilidad va más allá del viaje: es un instrumento de transformación. Nuestros productos –ya sean motos, coches o productos de fuerza– están directamente vinculados a la realidad local, a las necesidades y deseos de los sudamericanos.

Somos el mayor fabricante de vehículos de la región, tanto motos como coches. En 2024, logramos resultados históricos en

producción y ventas, reflejo de la confianza de los consumidores y de la dedicación de nuestros miles de empleados repartidos por países como Argentina, Brasil, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador, Venezuela, Paraguay, Perú y Uruguay. Esta fortaleza nos da la responsabilidad de liderar el futuro hacia soluciones cada vez más sostenibles.

Vivimos en un escenario desafiante, con cambios climáticos cada vez más intensos y la creciente demanda de soluciones responsables, lo que nos obliga a actuar de forma cada vez más consciente, transparente y responsable. Esta conciencia se extiende también a la seguridad del tráfico: con el aumento del parque automovilístico, es fundamental reflexionar sobre estrategias centradas en reducir los accidentes y permitir que más personas tengan acceso a una movilidad segura.

Hemos invertido continuamente en nuevas tecnologías, en el uso de energías limpias en nuestras operaciones y en asociaciones que fomentan el desarrollo sostenible para mantener una actitud aún más dinámica y activa.

Para afrontar los cambios del entorno empresarial y crear nuevas tecnologías y valores, nos centraremos en nuestra propia fuerza:

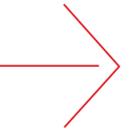
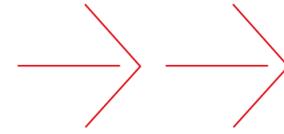
## Centrarse en la satisfacción del cliente y en la misión de hacer que la marca sea aún más deseable para la sociedad

la Filosofía Honda, que comparte el valor del respeto al individuo, es decir, la aceptación de las personas mediante el reconocimiento de las diferencias y la singularidad de cada uno.

Seguiremos moviéndonos, impulsando vidas y conectando caminos en toda América del Sur para hacer de Honda una marca cada vez más admirada por la sociedad. Esa es nuestra misión.

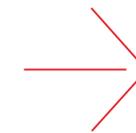
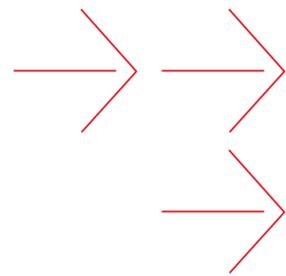
**Gracias por acompañarnos en este viaje.  
¡Feliz lectura!**

Arata Ichinose  
Presidente de Honda South America



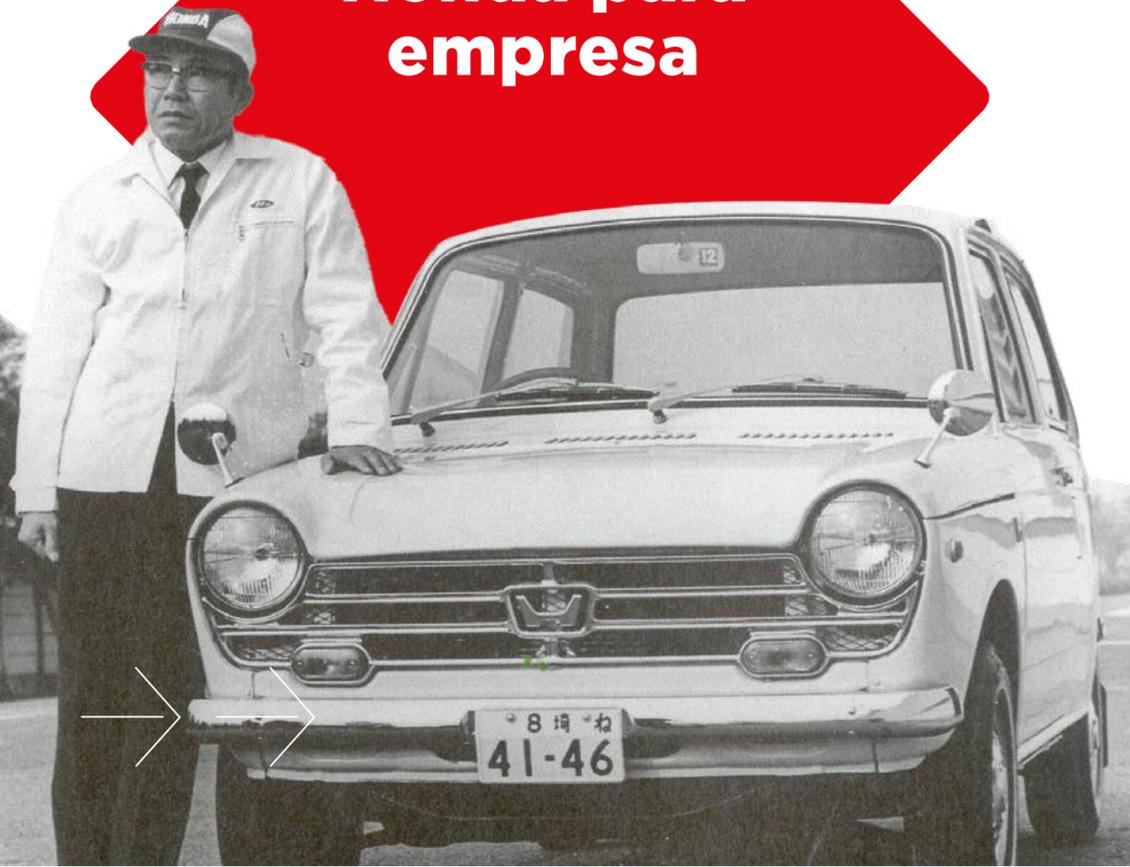
# 03

# FILOSOFÍA HONDA



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

## La filosofía Honda para empresa



### Respeto por el individuo

Un principio que fomenta y promueve el compartir las alegrías, mediante el respeto de las características individuales, una relación de igualdad y confianza, y la máxima aplicación de la iniciativa de cada persona.

#### Las tres alegrías

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



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



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



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

### Política de gestión de Honda

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



#### MANTENER

el sueño y el espíritu joven



#### VALORAR

las teorías, las ideas y el tiempo



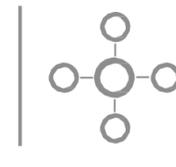
#### SIEMPRE

tener siempre presentes los valores de la investigación y la perseverancia



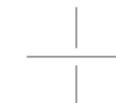
#### AMAR

su trabajo y mejorar la comunicación



#### CREAR

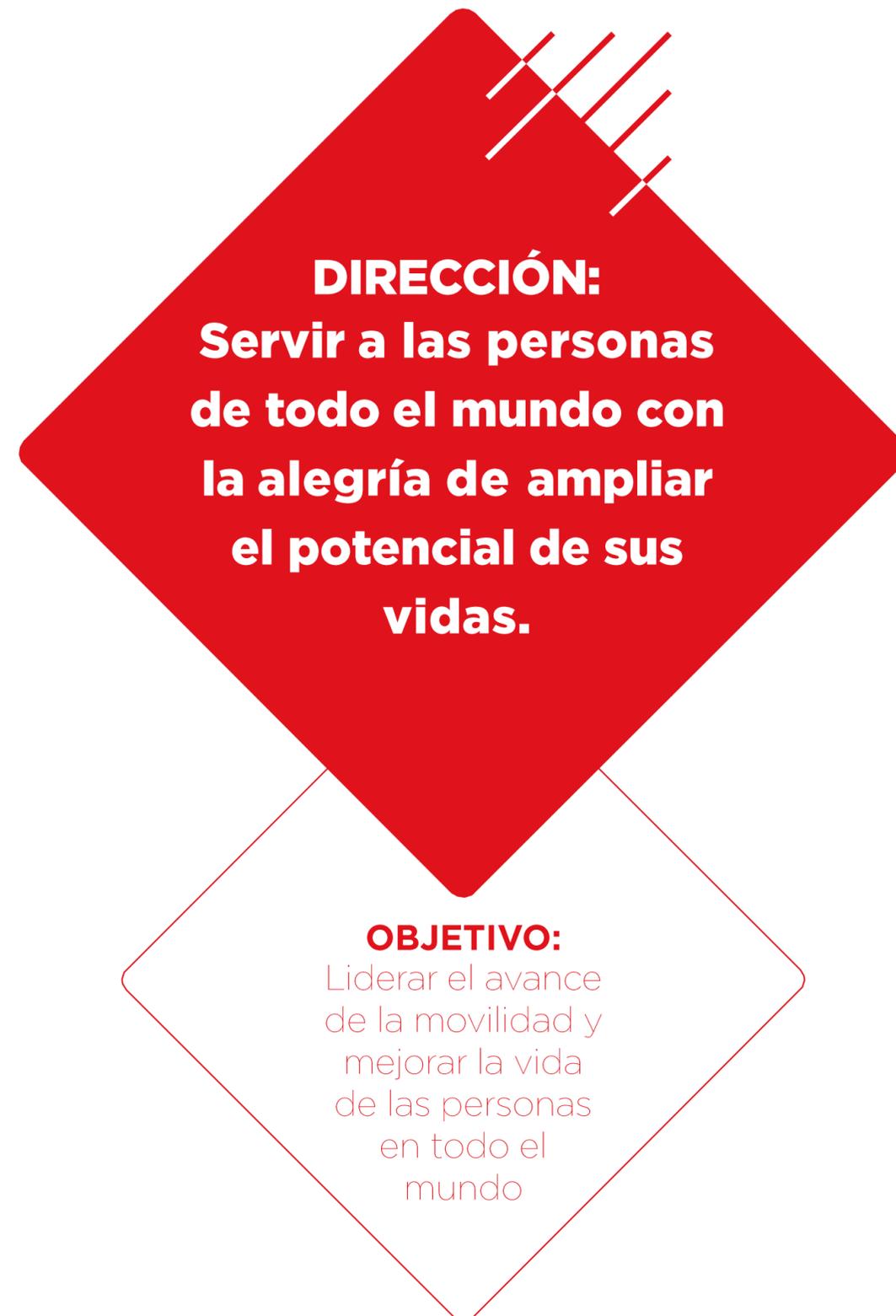
constantemente un flujo de trabajo armonioso en todo momento



# Dirección empresarial y Visión 2030

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

Para apoyar esta dirección empresarial, Honda ha elaborado la Visión 2030, que materializa una imagen idealizada de cómo quiere ser la compañía en 2030, para seguir siendo una empresa deseada por la sociedad en 2050, cuando se cumplan más de 100 años de su fundación.



## Dirección de las iniciativas para hacer realidad la Visión 2030



### Crear valor para la "movilidad" y la "vida cotidiana"

Nos centraremos en tres áreas: movilidad, robótica -con especial atención a la IA- y soluciones energéticas para proporcionar a las personas la alegría y la libertad de la movilidad y la alegría de mejorar sus vidas.



### Adaptarse a las diferentes características de las personas y la sociedad

Nos esforzaremos por ampliar aún más la alegría de las personas ofreciendo productos y servicios optimizados basados en el deseo de Honda de "utilizar la tecnología para ayudar a las personas, poniendo a las personas en el centro".



### Hacia una sociedad limpia y segura

Nos esforzaremos por convertirnos en el número uno en los ámbitos del medio ambiente y la seguridad, por lo que invertiremos más recursos en estas áreas. También nos esforzaremos por ser una empresa que lidere los esfuerzos para hacer realidad una sociedad sin emisiones de carbono ni colisiones.



Representación de Honda SENSING

→ → **Medio ambiente y Seguridad son los compromisos prioritarios de Honda**

## Directrices globales

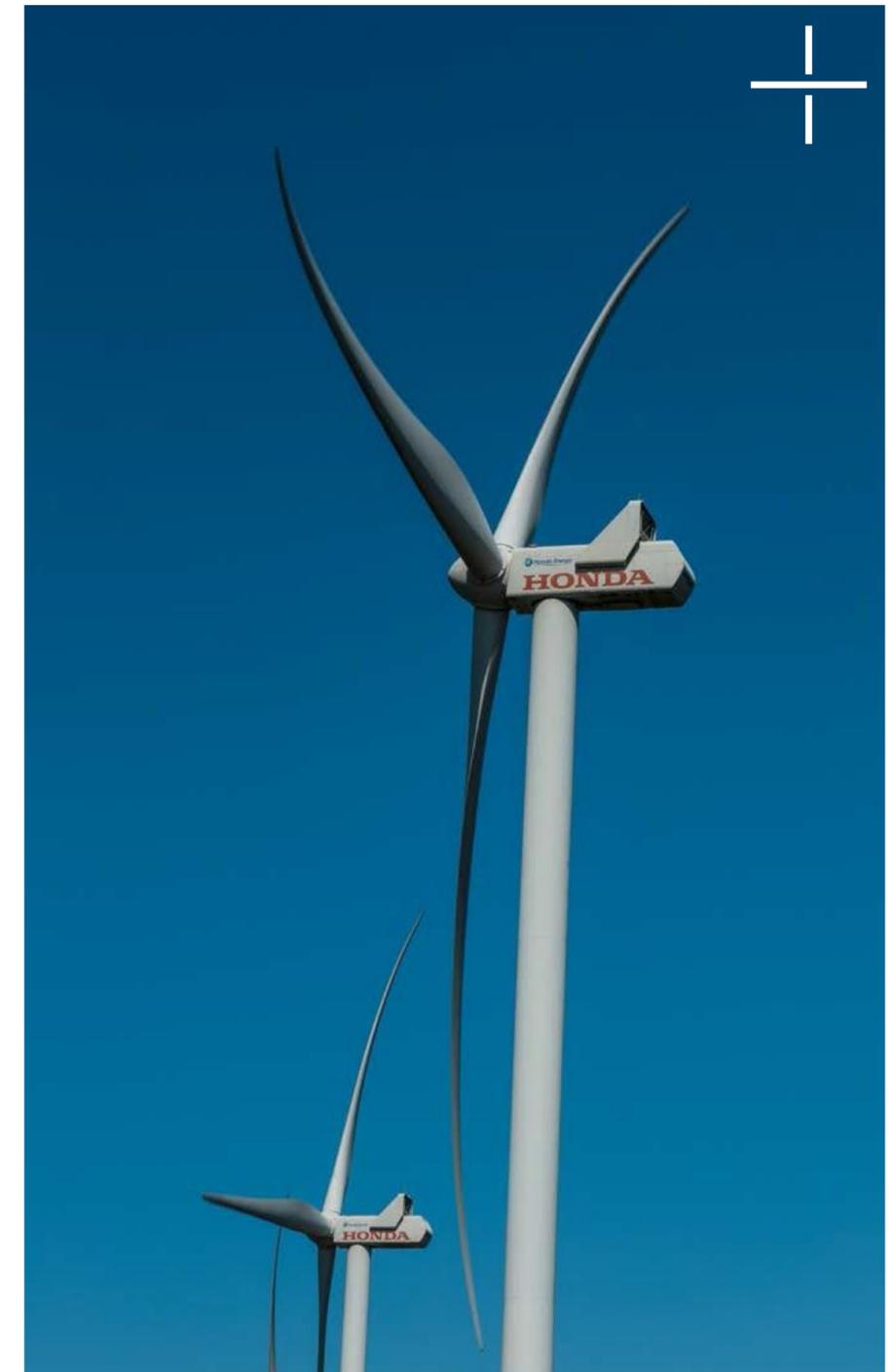
A nivel global, Honda ha definido directrices que impregnan las filiales de la empresa en todo el mundo, persiguiendo sus objetivos de forma integrada.

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

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

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

En el ámbito de la seguridad, Honda ha desarrollado medidas de prevención de accidentes que combinan tres elementos: Human Skill (actividades de concienciación), Mobility Performance (desarrollo tecnológico de productos) y Traffic Ecosystem (colaboración con terceros y desarrollo de sistemas/servicios).



## Estrategia de sostenibilidad

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

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



### 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 continuidad de las actividades de la empresa.



### Calidad

La inversión en tecnología es fundamental para que Honda siga siendo líder en sus segmentos. La sostenibilidad de sus operaciones y los diferenciales de sus productos están directamente asociados a la calidad presentada y reconocida por sus stakeholders.



### Seguridad

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



### Personas

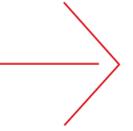
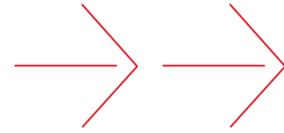
Con una fuerte presencia en las regiones en las que opera, valorar a quienes forman parte de la actividad diaria de la empresa es fundamental para su éxito. Desde los empleados hasta las comunidades, la combinación de la inversión en el desarrollo profesional y el bienestar de la sociedad forma parte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



### Movilidad e innovación

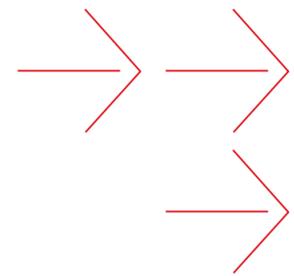
Honda cree que la tecnología debe estar al servicio de la vida de las personas. Por eso desarrolla soluciones diseñadas para ser beneficiosas y mejorar la vida de todos.





# 04

## ACERCA DEL INFORME



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

Por décimo año consecutivo, Honda presenta su Informe de Sostenibilidad, que incluye los aspectos más destacados de la empresa en la gestión de las cuestiones ambientales, sociales y de gobernanza en sus filiales regionales en Brasil, Argentina, Perú y Chile, excepto donde se indica, para el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2024.

**Este informe ha sido elaborado de acuerdo con las premisas del GRI - Global Reporting Initiative, en la opción esencial de los Estándares GRI. [GRI 102-1, 102-45, 102- 50, 102-54]**

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

**Estas cuestiones se identificaron y priorizaron siguiendo los siguientes pasos:**

1. Consulta inicial de las metodologías del Sustainability Accounting Standards Board (SASB)<sup>1</sup> , S&P Global - Yearbook 2021<sup>2</sup> ; MSCI - Ratings and Materiality<sup>3</sup> y GRI<sup>4</sup> para identificar y clasificar la criticidad de los temas relacionados con el sector de la automoción desde la perspectiva del mercado;
2. Analizar los temas materiales publicados por las empresas homólogas del sector para determinar las posibles cuestiones prioritarias;
3. Entrevistas con altos directivos y consultas en línea con las partes interesadas para priorizar los temas. A la encuesta pública respondieron 968 personas de distintas partes interesadas (clientes, asociaciones comerciales, empleados, concesionarios, proveedores, la Administración y la prensa). **[GRI 102-40; 102-42; 102-43; 102-44].**

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

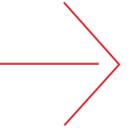
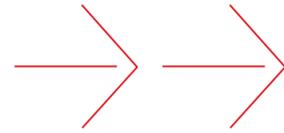
En el proceso de formateo de la matriz de materialidad, también se evaluaron: el entorno empresarial local, las tendencias globales que afectan a los segmentos operativos de Honda y el contexto específico de la sociedad.

Considerando que entre el final de 2021 y el inicio de 2022 se realizó un proceso robusto de identificación y priorización de temas materiales para Honda South America, en 2024 no hay cambios en los temas reportados.

<b>Temas Materiales</b>		<b>Educación y seguridad vial</b>
<b>Calidad de los productos y servicios</b>		<b>Emisiones y ecoeficiencia operativa</b>
	<b>Satisfacción del cliente</b>	<b>Ética y gobernanza</b>
<b>Movilidad e innovación</b>		<b>Gestión de personas y diversidad</b>

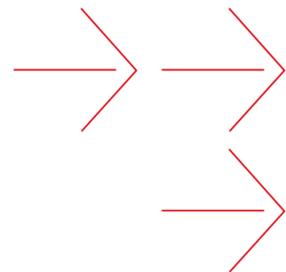
MATERIAL TEMA	DESCRIPCIÓN	INSTRUMENTO DE GESTIÓN
 <b>Calidad de los productos y servicios</b>	Establecer parámetros de calidad en el desarrollo de servicios y la fabricación de productos, garantizando un ciclo de mejora continua y comunicando de forma transparente los procesos para promover prácticas responsables de publicidad y propaganda.	<b>[GRI: 417-3]</b>
 <b>Satisfacción del cliente</b>	Promover encuestas de satisfacción del cliente sobre los productos y servicios de la marca Honda y orientar los esfuerzos para el desarrollo de soluciones y mejoras. Recordar los procesos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clientes escuchados en encuesta de satisfacción</li> <li>• Encuestas de imagen de marca y premios públicos</li> <li>• Índice de servicio de retirada de Takata</li> </ul>
 <b>Movilidad e innovación</b>	Inversión en investigación y tecnologías para promover la sostenibilidad en las soluciones de movilidad urbana.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lanzamiento de nuevos productos y servicios</li> <li>• Informes sobre innovaciones globales de la marca</li> </ul>
 <b>Seguridad y educación vial</b>	Inversión en tecnologías y aplicación de elementos de seguridad en los productos, concienciación sobre la seguridad vial.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Objetivos y/o compromisos para promover la seguridad vial</li> <li>• Nuevas tecnologías en productos</li> <li>• Personas impactadas por las acciones del CETH</li> </ul>
 <b>Emisiones y ecoeficiencia operativa</b>	Compromisos y objetivos para reducir las emisiones atmosféricas.	<b>[GRI 305-1, 305-2, 305-4, 305-5, 305-7]</b> Neutralidad de carbono en sus productos y actividades corporativas para 2050.
	Uso racional del agua y mejora de la gestión energética en las instalaciones de fabricación, gestión de residuos y el concepto de las 3R.	<b>[GRI 302-1, 302-3, 302-4, 303-1, 306-1, 306-2].</b>
 <b>Ética y gobernanza</b>	Reforzar los mecanismos para una gestión transparente y ética en toda la estructura de gobierno del grupo Honda, en línea con las mejores prácticas ESG.	<b>[GRI 102-16, 102-17, 205-2, 419-1]</b>
 <b>Gestión de Personas y Diversidad</b>	Promover un entorno de respeto, integración y aprecio en las relaciones entre los trabajadores, y garantizar la salud y la seguridad en el lugar de trabajo.	<b>[GRI 403-1, GRI 403-2]</b>
	Fomentar el desarrollo personal y profesional a través de la formación y la gestión del desempeño alineadas con la filosofía de Honda.	<b>[GRI 404-1]</b>
	Establecer compromisos y promover una cultura de diversidad e inclusión entre los empleados.	<b>[GRI 405-1, GRI 405-2]</b>

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



# 05

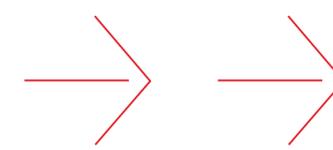
## VISIÓN GENERAL





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

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



\*S: Ventas  
E: Ingeniería  
D: Desarrollo  
B: Compras  
A: Administración

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

**Este compromiso impulsa a Honda hacia su 77 aniversario, un periodo en el que ha consolidado una presencia global, con 360 filiales y subsidiarias distribuidas por todo el mundo, respaldadas por el trabajo de 194.000 empleados.**

América del Sur forma parte del bloque administrativo conocido como Regiones Asociadas, que junto con otros dos bloques -América del Norte y China- conforman las operaciones globales de la empresa. El bloque de Regiones Asociadas incluye Japón, Asia, Oceanía, Europa, África, Oriente Medio y Sudamérica.

En la región sudamericana, donde está presente hace más de 50 años, Honda cuenta con unidades de producción en Brasil, Argentina y Perú, además de una unidad de importación en Chile y más de 2.000 puntos de venta, lo que garantiza la presencia de la marca en las principales ciudades.

Entre sus negocios en la región, Honda está presente en los segmentos de Motocicletas, Automóviles, Productos de Fuerza y Servicios Financieros. El alcance de las operaciones dentro de cada negocio es categorizado por la empresa por el acrónimo SEDBA\*.

# El modelo operativo de Honda en Sudamérica



**1.**

**Perú**

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

**2.**

**Chile**

Importación y comercialización de motos, coches y motores y maquinaria.

**3.**

**Brasil**

Producción y venta de motos, coches, cuatriciclos, motores y maquinaria. Comercialización de soluciones financieras.

**4.**

**Argentina**

Producción y venta de motocicletas e importación de automóviles, motores y maquinaria.

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

**EMPLEADOS**

**14.539**  
fijos y temporales

**PUNTOS DE VENTA**

En torno a **2.000**  
puntos de venta en toda Sudamérica

**PARTICIPANTES**

COMUNIDADES  
PROVEEDORES  
CLIENTES  
CONCESIONARIOS  
COLABORADORES  
GOBIERNO  
MEDIOS DE COMUNICACIÓN

**PROVEEDORES**

**AUTOMÓVILES**  
**136**  
PROVEEDORES de piezas y materias primas

**MOTOCICLETAS**  
**173**  
proveedores nacionales de piezas y materias primas

**RESULTADOS**

**MOTOCICLETAS**

**1.450.117**  
producido

**AUTOMÓVILES**

**90.894**  
producidos

**MOTORES Y MAQUINARIA**

**15.097**  
producidos

Más de **19.000** personas han participado en acciones del Centro de Educación Vial en Brasil

**+ 50 mil** toneladas de CO2 dejadas de emitir por Honda Energy do Brasil (desde el inicio de las operaciones)

# Rendimiento operativo

Honda sigue intensificando sus esfuerzos hacia el futuro de la movilidad con el objetivo permanente de ofrecer productos que superen las expectativas de sus clientes, así como garantizar la calidad del servicio para ofrecer servicios de venta y posventa diferenciados.

## Motos en Sudamérica

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

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

**Con el paso de los años, la moto ha adquirido una gran relevancia, dada la importancia de los servicios de reparto a domicilio y la priorización de los medios de transporte individuales.**

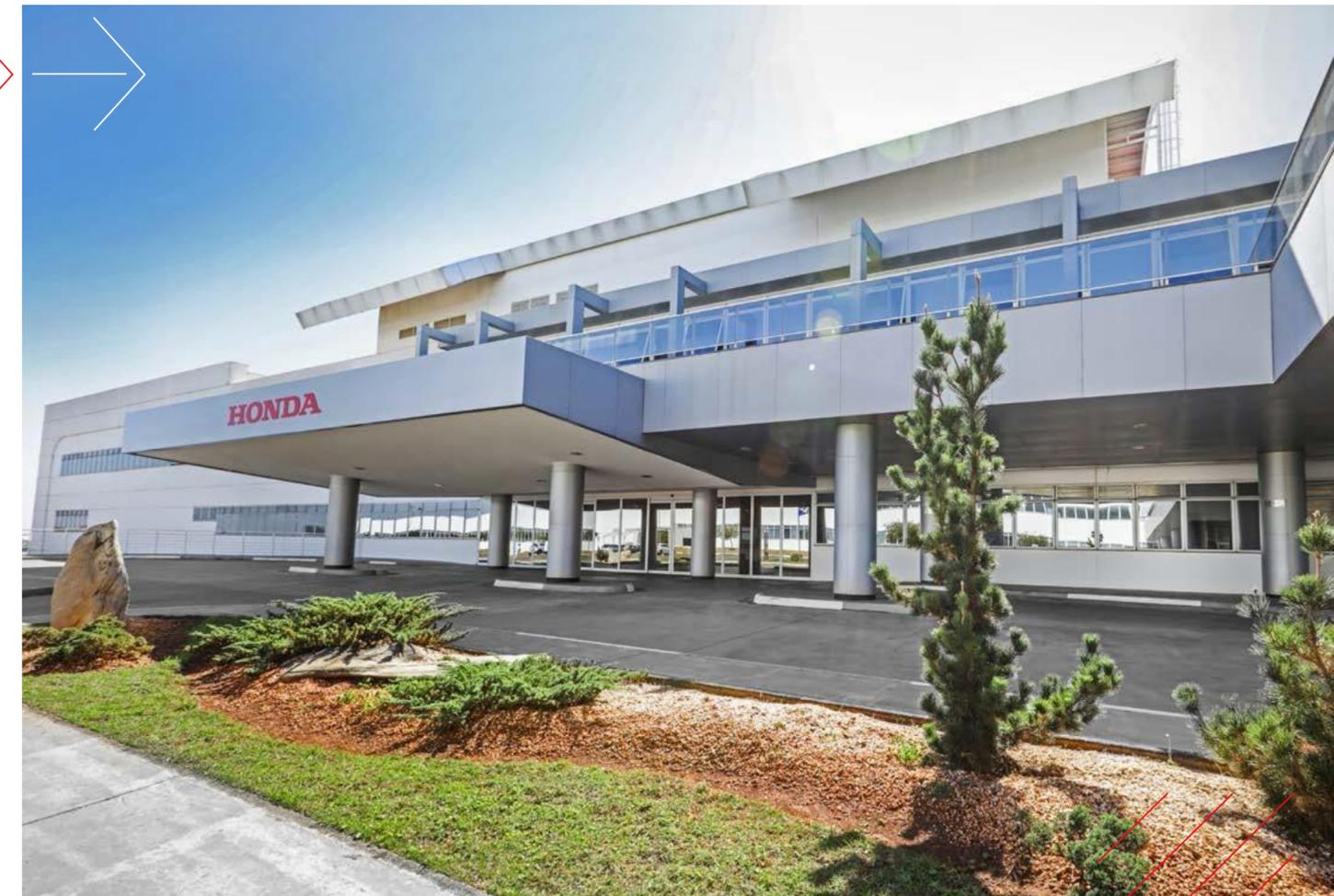
La demanda de motocicletas siguió creciendo en 2024, ya que este vehículo desempeña un papel importante en la movilidad. Es una alternativa de transporte rápida, económica y de bajo mantenimiento.

En 2024, las operaciones de motocicletas en las plantas de Manaus (BR), Campana (ARG) e Iquitos (PER) registraron una producción conjunta de 1,45 millones de unidades. Las ventas totalizaron 1,46 millones de unidades, lo que representa un aumento del 9% con respecto a 2023.

Argentina registró un importante crecimiento de las ventas. En 2024 se comercializaron más de 112.000 unidades, lo que supone un aumento del 6% respecto a 2023.

En Perú, las ventas totalizaron 58.000 unidades en 2024. En 2024, Honda celebró su 50 aniversario en Perú y el evento contó con la presencia del Presidente y CEO Global de Honda, Toshihiro Mibe, quien visitó Sudamérica por primera vez.

Chile registró más de 5.000 unidades comercializadas en 2024.



En un ambiente de negocios complejo, **Honda terminó 2024 con un buen desempeño** en sus operaciones en América del Sur.

## Moto Honda

Moto Honda fue pionera y hoy mantiene su posición de liderazgo. Sus continuas inversiones y su compromiso con el país han contribuido al desarrollo de todo el sector.

La fábrica de Manaus (AM) es ahora un complejo industrial que va mucho más allá del montaje de motocicletas.

La unidad es la más vertical en la producción de motocicletas Honda en el mundo, además de ser una de las mayores del Polo Industrial de Manaus (PIM) y uno de los centros de producción más representativos de las Américas, donde se fabrican desde embalajes metálicos,

moldes, tubos estructurales y herramientas a diversos componentes que conforman el producto final, como escapes, ruedas, manillares, chasis y otras piezas.

**Honda concluyó 2024 con resultados positivos en el segmento de motocicletas en Brasil y registró un aumento del 12% en las placas emitidas en comparación con el período anterior. En total, fueron 1,28 millones de unidades, lo que representa el mejor resultado de la marca desde 2013 y el tercer año consecutivo con más de un millón de motos matriculadas en un año.**



La producción también siguió la tendencia al alza, con más de 1,3 millones de unidades salidas de las líneas de producción de Manaus (AM), un 8% más que el año pasado. La cifra acumulada representa el mejor resultado desde 2014.

En 2024, Honda alcanzó un hito histórico: 30 millones de motocicletas producidas en Brasil, lo que convierte a la marca en el mayor fabricante de vehículos de motor del país. La ceremonia de celebración se llevó a cabo en la fábrica de la compañía en Manaus y contó con la presencia del Presidente Global y CEO Toshihiro Mibe, que estaba en Brasil por primera vez, así como ejecutivos de la Junta Directiva local.

El año también ha estado marcado por la renovación de la gama de productos, con 12 lanzamientos entre motos de bajo cilindraje, scooters y modelos todoterreno.

El objetivo de la compañía es continuar liderando el sector de forma sostenible. Con este enfoque, Moto Honda continuará reforzando su gama, desarrollando productos de la máxima calidad, así como otras innovaciones que refuercen el liderazgo de Honda en el sector e impulsen la búsqueda de soluciones que superen las expectativas de los clientes.

## En Brasil, Honda logró crecer en ventas y producción de motocicletas, registrando su mejor resultado desde 2013



# Cadena de Valor

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

La contribución social del negocio de la moto es importante, no sólo por los cerca de 100.000 empleos directos que genera en toda la cadena, sino sobre todo por el valor y la riqueza que el producto final genera para personas, familias y empresarios del campo y de las ciudades de todo el país.

Más de **9.000** empleados

Más de **1.100** puntos de venta en todo Brasil

Más de **110** proveedores de componentes y materias primas



Cientos de proveedores de servicios



**Cerca de 100.000** empleos directos generados en toda la cadena y una contribución social a Brasil



# Premios y reconocimientos



## Los premios del sector de la moto refuerzan el liderazgo de Honda



### Premios a la experiencia

Por tercera vez consecutiva, SoluCX ha distinguido a Honda Motorcycles como ganadora de los Premios Experiencia 2024 - Edición Movilidad. La iniciativa tiene como objetivo reconocer a las marcas con mayor poder de recomendación por parte de los consumidores, basándose en el Net Promoter Score (NPS), una metodología que utiliza herramientas de investigación y clasificación para analizar el nivel de recomendación de una empresa por parte del público.



### Marcas Más

Honda Motos conquistó el primer lugar en la clasificación nacional del premio Marcas Mais, promovido por el periódico Estadão en colaboración con la consultoría Troiano Branding. Este es el tercer año consecutivo que la marca es reconocida en la categoría "Motocicletas". Para identificar las marcas más atractivas y que conquistan a los consumidores, la organización del premio realiza miles de encuestas en todo Brasil para medir el grado de compromiso de los consumidores con las empresas.

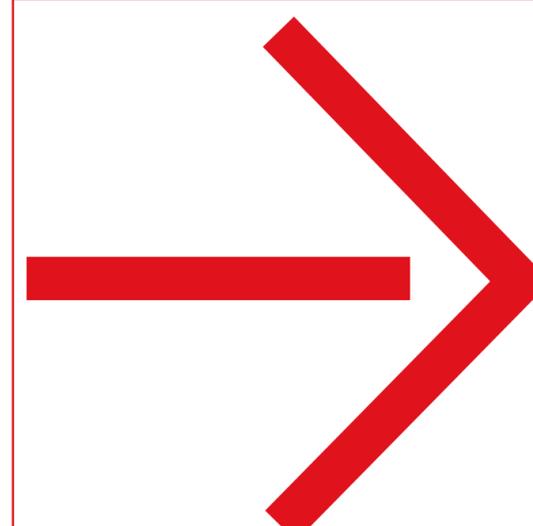


### Lo más importante

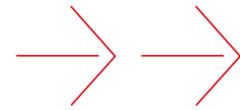
Honda fue reconocida por 12ª vez consecutiva en el premio Top of Mind, concedido por Folha de S. Paulo, en la categoría "Motocicletas". El premio, uno de los más respetados del país, muestra cómo empresas de diferentes segmentos permanecen en la mente de las personas.

Desde que la categoría empezó a formar parte de la encuesta, la marca ha ganado todas las ediciones.

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



# Coches Honda



## Coches en Sudamérica

A lo largo de sus más de 30 años de presencia en América del Sur y más de 25 años de fabricación de automóviles en Brasil, la empresa ha realizado continuas inversiones con el objetivo de aumentar la capacidad de producción y mejorar la eficiencia de sus procesos. Desde el inicio de sus operaciones, ha buscado acelerar el proceso de desarrollo, producción y comercialización de productos cada vez más alineados con las expectativas de los consumidores sudamericanos.

Con el objetivo de reforzar la competitividad del negocio, Honda anunció en abril de 2018 un plan de reestructuración del sistema de producción de automóviles en la región.

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

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

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

La unidad produce el montaje del motor, que incluye Fundición, Mecanizado y Montaje del Motor, además de los procesos de Inyección Plástica y Pintura, Herramientas, Ingeniería de Calidad, Planeamiento Industrial, I&D, áreas administrativas de Honda South America, Centro de Entrenamiento Técnico y División de Piezas.

Centrarse en **ofrecer coches** que sirvan mejor al consumidor, **con alta eficiencia** y repletos de **tecnologías de conectividad y seguridad.**



Para fortalecer su línea en el mercado sudamericano, Honda trajo su exclusiva tecnología e:HEV a Argentina con el lanzamiento del Civic Advanced Hybrid y el CR-V Advanced Hybrid en Perú y Argentina, además de consolidar los modelos de combustión en la región.

En 2024, las operaciones de Honda Automobiles en América del Sur\* registraron en conjunto más de 101 mil vehículos vendidos.

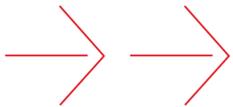
\* Mercados considerados: Brasil, Argentina, Chile, Perú, Colombia, Uruguay y Ecuador.



Argentina registró un importante crecimiento de las ventas, con más de 2.500 vehículos vendidos.

En Chile, se vendieron unas 2.200 unidades en 2024, un 12% menos que en 2023. En Perú, las ventas ascendieron a 2.900 unidades el año pasado, un 12% más que en 2023. A lo largo de 2024, se lanzaron nuevos modelos en varios mercados sudamericanos, reforzando las ventajas competitivas frente a la competencia, lo que favoreció los resultados en países como Argentina y Perú.

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



## Honda Automóviles de Brasil

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

La empresa cerró el año pasado con resultados positivos, con un crecimiento de las ventas del 27% respecto a 2023. En total, se vendieron más de 91.000 unidades, lo que representa el mejor resultado de la marca en cuatro años.

**La producción siguió la tendencia de crecimiento y registró más de**

**90.000 unidades producidas en 2024, lo que supone un aumento del 15% respecto al año anterior.**

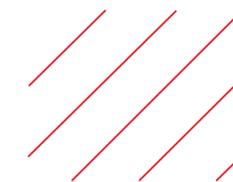
El modelo más vendido fue el HR-V, con más de 50.000 unidades vendidas en 2024. Desde su lanzamiento en 2015, el HR-V se ha convertido en una referencia en el segmento de los SUV y se ha consolidado como uno de los coches más vendidos de Honda en Brasil.

Honda sacó el modelo CR-V Advanced Hybrid en 2024 y presentó la nueva generación de la familia New City, con el New City Sedán y el New City Hatchback.

**Sólido mercado automovilístico y atención a la calidad de las operaciones**

El año también estuvo marcado por el anuncio de una inversión de 4.200 millones de reales para impulsar el crecimiento de la marca en el país hasta 2030. Con esta inversión, la empresa pretende ampliar continuamente su negocio mediante el lanzamiento de la tecnología híbrida-flex exclusiva de Honda en el mercado brasileño, la producción local de la nueva generación del WR-V, así como el aumento del volumen de producción y la creación de empleo en el país.

**La empresa sigue esforzándose por aprovechar al máximo su potencial de crecimiento, teniendo en cuenta los recientes lanzamientos y la amplia remodelación de su gama, así como la buena acogida que han tenido entre el público los modelos lanzados en Brasil.**





# Premios y reconocimientos



## Premios a la experiencia

Por cuarto año consecutivo, SoluCX ha distinguido a Honda Automobiles como ganadora de los Experience Awards 2024 - Mobility Edition. La iniciativa tiene como objetivo reconocer a las marcas con mayor poder de recomendación por parte de los consumidores, basándose en el Net Promoter Score (NPS), una metodología que utiliza herramientas de investigación y clasificación para analizar el nivel de recomendación de una empresa por parte del público.



## Las empresas que más respetan a los consumidores

Honda recibió, por cuarto año consecutivo, el "Premio Empresas que Más Respetan a los Consumidores", en la categoría Automóviles. Promovido por la revista Consumidor Moderno, el premio tiene como objetivo reconocer a las empresas que más se ganaron el respeto de los consumidores en 2024. Las empresas reconocidas por los premios tienen en común una importante inversión en estrategias, recursos, talentos y metodologías que demuestran su compromiso con la satisfacción del cliente. consumidores con las empresas.



## → → Motores y maquinaria



La gama de motores y maquinaria de Honda comprende una amplia gama, dividida en las categorías de motores estacionarios, desbrozadoras, generadores y motobombas, con las más diversas aplicaciones, como la agricultura, el uso doméstico, la construcción y la jardinería.

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

El mercado de Motores y Maquinaria obtuvo buenos resultados en 2024.

En Argentina, se vendieron más de 15.000 unidades; en Perú, 37.000 y en Chile, más de 2.000 productos, lo que representa un crecimiento en todos los países.

Por lo que respecta al mercado brasileño en 2024, la división de Motores y Maquinaria registró unas ventas de más de 30.000 unidades, lo que representa un ligero crecimiento en un contexto de difícil desaceleración del sector. En el Norte, los motores estacionarios registraron un crecimiento, impulsado principalmente por el estado de Amazonas, donde los productos fueron cruciales para que la población ribereña pudiera desplazarse durante la estación seca.

En la fábrica de Moto Honda da Amazônia, en Manaus, se producen tres modelos de motores estacionarios y tres modelos de motobombas y, en 2024, se produjeron más de 15.000 unidades de Motores y Máquinas.

La gama de Motores y Maquinaria es **sinónimo** de **versatilidad** y refuerza la premisa **de** Honda **de utilizar la tecnología para facilitar la vida de las personas**

# Honda Servicios Financieros

Para facilitar el acceso a los productos de la marca, en 1981 se fundó el Consórcio Honda, uno de los principales administradores de consorcios del mercado nacional, que forma parte de la estructura Honda Serviços Financeiros, integrada también por la Corretora de Seguros Honda y el Banco Honda.

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

La empresa también dispone de soluciones para digitalizar sus servicios, con un ecommerce y una app de Consórcio Honda, que cuenta con más de 2 millones de usuarios activos, añadiendo más practicidad y agilidad al día a día de sus clientes.

**Más de 2 millones de usuarios activos de la aplicación Honda Financial Services**



## Premios Honda Financial Services

### Premio Reclame Aquí

El Consórcio Honda y el Banco Honda fueron los vencedores del Premio Reclame Aquí en las categorías "Consortio de Fabricantes de Automóviles" y "Solución Financiera - Financiación de Automóviles", respectivamente. El premio reconoce a las empresas brasileñas con mejor reputación y operaciones de servicio más eficientes.

Mediante una votación abierta a todo el público, las organizaciones son evaluadas en términos de confianza y reputación.

La sinergia entre Honda Financial Services y las fábricas es un importante factor competitivo y contribuye activamente a las ventas de productos Honda.



### Premios a la experiencia

Consórcio Honda, empresa perteneciente a Honda Serviços Financeiros, fue reconocida como la gran vencedora en la categoría 'Consorcios' de los Premios Experiencia 2024 - Edición Financiera. La iniciativa está a cargo de SoluCX y tiene como objetivo reconocer a las marcas con mayor poder de recomendación por parte de los consumidores, basándose en el Net Promoter Score (NPS), una metodología que utiliza herramientas de investigación y clasificación para analizar el nivel de recomendación de una empresa por parte del público.

## Resultados de Honda Financial Services en 2024

En el contexto de 2024, la contribución de los servicios financieros a los resultados de la empresa fue notable. El Consorcio Honda fue uno de los principales impulsores de las cifras de la división financiera de la marca, especialmente en el segmento de motocicletas.



## Consorcio Honda

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

La modalidad de consorcio ofrece a los consumidores comisiones de administración y planes de pago competitivos, así como las ventajas de una compra programada, en la que el cliente puja cuando lo considera oportuno dentro de sus necesidades y planificación financiera.

Así, la modalidad de consorcio logró sólidos resultados en 2024 en el segmento de motocicletas, registrando un récord de más de 1 millón de nuevas cuotas vendidas el año pasado, un crecimiento del 5,6%.

# HONDA

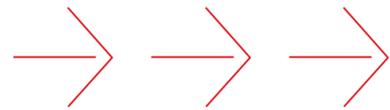
## Serviços Financeiros

**En cuanto a las entregas de motos Honda Okm, se ha registrado un aumento del 3,3% respecto a 2023.**

La modalidad de Consórcio para el segmento de automóviles registró 3.843 nuevas cuotas vendidas en 2024, lo que representa un aumento del 31,8% en comparación con 2023.

El Consórcio Honda cuenta actualmente con cerca de 2.198.840 clientes activos en el segmento y trabaja actualmente en la modernización de sus planes para operar de forma más consistente en el mercado de automóviles.

**El Consorcio Honda es uno de los principales impulsores de las cifras de la división financiera de la marca**



## Banco Honda

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

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

En 2024, Banco Honda fue un importante agente financiero de la marca en el segmento de automóviles, representando el 23,3% de las ventas totales de la compañía y registrando 26.353 contratos.

En el segmento de motos, Banco Honda registró un aumento del 43% en la financiación en comparación con 2023. Entre enero y diciembre de 2024 se financiaron 200.200 unidades, lo que representa el 15% de las ventas de motos Okm de la marca.



## Honda Corredor de Seguros

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

Tanto para motos como para coches, la marca ofrece seguros contra colisión, incendio, robo, atraco y daños a terceros\*, garantía de piezas originales y servicio de la red de concesionarios Honda, así como asistencia 24 horas.

\*Las prestaciones pueden variar en función de la propuesta de cada compañía de seguros asociada.

**Honda Bank y Honda Insurance completan el paquete de servicios de Honda Financial Services**



**El avión de negocios más avanzado del mundo**, con prestaciones, diseño, calidad y tecnología

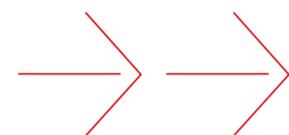
## HondaJet

El HondaJet es fabricado por Honda Aircraft Company en Estados Unidos y comercializado desde 2015 por Líder Aviação en Brasil (representante local de ventas del jet ejecutivo en el país). Hasta diciembre de 2024, se habían entregado siete unidades del HondaJet en Brasil.

El HondaJet, el avión de negocios más avanzado del mundo con ventajas excepcionales en rendimiento, confort, calidad y eficiencia, incorpora numerosas innovaciones tecnológicas en su diseño, incluida la exclusiva configuración OTWEM - OverThe-Wing Engine Mount (motores en la parte superior de las alas), que mejora significativamente el rendimiento al reducir la resistencia aerodinámica.

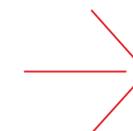
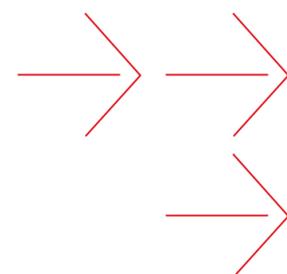
**El diseño OTWEM también reduce el ruido en la cabina, minimiza el ruido de contacto con el suelo, ofrece el mayor espacio interior entre los reactores de negocios del mercado, así como el mayor maletero y un aseo completo a bordo.**

En 2024, el HondaJet Elite II se exhibió en Brasil durante LABACE, la mayor feria de aviación ejecutiva de América Latina, en el aeropuerto de Congonhas, en São Paulo.



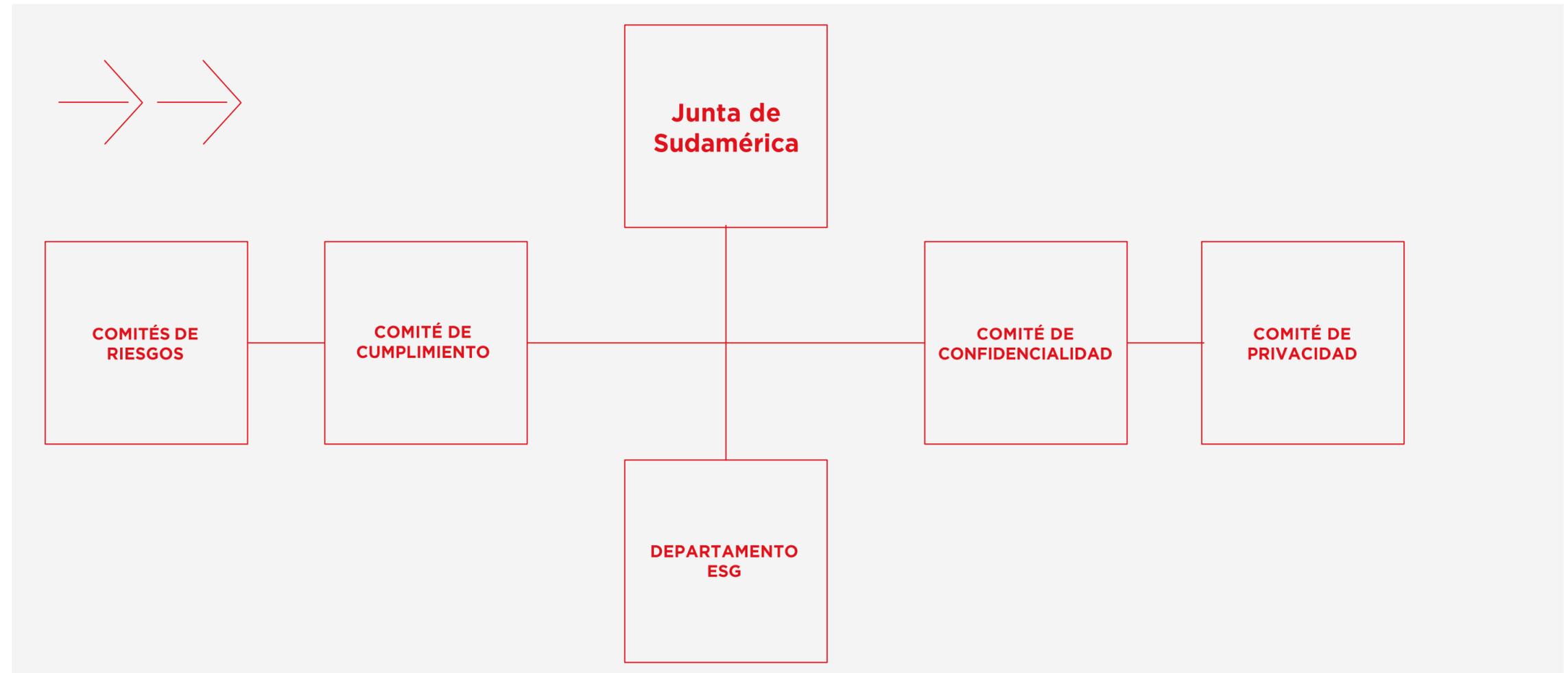
**06**

**GOBIERNO  
CORPORATIVO**



La adopción de principios éticos y transparentes para la gestión empresarial, el mapeo de los riesgos inherentes a las actividades y el establecimiento de medidas preventivas y mitigadoras. Estas son las directrices del modelo de gobierno corporativo de Honda. La empresa considera que la ética y el respeto a la normativa y legislación del sector son esenciales para la continuidad del negocio. Por eso, estos preceptos se aplican de forma transversal en todos los departamentos, orientando las decisiones empresariales y haciendo que las actividades sean más seguras y sostenibles. En la gestión del Gobierno Corporativo, Riesgo y Conformidad, Honda sigue y busca adoptar las mejores prácticas del mercado.

La responsabilidad por la gestión de la Gobernanza Corporativa dentro de Honda recae en el "Departamento ESG\*", sigla que sintetiza las palabras Medio Ambiente, Responsabilidad Social y Gobernanza Corporativa, que se encarga de coordinar todos los procesos de prevención y concienciación en el cumplimiento de las leyes y reglamentos en los que se encuentran las operaciones de Honda South America. El modelo de Gobierno Corporativo de Honda South America abarca tres pilares de gestión que se interrelacionan para impulsar el crecimiento sostenible del negocio: gobernanza, riesgos corporativos y cumplimiento.



**GOBERNANZA:**  
Normas de conducta y ética empresarial



**RIESGOS CORPORATIVOS:**  
Identificación y evaluación de posibles riesgos empresariales, definición de medidas de mitigación, eliminación o transferencia de riesgos.



**CUMPLIMIENTO**  
Cumplimiento de los requisitos legales, reglamentarios y de las políticas, normas y procedimientos internos

Buscando construir relaciones éticas con sus diversos stakeholders, Honda adoptó reglas sólidas que garantizan transparencia y seguridad para que la empresa sea clara en sus posiciones y decisiones. Para ello, se crearon comités para tratar los principales temas de gobernanza (Riesgos, Conformidad, Ética, Confidencialidad y Privacidad), que están directamente vinculados al Consejo de Administración sudamericano y son responsables de la toma de decisiones en las esferas económica, ambiental y social.

\*En 2025, el departamento pasó a denominarse **Gobernanza, Riesgo, Cumplimiento y Ética**.

## Riesgos empresariales

[GRI 102-11]

La continuidad de los negocios de Honda depende del mapeo y monitoreo constante de los riesgos inherentes al negocio, en sus diferentes dimensiones. Así, para cada uno de los riesgos potenciales identificados, el Departamento de ESG coordina y establece medidas preventivas y mitigadoras junto con las áreas de negocio, con el objetivo de garantizar operaciones seguras, confiables y transparentes para empleados y socios comerciales, reducir pérdidas financieras y evitar daños a la reputación de la marca.

El objetivo es gestionar un crecimiento sostenible basado en las normas del mercado y los riesgos que pueden afectar a las operaciones en la región y a escala mundial.

La evaluación tiene en cuenta los requisitos medioambientales, sociales, financieros, de salud y seguridad en el trabajo y de fiabilidad operativa, así como las cuestiones relacionadas con los socios comerciales.

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

América, tiene como objetivo impulsar el crecimiento sostenible de la empresa, basándose en la filosofía de la empresa y en todos los riesgos con potencial para afectar a las operaciones a escala mundial.

Honda tiene 11 políticas y documentos normativos relacionados a la gestión de riesgos. Actualmente, el Código de Conducta es el instrumento más importante que orienta el comportamiento de los empleados, incluso en relación a la prevención y combate a los riesgos y, de forma complementaria, Honda posee políticas y documentos normativos relacionados al tema.

Además, de acuerdo con los modelos globales del Grupo Honda sobre Gestión de Riesgos Empresariales (ERM), se aplican procesos anuales de identificación y evaluación de riesgos en todas las filiales de América del Sur y, una vez reconocidos aquellos que son prioritarios, se les da un seguimiento más estrecho con medidas preventivas para minimizar los eventos de materialización.



## Gobernanza

[GRI 102-18]

Honda basa sus decisiones en normas que deben ser observadas y aplicadas por todos los que actúan en su nombre. Para que la empresa goce de una posición de respeto y credibilidad, el modelo de gobernanza tiene en cuenta la transparencia administrativa, la inadmisibilidad de prácticas corruptas, la definición clara de responsabilidades y normas de comportamiento en situaciones específicas y el cumplimiento de los requisitos legales. Haciendo honor a su integridad y claridad en sus posiciones y decisiones, Honda garantiza la generación y el reparto de riqueza consistente con sus grupos de interés en un horizonte a largo plazo. Para ello, se han creado comités que se ocupan de las principales cuestiones de gobernanza.

# Conformidad

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

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

Mediante la cartografía de los procesos pertinentes y la comprobación de los controles internos, es posible identificar los riesgos y las áreas críticas y elevar el nivel de responsabilidad y compromiso de la alta dirección de la empresa, así como cumplir los requisitos de certificación de la Ley Sarbanes Oxley estadounidense.

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

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

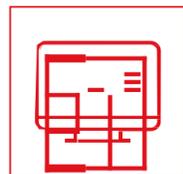
La evaluación del cumplimiento del Gobierno Corporativo de Honda se realiza de forma continua a través de sistemas que adoptan estándares internacionales:



- **Sistema corporativo de gestión de procesos:** autoevaluación llevada a cabo por los directivos (100% directivos y superiores) sobre los sistemas y operaciones de los procesos.



- **Sistema de gestión de procesos específicos:** controles internos sobre los procesos y tecnologías empresariales pertinentes (más de 100 subprocesos documentados y revisados anualmente), que están sujetos a certificación conforme a la Ley Sarbanes-Oxley de EE.UU. por parte de una auditoría independiente.

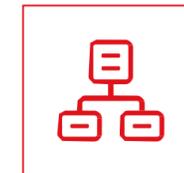


- **Sistema de normas y conducta:** políticas y procedimientos corporativos, disponibles en la intranet o en directorios específicos para acceso del público interno.



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

**Como resultado de las medidas adoptadas por Honda, el año pasado no hubo incidentes relacionados con el incumplimiento de las leyes y reglamentos sociales y económicos asociados a las operaciones en Brasil.**



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



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



## Canal Ético

[GRI 102-17]

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

El objetivo es recibir opiniones, críticas, quejas, denuncias y consultas relacionadas con las cuestiones abordadas en el Código de Conducta y las Políticas.

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

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

## Cumplimiento de la Ley General de Protección de Datos

El sistema de protección de la privacidad de los datos personales de Honda cumple plenamente la Ley General de Protección de Datos, basándose en Políticas y Normas de Privacidad (Mapeo de Datos, Informe de Impacto, Incidente de Seguridad, Privacidad por Diseño, entre otras normas) para regular mejor las operaciones de tratamiento de datos personales y evaluar los riesgos para la privacidad. Además, para promover una mayor concienciación sobre el tema, se lleva a cabo una formación obligatoria para todos los niveles de la organización, así como la difusión de campañas educativas. Con el objetivo de implicar también a la alta dirección en la importancia del tratamiento de datos personales, el tema se aborda en talleres, a los que asistieron 352 directivos durante el periodo. Todas estas actividades tienen como objetivo el cumplimiento de la ley y demuestran el compromiso de Honda con sus grupos de interés.

## Código de Conducta

[GRI 102-17]

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

En 2024, la formación sobre el Código de Conducta ha abarcado a 8.217 empleados activos en todas las unidades de negocio de Sudamérica. Además, durante 2024, el Código de Conducta se comunicó a los empleados operativos, reforzando la conducta que se espera de todos.

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

## Política de prevención del soborno y la corrupción

[ GRI 103-2, 103-3/205 ]

La Política de Prevención del Soborno y la Corrupción determina la posición de la empresa en materia de ética empresarial.

Además de prevenir la corrupción con los organismos públicos, la Política Global de Prevención del Soborno y la Corrupción de Honda incluye directrices para prevenir el soborno y la corrupción en las relaciones de Honda con sus socios comerciales.

Internamente, Honda difunde las directrices contenidas en la Política de Prevención de la Corrupción mediante formación y comunicaciones. Hasta 2024, cerca de 2.820 empleados activos habían completado la capacitación para prevenir el soborno y la corrupción. Además, la Política está disponible para consulta de todos los empleados de todas las unidades de América del Sur en la intranet o en sus propios directorios de acceso público interno.

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

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

Se han establecido procedimientos para identificar, calificar y desarrollar un enfoque de supervisión de las operaciones que implican un mayor riesgo de blanqueo de capitales. El contenido de esta política se difundió mediante formación disponible en la plataforma de educación en línea.



La Política de Prevención del Soborno y la Corrupción determina **la posición de la empresa en materia de ética empresarial**

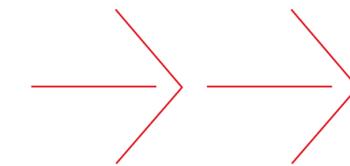
## Lucha contra las prácticas anticompetitivas

[ GRI 205-2]

Con relación al combate a las Prácticas Anticompetitivas, Honda posee una Política de Defensa de la Competencia, que define medidas para prevenir infracciones contra el orden económico involucrando operaciones, prácticas comerciales e interacciones con socios comerciales y/o competidores, directamente o por intermedio de asociaciones comerciales.

Además, la empresa trata de reforzar la cultura de lucha contra las actividades contrarias a la competencia dando a conocer su Política de Defensa de la Competencia en todas sus unidades de negocio.

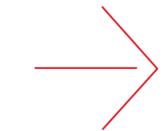
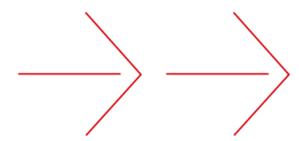
En 2024, se realizó una encuesta para identificar las áreas que participaban en las reuniones de las asociaciones comerciales, con el objetivo de llevar a cabo una formación sobre la Política de Defensa de la Competencia. Como resultado, el 100% de los empleados que asisten a reuniones de entidades gremiales realizaron la capacitación.



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

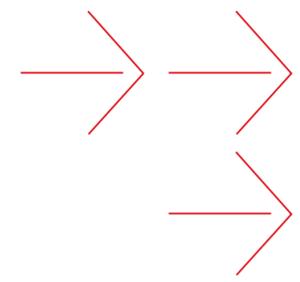
Todas las normas y políticas mencionadas pueden ser consultadas por todos los empleados en el portal interno.

**Honda pretende reforzar la cultura de lucha contra las actividades contrarias a la competencia mediante la divulgación de la Política en todas las unidades de negocio.**



# 07

## INFORME DE RESULTADOS



- > MEDIO AMBIENTE
- > SEGURIDAD

- > CALIDAD
- > PERSONAS

- > MOVILIDAD E INNOVACIÓN



# Medio ambiente

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

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

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

## NEUTRALIDAD DEL CARBONO: emisiones de CO2, Cero emisiones en 2050

Para hacer frente a los problemas relacionados con el cambio climático, Honda trabaja con el objetivo de limitar el aumento de la temperatura media mundial a 1,5 °C por encima de los niveles preindustriales, que existían antes de la Revolución Industrial, reduciendo las emisiones de carbono de las actividades corporativas y a lo largo del ciclo de vida de los productos.

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

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

## CIRCULACIÓN DE RECURSOS: 100% de uso de materiales sostenibles para 2050

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

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

Además, Honda trabaja con el concepto Green Factory, que se aplica en todas sus plantas para gestionar los residuos, la eficiencia energética, el uso racional del agua y la reducción de las emisiones atmosféricas.



## Emisiones

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

Como se ha mencionado, Honda ha declarado el objetivo global de alcanzar la neutralidad de carbono en sus productos y actividades corporativas para 2050. Este compromiso guía la definición de objetivos en la producción y las actividades corporativas y en los niveles de emisión de productos y servicios.

Mejorar el comportamiento medioambiental de los productos de la marca es una de las iniciativas clave para hacer realidad la visión de una sociedad sin carbono.

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



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

En Brasil, Honda sigue mejorando el rendimiento medioambiental de su gama de productos, tanto motos como coches. Un ejemplo son los modelos New City Sedán y New City Hatchback, que incorporan un motor 1.5 DI DOHC i-VTEC con Inyección Directa, que combina un gran rendimiento con un bajo consumo de combustible y menores emisiones contaminantes, garantizando una excelente conducción combinada con eficiencia energética. Según el Programa Brasileño de Etiquetado (PBE), este motor alcanza una calificación A en consumo en su categoría y en emisiones.



## Electrificación

Honda ha dado otro paso importante hacia la introducción de automóviles electrificados en Brasil y en febrero de 2024 lanzó la nueva generación del SUV importado CR-V, que llega a su 6ª generación con la adopción de tecnología híbrida exclusiva y completa la categoría junto al Civic y Accord Advanced Hybrid.

Buque insignia entre los SUV de la marca, el CR-V Advanced Hybrid es un referente de eficiencia, dinamismo, fiabilidad y alta tecnología orientada a la seguridad y el bienestar de sus usuarios.

La tecnología híbrida de Honda -e:HEV- cuenta con un sistema único formado por dos

motores eléctricos (un generador y un motor de propulsión) y un motor de combustión, lo que ofrece tres modos de funcionamiento posibles: sólo eléctrico, híbrido y de combustión. El sistema elige automáticamente el modo de funcionamiento que ofrece la mejor relación entre prestaciones y bajo consumo, en función de las condiciones de la carretera.

En consonancia con los esfuerzos de la empresa por alcanzar la neutralidad de carbono, uno de los objetivos de la inversión de 4.200 millones de reales anunciada para 2024 es introducir la exclusiva tecnología e:HEV flex en el mercado brasileño, dado que el etanol es un combustible natural, renovable y ampliamente disponible en Brasil.

## Fuentes limpias

Siguiendo las directrices globales de Honda Motor, las unidades de Honda South America se han propuesto trabajar para reducir su consumo real de electricidad y analizar la posibilidad de diversificar sus fuentes de energía. El parque eólico Honda Energy es el principal ejemplo de este compromiso.

En 2024, se incrementará el volumen de reducción de emisiones de CO<sub>2</sub>, totalizando una reducción de 9.501,02 tCO<sub>2</sub> en su funcionamiento, considerando el consumo de electricidad y combustibles (gasóleo, gasolina, GLP, gas natural y etanol) de proyectos específicos.

Cada año, Honda desarrolla proyectos destinados a reducir las emisiones de CO<sub>2</sub> de sus empresas.

Destacan por este resultado los proyectos de la planta de Moto Honda en el Amazonas, que desde abril de 2023 compensa el 100% de la electricidad de su planta mediante la compra de certificados de energía renovable I-REC; y Honda Motor en Argentina, que cuenta con proyectos de energía solar, tanto para el consumo eléctrico como para el calentamiento de agua en el proceso productivo de la planta.



Honda ha fabricado más de **8 millones de unidades de FlexOne** desde 2009



## Tecnología Flex en las motos

La constante evolución técnica de las motos pone de manifiesto la filosofía de respeto al medio ambiente, y un ejemplo destacado es la tecnología FlexOne. Una iniciativa sin precedentes en el sector a nivel mundial, que permite a las motos utilizar gasolina y/o etanol en cualquier proporción, conservando unas características de funcionamiento y durabilidad de referencia.

Honda fue pionera en introducir en el mercado esta importante innovación tecnológica, que fue muy bien recibida por los brasileños.

La tecnología FlexOne fue desarrollada especialmente para el mercado brasileño e introducida en el país con la CG 150 Titan Mix. Actualmente está presente en ocho motos de la gama: Biz 125, CB 300F Twister, CG 160 Titan, CG 160 Fan, CG 160 Cargo, NXR 160 Bros, XRE 190 y Sahara 300, que representan más del 65% del volumen producido anualmente.

Desde 2009, cuando se introdujo la tecnología, han salido de la línea de producción de la planta de Manaus (AM) más de 9,5 millones de unidades FlexOne.

unidades de FlexOne han salido de la línea de producción de la planta de Manaus (AM).

A principios de la década de 2000, la aplicación del Programa de Control de la Contaminación Atmosférica causada por Motocicletas y Vehículos Similares (Promot) estableció objetivos de reducción de las emisiones contaminantes, que se tradujeron en una progresiva adaptación a las normas internacionales más estrictas.

La quinta fase del Promot, actualmente en vigor en el mercado brasileño, tiene como objetivo adecuarlo 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 con las recomendaciones y directrices de la norma para reducir las emisiones contaminantes. El etanol es un combustible natural y renovable ampliamente disponible en Brasil, y durante su crecimiento, la caña de azúcar absorbe de la atmósfera el dióxido de carbono necesario para la fotosíntesis.

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

[GRI 305-1; 305-2]

Honda adopta la metodología internacional y estandarizada del GHG Protocol para entender, cuantificar y gestionar sus emisiones. Anualmente, la empresa participa del Programa Brasileño GHG Protocol, publicando los Inventarios de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero de sus unidades en Brasil.



### ÁMBITO 1

#### Emisiones directas brutas de GEI (tCO<sub>2</sub>e)

**2023**  
**29.456,03** tCO<sub>2</sub>e

**2024**  
**31.416,00** tCO<sub>2</sub>e

\* Las emisiones directas de GEI de Alcance 1 consisten en la suma de las emisiones provenientes del consumo de combustibles (diesel, gasolina, etanol, gas natural, GLP) en las unidades de Honda South America en el período del 1 de enero de 2024 al 31 de diciembre de 2024. La metodología utilizada para este cálculo fue la misma utilizada por el GHG Protocol/IPCC Tool.



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

Los combustibles que más contribuyeron a las emisiones fueron el gas natural y la gasolina. El gas natural representa alrededor del 83% de las emisiones de alcance 1, y mostró un aumento de alrededor del 6% en comparación con 2023, principalmente vinculado al aumento del 7% en la producción de automóviles y motocicletas (comparando 2024 con 2023).

Al analizar el indicador de emisiones de CO<sub>2</sub> de alcance 1 por unidad producida, se observa que los procesos han mantenido prácticamente la misma eficiencia de consumo (de media, 0,02 toneladas-CO<sub>2</sub>/unidad).



### ÁMBITO 2\* \*

#### Emisiones directas brutas de GEI (tCO<sub>2</sub>e) - SIN compensación i-REC

**2023**  
**2.525,56** tCO<sub>2</sub>e

**2024**  
**500,68** tCO<sub>2</sub>e

#### Emisiones directas brutas de GEI (tCO<sub>2</sub>e) - compensación COM i-REC

**2023**  
**8.640,26** tCO<sub>2</sub>e

**2024**  
**8.985,70** tCO<sub>2</sub>e

\*\*Las emisiones directas de GEI del alcance 2 consisten en la suma de las emisiones procedentes del consumo de electricidad en las unidades de Honda en América del Sur desde el 1 de enero de 2024 hasta el 31 de diciembre de 2024. La metodología utilizada para este cálculo fue la misma que la utilizada por el GHG Protocol/IPCC Tool.

Con relación al alcance 2, las unidades de Honda vienen buscando aumentar la participación de las energías renovables en su matriz energética. Para ello, han implementado nuevas alternativas, como la compra de certificados I-REC y la adquisición de energía de fuentes renovables.

Como ejemplo, YPF Luz suministra energía renovable desde el parque solar de Zonda desde 2022 y cubre casi el 100% de la demanda eléctrica de la planta de Honda en Argentina.

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

Estas y otras acciones están en consonancia con el objetivo global de la empresa de lograr la neutralidad de carbono en todos los productos y actividades corporativas para 2050.

## Emisiones de GEI

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

[ GRI 305-4]

Para calcular la intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero, se toma la suma de las emisiones de CO<sub>2</sub> de Alcance 1 y 2 de las plantas y se divide el resultado por el número de unidades producidas en Honda South America, en el período comprendido entre el 1 de enero de 2024 y el 31 de diciembre de 2024, en las plantas de producción de Honda South America.

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

A pesar del aumento de la actividad productiva en 2024, hubo una disminución del 7% en las emisiones de GEI por unidad producida (kgCO<sub>2</sub>/unidad) el año pasado, debido principalmente a la compensación y compra de electricidad renovable por Moto Honda da Amazônia y Honda Argentina.

Además, las plantas de Honda en América del Sur se esfuerzan constantemente para mejorar el uso de combustibles. Esto incluye proyectos para reducir el consumo mediante la sustitución de tecnologías y la búsqueda de combustibles más sostenibles, como el biogás y el etanol.

### Emisiones de NOx, SOx y otras emisiones atmosféricas significativas

[ GRI 305-7]

En 2024 se emitieron 1.835,86 toneladas de COV (Compuestos Orgánicos Volátiles). En comparación con 2023, se produjo un aumento debido principalmente al incremento de unidades producidas tanto en la planta de motocicletas como en la de automóviles de Brasil.

Para estimar este valor, se está teniendo en cuenta el 65% del valor total de los productos a base de disolventes adquiridos en el periodo en cuestión (pintura, barniz, imprimación, catalizador, diluyentes, etc.).



VOLUMEN DE EMISIONES	20 23	20 24
<b>NOx</b>	(-)	(-)
<b>SOx</b>	(-)	(-)
<b>Contaminantes orgánicos persistentes (COP)</b>	(-)	(-)
<b>Compuestos orgánicos volátiles (COV)</b>	1.209,27 toneladas	1.835,86 toneladas
<b>Contaminantes atmosféricos peligrosos (HAP)</b>	(-)	(-)
<b>Partículas en suspensión (PM)</b>	(-)	(-)
<b>Otras categorías (si procede)</b>	(-)	(-)

**Desde el inicio de las operaciones, se han emitido a la atmósfera 50.000 toneladas de CO<sub>2</sub> y Honda ha fabricado más de 1 millón de coches con electricidad limpia procedente del parque eólico.**

**Honda Energía:**  
energía limpia para producir más de un millón de coches

Honda se ha esforzado por cumplir el objetivo mundial de lograr la neutralidad de carbono en sus productos y actividades corporativas para 2050.

El parque eólico Honda Energy es un gran ejemplo de ello. El proyecto se inauguró en noviembre de 2014 y está situado en la localidad de Xangri-Lá (RS).

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

Entre enero y diciembre de 2024, el parque generó más de 85.000 MWh de energía.



### Operaciones ecoeficientes

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

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

Para garantizar la normalización de los informes y análisis entre las unidades de Honda, los valores energéticos se convierten en Gigajulios (GJ) utilizando los factores propuestos por la herramienta GHG Protocol Tool, y alineados con los supuestos del IPCC (Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático) y Honda Motor.

En 2024, se produjo un mayor consumo de combustible, electricidad y energía como consecuencia del aumento de la actividad productiva en las fábricas de Honda, especialmente en la fábrica de motocicletas, con un incremento de la producción del 7%, y del 15% en la fábrica de automóviles.

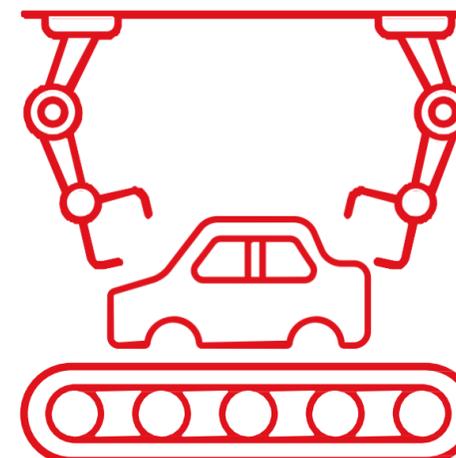
	2023	2024
Consumo total de combustibles no renovables (GJ)	510.412,88	543.631,51
Consumo total de combustibles renovables (GJ)	12.860,62	13.153,15
Consumo de electricidad (GJ)	927.544,30	984.610,09
Consumo total de energía (GJ)	1.450.817,81	1.541.394,75

Nota: Los números relatados se refieren al consumo de las unidades de Honda South America del 1º de enero de 2024 al 31 de diciembre de 2024, en Electricidad, Combustibles no renovables (diesel, gasolina, GLP y gas natural) y Combustible renovable (etanol y biodiesel).

### Índice de intensidad energética [ GRI 302-3 ]

El índice de intensidad energética registrado en 2024 por las unidades de fabricación de Honda fue de 0,95 GJ/unidad.

Las operaciones de Honda en América del Sur están alineadas con las directrices globales de la empresa, con el objetivo de alcanzar la neutralidad de carbono hasta 2050. Como tal, tiene el objetivo de reducir su consumo de energía por unidad producida en comparación con el período fiscal anterior.



Honda South America está alineada con las directrices globales de la compañía, con el **objetivo de alcanzar la neutralidad de carbono en 2050**

TASA DE INTENSIDAD ENERGÉTICA

2023

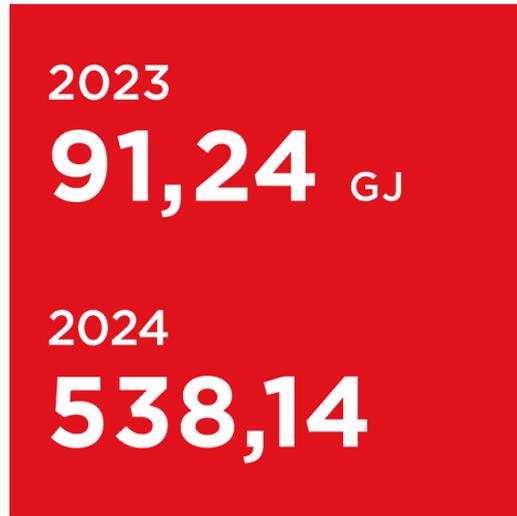
0,96  
GJ / unidad

2024

0,95  
GJ / unidad

Nota: El cálculo de este indicador considera el consumo de energía eléctrica y combustibles como diesel, biodiesel, gasolina, etanol, GLP y gas natural para el período del 1 de enero de 2024 al 31 de diciembre de 2024 en las unidades de producción de Honda South America.

Reducción del consumo de energía [GRI 302-4]



Nota: Para calcular este indicador se han tenido en cuenta los resultados de los proyectos de mejora planificados y realizados por las fábricas durante el periodo de referencia. La metodología de construcción y cálculo de este indicador es una directriz de Honda Motor (empresa matriz - Japón).

En 2024 habrá una mayor reducción de GJ en comparación con 2023, debido al inicio de nuevos proyectos energéticos. Destaca el proyecto de Honda Motor en Argentina, que incorporó nuevos tanques calentados por energía solar, reduciendo el uso de electricidad para alcanzar la temperatura ideal del agua en el proceso.

Junto con este resultado, las unidades de Honda en América

do Sul sigue ejecutando proyectos que han contribuido a sus resultados, como el cambio de equipos por versiones más eficientes, la realización de campañas de sensibilización y proyectos de mejora, entre otros.

Siguiendo las directrices globales de Honda Motor, las unidades de Honda Sudamérica han su objetivo es trabajar para reducir el consumo real de electricidad, con un mayor enfoque en el uso y la generación de energías renovables y la diversificación de las fuentes de energía, centralizando sus acciones hacia la reducción de sus emisiones de carbono procedentes de sus fuentes de energía.

El parque eólico Honda Energy es un ejemplo de esta gestión. Esta iniciativa, sumada a los esfuerzos de las unidades Honda Argentina y Moto Honda da Amazônia para adquirir parte de su electricidad de fuentes renovables, como parques de energía solar y compra de i-RECs, hace que **Honda South America tenga hoy cerca del 99% de su electricidad proveniente de fuentes limpias.**

El resultado de la reducción es la suma de las reducciones de todos los proyectos implantados en las unidades de producción de Honda. Base de conversión para GJ - GHG Protocol / IPCC Tool.

Uso racional del agua

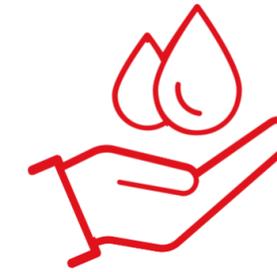
[GRI 103-2, 103-3, 303-1]

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

En cuanto al uso del agua, las unidades de Honda tratan de optimizar el uso de este recurso y aplicar las mejores soluciones para el tratamiento de efluentes.

El consumo de agua aumentó en 2024 debido al aumento de la actividad productiva en las unidades de Moto Honda da Amazônia y Honda Automóveis do Brasil. Sin embargo, si se compara el volumen de consumo de agua con el volumen de unidades producidas, se observa una reducción del consumo de agua por unidad producida (2023: 1,15 m3/unidad; 2024: 1,10 m3/unidad).

Mediante proyectos de mejora continua, como la reutilización del agua en algunos procesos de producción, el cambio de sistemas y el mantenimiento de los equipos, Honda pretende reducir el consumo de agua y evitar su desperdicio.



FUENTE

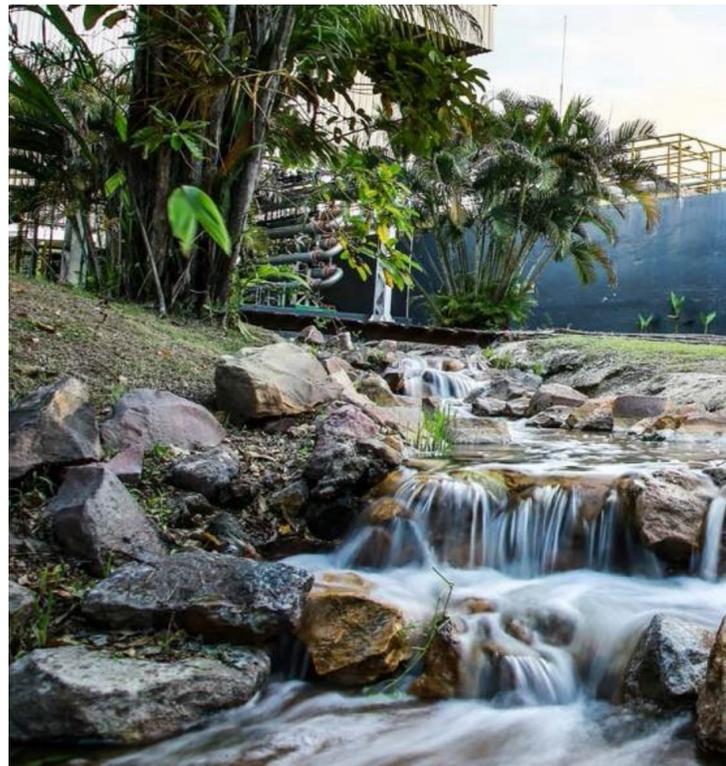
	2023	2024
Aguas superficiales	-	43.800,51
Aguas subterráneas	1.714.765,51	1.688.249,05
Aguas pluviales	-	-
Efluentes de otra organización	-	-
Suministro por servicios públicos o privados de agua	8.550,56	21.812,30
Reutilización del agua	1.610,80	1.364,24
<b>TOTAL</b>	<b>1.724.926,87</b>	<b>1.755.226,09</b>

Nota: Las cifras informadas se refieren al consumo de unidades de Honda South America en el período comprendido entre el 1 de enero de 2024 y el 31 de diciembre de 2024.

**Las acciones de Honda para la preservación de los manantiales y el uso consciente del agua**

En su fábrica de motocicletas de Manaus (AM), Honda reutiliza el agua de lluvia en los aseos, generando un ahorro medio de 800.000 litros al mes, lo que equivale al consumo diario de 230 personas.

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



**Estación depuradora de aguas residuales (ETE)**

Considerada una de las más modernas de América del Sur, la Estación de Tratamiento de Efluentes (ETE) de Moto Honda da Amazônia trata 1.449 m<sup>3</sup>/día de efluentes, con capacidad de hasta 2.500 m<sup>3</sup>/día. Después de ser utilizada en los procesos productivos, comedores y baños, el agua pasa por un riguroso proceso de purificación antes de ser devuelta al medio ambiente.

En este proceso de tratamiento, los elementos químicos del agua se separan y se envían al tanque de tratamiento biológico para unirse a los lodos activados, que son el resultado del tratamiento para destruir los contaminantes orgánicos. A continuación, el agua sometida al proceso de desinfección se dirige a la balsa de estabilización.

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

**Estación depuradora de aguas residuales oleosas - ETEO**  
**Estación depuradora de aguas residuales oleosas - ETEO**

En 2024, tras los estudios de viabilidad y la finalización de los proyectos, se construyó la Estación de Tratamiento de Efluentes de Aceite (ETEO) en la fábrica de motocicletas de Manaus para tratar por lotes el efluente de emulsión procedente de los procesos de fundición y mecanizado de piezas, con una capacidad de 80m<sup>3</sup> /día.

En este proceso de tratamiento, se separa la emulsión del aceite y se tratan los elementos químicos presentes en el agua, que pasan al tanque de tratamiento biológico y se unen a los lodos activados, resultado del tratamiento para destruir los contaminantes orgánicos. A continuación, el agua que ha sido sometida al proceso de desinfección se dirige a la balsa de estabilización.

Una parte del efluente final tratado disponible en la balsa de estabilización se reutiliza para el riego de jardines, en los procesos industriales de limpieza de piezas y de limpieza de la planta; y la otra parte se devuelve a la naturaleza, contribuyendo a la preservación del ecosistema de Igarapés.

## Gestión de residuos y reciclado

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

Honda aplica el concepto de las 3R en todas sus operaciones: Reducir, Reutilizar y Reciclar. De este modo, la empresa gestiona los residuos de sus actividades y concentra sus esfuerzos en mejorar los procesos de producción mediante el desarrollo de nuevas tecnologías destinadas a reducir, reutilizar y reciclar.

Se observa un aumento de la generación de residuos respecto a 2023, debido principalmente al aumento de la actividad productiva. Si nos fijamos en la intensidad de residuos generados por unidad producida, se observa una disminución del 1,2% de los residuos generados por unidad producida en América del Sur, así como una mayor tasa de reciclaje (2023: 78,2%, 2024: 82,1%).

Cabe destacar que las fábricas de Moto Honda da Amazônia y Honda Automóveis do Brasil (Sumaré e Itirapina) ya son empresas de vertido cero. Cerca del 83% de todos los residuos generados tienen un destino final más sostenible —como el reciclado, la coprocesación y el compostaje —reforzar el concepto de "Circulación de Recursos", una de las áreas de interés de la Triple Acción para Cero.

Todas sus unidades en Sudamérica promueven la recogida selectiva, desarrollan proyectos dirigidos a la reducción y eliminación de los residuos generados por sus actividades y promueven mejoras en la gestión de los residuos generados en los procesos productivos, como la aplicación del concepto TWM (acrónimo de "Total Waste Management").

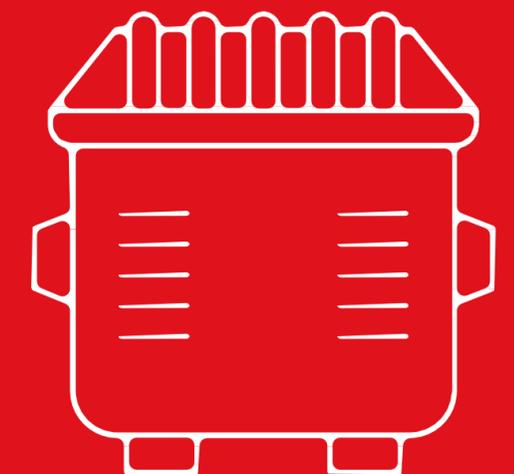
RESIDUOS PELIGROSOS (T)	2023	2024
Reciclaje	479,00	1.235,10
Recuperación	0	0
Incineración	3.304,04	3.603,73
Vertedero	0	36,00
Otros (especificar) - incorporación	0	0
Otros (especificar) - coprocesamiento	182,61	276,18

RESIDUOS NOPELIGROSOS(T)	2023	2024
Reutilización	0	0
Reciclado	43.195,03	47.123,54
Compostaje	355,46	401,99
Incineración	6.670,39	
Vertedero	616,38	622,81
Otros (especificar) - co-tratamiento	1.036,49	1.245,83
Otros (especificar) - ultrafiltración	0	0

**VOLUMEN TOTAL 55.839,39 58.930,17**



**Honda se compromete a reducir y mitigar los impactos de sus actividades sobre el medio ambiente**



### Compostaje

En las fábricas de Honda Automóveis, en Sumaré e Itirapina, es posible transformar los residuos de alimentos en compost. A través del Centro Interno de Compostaje, más de 400 toneladas de este tipo de residuos pasan por el proceso todos los años, reduciendo también las emisiones de dióxido de carbono de la cadena logística de recogida y eliminación de residuos orgánicos.

En 2024, Honda produjo más de 14 toneladas de compost orgánico que se utilizó en las zonas verdes de la empresa.

## El compostaje y el cabotaje son ejemplos de acciones más sostenibles



**14,6 toneladas de compost orgánico producido por Honda y utilizado en las zonas verdes de la empresa.**



### Cabotaje

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

Como ejemplo, la empresa utiliza el cabotaje como principal medio de abastecimiento de la fábrica de Manaus. En 2024, Moto Honda da Amazônia transportó **2.318** contenedores de piezas, suministros y estanterías retornables en esta modalidad, lo que supuso una reducción de emisiones de más **de 11.000 toneladas de CO<sub>2</sub>** (en comparación con el transporte por carretera, considerando la base de cálculo del GHG Protocol).

**Biodiversidad [GRI 304-1]**

**Reserva privada del patrimonio natural (RPPN)**

Para contribuir con la preservación de la biodiversidad en la región amazónica, Honda se comprometió desde 2006 a mantener una Reserva Particular del Patrimonio Natural (RPPN), ubicada en el perímetro urbano de Manaus (AM). Este tipo de conservación forma parte de un compromiso voluntario para preservar la naturaleza y el equilibrio del ecosistema local mediante la protección de los recursos hídricos, la gestión de los recursos naturales y el mantenimiento de los equilibrios climáticos, entre otras contribuciones ambientales.

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

**Gracias a esta iniciativa se conservan unas 140 especies de árboles forestales, como ceiba, laurel, angelim y ucuúba, así como especies animales autóctonas,** en particular el sauim de collar, en peligro de extinción.



**Proyecto agrícola**

A 80 kilómetros de Manaus, en el municipio de Rio Preto da Eva, **Honda posee una estructura completa para probar la calidad y durabilidad de sus motocicletas.** De forma armoniosa, la empresa también mantiene un proyecto de horticultura y reforestación con especies nativas. Cerca del 80% del terreno, el equivalente a 802,38 hectáreas, se mantiene como reserva legal, una propiedad rural que se mantiene con vegetación nativa, donde se cultivan especies en peligro de extinción.

Las áreas verdes y la reserva legal contribuyen al mantenimiento de la biodiversidad de los ecosistemas de la Amazonia Legal, con la preservación de 14 especies de fauna clasificadas en las categorías de amenaza del MMA (2022) y de la UICN (2024), como el *Celeus flavus* (Carpintero) y el *Pulsatrix perspicillata* (Lechuza Murucutu) y 10 especies de flora arbórea en el área del proyecto clasificadas en las categorías de amenaza.

como *Dicypellium caryophyllaceum* (Cravo, pau-cravo) y *Dicypellium manausense* (Louro- preto), así como la presencia de manantiales que contribuyen a la cuenca del río Cuieiras, a la cuenca del río Preto da Eva y a la cuenca del Tarumã-Açu Igarapé.

**El Proyecto Agrícola, inaugurado en 2003, pretende plantar árboles frutales como coco, pupunha, acerola, limón, papaya y plátano, así como lechugas y rúcula hidropónica, que abastecen a los restaurantes de la fábrica y a organizaciones que atienden a niños y ancianos necesitados.**

La mayor parte de las frutas y hortalizas cultivadas se donan a instituciones sociales que complementan la dieta sana de la población, como la Casa de Acogida Moacir Alves, Casa Mamãe Margarida y el Grupo de Apoyo contra el Cáncer (GACC).

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

# Seguridad

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

Para Honda, las medidas de seguridad en caso de accidente deben combinar tres elementos: Habilidad Humana (actividades de concienciación), Rendimiento de la Movilidad (desarrollo tecnológico) y Ecosistema de Tráfico (colaboración con terceros y desarrollo de sistemas/servicios).



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

## Seguridad de los productos

### Motos

Honda, que invierte continuamente en tecnologías innovadoras para proteger a los motoristas, siempre ha tenido la vista puesta en el desarrollo de innovaciones que puedan hacer más segura la conducción. Desde la introducción del sistema de frenado ABS (*Antilock Braking System*) hasta el desarrollo del primer airbag para motos, la marca se ha esforzado por alcanzar el objetivo global de reducir los accidentes mortales en los que se ven implicados sus vehículos.

En Brasil, la renovación de la línea de Honda Motos introdujo nuevas motos en el mercado en 2024, trayendo evolución en diseño, ciclismo y seguridad.



### Honda ADV

La versión más moderna del scooter ADV ha aportado al mercado importantes tecnologías que pretenden ofrecer más seguridad al piloto. Entre ellas destacan

**Freno ABS:** tecnología de frenado que impide el bloqueo de la rueda delantera en caso de frenada brusca.

**Ruedas:** con 14" en la rueda delantera y 13" en la trasera, los neumáticos son más anchos y de uso mixto, lo que proporciona

agilidad, estabilidad y seguridad incluso en terrenos irregulares.

**Control de tracción:** una de las grandes novedades del modelo es el sistema HSTC -*Honda Selectable Torque Control*-, un sistema de control de tracción que actúa para limitar la pérdida de tracción del neumático trasero en superficies de baja adherencia. En el salpicadero, un testigo "T" parpadea cuando el sistema entra en funcionamiento.



### Línea CG

El vehículo más vendido en Brasil desde su lanzamiento en 1976, la CG es un modelo conocido por su durabilidad, economía y excelente relación calidad-precio, cualidades que prueban el éxito de la moto entre miles de clientes en todas las regiones del país. Para garantizar una conducción más segura, la gama CG incluye:

**Tipos de frenos:** en la 10ª generación del modelo, todas las versiones cuentan con frenos de disco delanteros como equipamiento de serie. Las versiones Cargo, Start y Fan disponen del sistema CBS (Combined Brake System), con disco delante y tambor detrás, mientras que el Titan tiene frenos de disco en ambas ruedas, con la delantera equipada con sistema ABS.

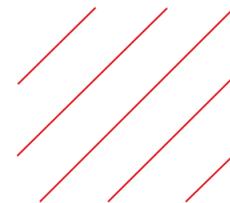
**Iluminación:** el modelo de nueva generación también incorpora luces traseras LED de serie. Las versiones Titan y Fan también incorporan LED en el grupo óptico delantero de nuevo diseño.

### XRE 190

Modelo de la categoría trail, la XRE 190 destaca por su equilibrio, agilidad y economía. Es una excelente opción para los clientes que buscan una moto versátil, tanto para el uso diario como para aventuras por senderos ligeros y medios.

**Frenado:** el XRE 190 siempre ha contado con frenado ABS en la rueda delantera, que se ha mantenido en la nueva generación. Sin embargo, la llegada de una nueva suspensión delantera garantizará no sólo una mayor robustez y eficacia al abordar terrenos irregulares, sino también una mejora de la seguridad de frenado.

**Iluminación:** la adopción de nuevos faros, pilotos traseros e intermitentes con iluminación LED es otro importante avance en materia de seguridad aplicado al XRE 190 2025, al igual que la llegada de un cuadro de instrumentos aún más completo con indicador de marcha engranada.



### NXR 160 Hermanos

La Honda NXR 160 Bros es uno de los modelos más vendidos de la marca y llega con un aspecto moderno y aventurero, además de tecnologías de seguridad como los sistemas de frenado.

El modelo tiene dos opciones de sistema de frenos: ABS y CBS. En la versión NXR 160 Bros CBS, el piloto tiene más seguridad al pisar el pedal del freno trasero, ya que la tecnología distribuye aproximadamente el 30% de la capacidad de frenado al freno delantero simultáneamente, favoreciendo la reducción del espacio de frenado y manteniendo la estabilidad.



### BIZ 125

La Honda Biz 125 es una moto práctica y económica, ideal para uso urbano. Con su moderno diseño y funcionalidades, ofrece confort y comodidad para el uso diario, además de seguridad.

Una de las grandes novedades de la Biz 125 versión 2025 es la eliminación del pedal de freno. Ahora el control del CBS - *Sistema de Freno Combinado* se realiza a través de una palanca en el puño izquierdo, siguiendo el mismo esquema que en los scooters.

**Coches**

En el segmento de automóviles, la marca cuenta con la tecnología Honda SENSING, un paquete de tecnologías avanzadas de seguridad y asistencia al conductor, disponible en todos los modelos importados y nacionales vendidos en Brasil.

En 2024, Honda presentó la nueva generación de la familia New City, con el New City Sedán y el New City Hatchback. Los modelos irrumpieron en el mercado con innovación y tecnología, estableciendo un estándar más alto en sus segmentos, con una seguridad mucho mayor. Uno de los grandes diferenciadores de la gama New City 2025 es el Honda SENSING, que ahora viene de serie en la versión EX, reforzando la posición del modelo como uno de los más completos y seguros de su segmento.

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

**Consulta las funciones de Honda SENSING:**

**ACC - Control de cruceo adaptativo**

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

**LKAS - Lane Keeping Assist System**

Detecta los carriles y ajusta la dirección para ayudar al conductor a mantener el vehículo centrado en las líneas de delimitación.

**RDM - Sistema de mitigación de cambio involuntario de carril**

Detecta el abandono del carril y ajusta la dirección para evitar accidentes.

**AHB - Regulación automática de los faros**

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

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



## Conducción segura

### Centro de Educación Vial de Honda (CETH)

Honda cree que la educación, combinada con la tecnología de los productos, es la clave para un futuro sin accidentes. Por ello, la compañía promueve actividades de seguridad vial en todos los continentes en los que opera, llevando a cabo acciones en función de las características y situaciones de tráfico de cada país.

Este trabajo comenzó en la década de 1970, cuando Honda promovió actividades itinerantes por todo Brasil con el objetivo de mejorar las técnicas de conducción. Desde entonces, la empresa ha comprendido la importancia de la educación para construir un entorno de tráfico seguro. Con el tiempo, las actividades han ido cobrando fuerza, junto con el apoyo de la red de distribuidores.



Actualmente, en Brasil, existen tres unidades del Centro Honda de Educación en Tránsito (CETH), ubicadas en Indaiatuba (SP), Recife (PE) y Manaus (AM), que ofrecen clases prácticas y teóricas destinadas a divulgar conceptos de seguridad en el tránsito y conducción segura de motocicletas.

Los Centros Honda de Educación Vial ofrecen formación y conferencias gratuitas a los propietarios de flotas de vehículos de empresas públicas y privadas, como la Policía Militar, el Ejército y el Cuerpo de Bomberos, entre otros. Destacan también los eventos realizados en colaboración con organismos públicos en fechas conmemorativas, como el Mayo Amarillo y la Semana Nacional del Tránsito.

En los CETH, la formación teórica tiene lugar en un aula y proporciona a los motoristas información importante sobre la conducción en autopista.



situaciones de tráfico. En la segunda fase, los alumnos ponen en práctica lo aprendido en clase en las carreteras de las unidades.

En 2024, más de 5.000 personas recibieron formación en cursos prácticos sobre conducción segura y más de 14.000 asistieron a conferencias del CETH.

Desde el inicio de las actividades del CETH en 1998, más de 600.000 personas han recibido el impacto de la iniciativa en acciones presenciales.

## Asociación con la red de distribuidores

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

La iniciativa comprometió a la red de concesionarios en la realización de acciones de Seguridad en el Tránsito, posibilitando así aumentar el número de personas alcanzadas y maximizar la concienciación y educación a favor de un tránsito más seguro. Entre las actividades promovidas están cursos de conducción segura, conferencias para promover la reflexión sobre comportamientos seguros en el tráfico, paradas educativas para motociclistas, así como acciones que involucran a los niños con Clubinho Honda. En 2024, más de 5.000 acciones de seguridad en el tránsito fueron realizadas por 209 grupos de concesionarios, impactando a más de 407.000 personas en todo Brasil.

La red de concesionarios es un pilar importante para la difusión de conceptos de seguridad vial, ya que cuenta con más de 1.100 puntos de venta en todo el país que pueden ayudar a promover actividades educativas en las cinco regiones de Brasil.



### Club Honda

Los Centros de Educación Vial también ofrecen actividades educativas para niños. Se trata del proyecto "Clubinho Honda - Trânsito Amigo" (Pequeño Club Honda - Tráfico Amigo), que funciona desde 1992 para promover actividades lúdicas que inviten a los niños de 4 a 10 años a aprender sobre seguridad vial de forma ligera y divertida.

Los CETH también tienen en sus instalaciones el Clubinho Honda Cidade Mirim. El espacio, abierto a eventos específicos con niños de escuelas públicas y concertadas, reproduce una ciudad con la intención de transmitir conceptos

educación vial. En el recinto se simula una miniciudad, con elementos como un paso de peatones, semáforos, señales y minivehículos eléctricos para que los niños aprendan las principales normas de tráfico.

Clubinho Honda atiende a los niños in situ en instituciones públicas, privadas y escuelas, aumentando el alcance de los participantes en lo que se refiere a conceptos de seguridad vial, a través de actividades lúdicas con vídeos y juegos que retratan el tema. Fueron realizadas 346 acciones, impactando a más de 59 mil niños.

## Recall

El respeto por el individuo es uno de los principios que rigen las operaciones de Honda en todo el mundo. Con base en él, la empresa realiza sus campañas de recall en todo el país, de forma gratuita y con el apoyo de su sólida red de concesionarios. La empresa se esfuerza por citar a los clientes para la reparación con transparencia y agilidad.

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

- Campañas en medios digitales;
- Disponibilidad 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);
- Asociación con SENATRAN para enviar cartas a los clientes y notificación a través de la aplicación Carteira Digital de Trânsito, recordándoles la necesidad de llevar a cabo la retirada;
- Centro de llamadas activo y receptivo para citas y consultas;
- Piezas publicitarias de comunicación en los camiones caja

## Retirada masiva de los airbags de Takata

La llamada a revisión de los airbags Takata es la mayor de la historia de la industria del automóvil en Brasil. Desde julio de 2010, Honda ha hecho un llamamiento a sus clientes para que reparen el inflador de airbag defectuoso de Takata y, hasta el cierre de este informe, ha llevado a cabo 17 campañas de retirada de infladores de airbag de Takata en automóviles y 2 campañas para la moto GoldWing. [GRI 103-3/416, 416-1]

Según las campañas anunciadas hasta diciembre de 2024, es necesario llamar a revisión 943.361 vehículos debido a los airbags de Takata. Teniendo en cuenta los infladores del lado del conductor y/o del pasajero, hay 1.611.187 unidades que deben sustituirse.

De este total, 1.410.525 infladores de airbag Takata ya habían sido sustituidos en diciembre de 2024. Además, se identificaron 72.928 infladores en vehículos que ya estaban desguazados, fuera de circulación y temporalmente no disponibles para su reparación (como vehículos robados), lo que totaliza una tasa de servicio del 92%. En este periodo, Honda ha registrado 70 casos confirmados de rotura anómala del inflador del airbag Takata, proporcionando total asistencia a los clientes.

Honda ha adoptado una serie de medidas para aumentar la comunicación con todos los propietarios cuyos vehículos tienen una llamada a revisión pendiente y concienciarles de la urgencia de la reparación.

Es habitual que los coches cambien de propietario con el tiempo, pero los nuevos propietarios no siempre vuelven a los concesionarios para las revisiones y/o reparaciones periódicas, lo que dificulta la actualización de los datos en los registros de Honda.

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

Consciente de la gravedad de la llamada a revisión de los infladores de airbag Takata, Honda se compromete con iniciativas para acelerar el índice de respuesta de la campaña, actuando en pleno cumplimiento de la legislación vigente.

# Calidad

## La satisfacción del cliente es lo primero

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

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

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



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

## Calidad de los productos reconocida por los clientes

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

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

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



## Premios

### Coches Honda

### Motos Honda



#### Guía de compra

**Promovido** por la revista Autoesporte, el Nuevo City Sedán fue galardonado en la categoría de Berlina Compacta.



#### Mejor Compra

En los premios organizados por la revista **Quatro Rodas**, Honda venció en las categorías Coches deportivos de hasta 350 CV con el **Civic Type R** y Coches de hasta 120.000 reales con el **Nuevo City Sedán**.



#### Premio Movilidad Limpia

La agencia de noticias Autoinforme premió a Honda en las siguientes categorías: Berlina **Media 1.5 Flex** (Nuevo City Hatchback), **Deportivo 2.0 Gasolina** (Civic Type R), **SUV Compacto 1.6 Flex** y **SUV Compacto 1.6 Combustión** (Nuevo HR-V), y **Berlina Media Híbrida +1.6** (Civic Advanced Hybrid).



#### Moto de oro

Un premio organizado por la revista **Motociclismo**, en el que Honda se impuso en la categoría Cub con la **Biz 125**; **Scoter+ con la X-ADV**; y Moto Verde con la **CRF 250F**.



#### Premio Estadão de Mobilidade

Promovido por el periódico **O Estado de São Paulo**, Honda venció en la categoría de **Mejor Moto Trail** con la **XRE 300 Sahara**.



#### Moto del Año

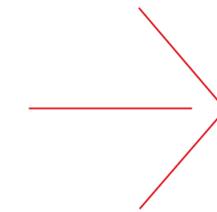
La revista **Duas Rodas** celebró sus premios "**Moto del Año**" y Honda ganó en la categoría Street hasta 200cc con la **CG 160 Titan ABS** y en la categoría Street hasta 350cc con la **CB 300F Twister**.

## Sistema de gestión de la calidad

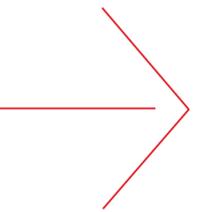
Honda tiene un sistema global de gestión de la calidad, G-HQS, establecido en abril de 2005, que consiste en un conjunto de normas fundamentales que apoyan las actividades de garantía y mejora de la calidad en todas las operaciones del grupo Honda. El sistema pretende garantizar la calidad no sólo en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

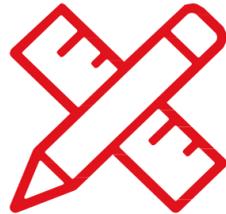
A través de G-HQS, Honda define claramente las funciones y responsabilidades, las normas y los indicadores para las áreas de desarrollo; fabricación; servicios; compras e ingeniería con el fin de mejorar continuamente la calidad de los procesos y los productos.

El G-HQS sistematiza los conocimientos adquiridos de forma independiente por Honda para fabricar productos de calidad y prevenir posibles problemas. Además de su propio sistema, Honda también cumple las normas de certificación ISO. Actualmente, cuatro instalaciones de Honda en América del Sur tienen certificación ISO 9001 (Moto Honda da Amazônia, Honda Automóveis Sumaré e Itirapina y Honda da Argentina).



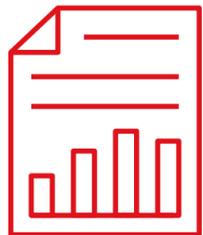
## Honda cuenta con un sistema global de gestión de la calidad





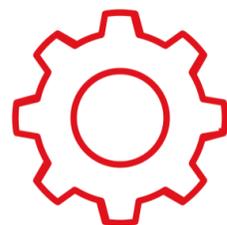
**Diseño y desarrollo**

La garantía de calidad se aplica desde la fase inicial de diseño del producto, aprovechando la experiencia de la marca en diseño y fabricación para crear proyectos que faciliten la producción;



**Preparación de la producción**

La garantía de calidad se extiende a los procesos de producción mediante controles de fabricación que limitan la variabilidad de los procesos;



**Producción**

Además de diseñar planos que faciliten la fabricación de productos y aplicar controles de fabricación que limiten la variabilidad de los procesos, la garantía de calidad realiza inspecciones rigurosas de piezas y vehículos, y se asegura de que los productos no sufran daños durante el transporte;



**Recogida de información sobre calidad**

A partir de la información recogida de clientes y mercados de todo el mundo, se realiza un análisis para mejorar la calidad (sistema de mejora de la calidad del mercado).



**Ventas y servicio**

Cualquier problema de calidad en el mercado es detectado por el departamento de posventa y tratado por los concesionarios, basándose en encuestas y en la recogida de información de los clientes;



## Investigación y desarrollo

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

Para ello, el Centro de Investigación y Desarrollo, situado en la fábrica de Automóviles de Sumaré (SP), trabaja intensamente en iniciativas para aumentar la tasa de nacionalización de componentes, en tecnologías menos perjudiciales para el medio ambiente y adaptadas a las demandas específicas de los países de la región.

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

La unidad dispone de una infraestructura para evaluar productos, así como de un campo de pruebas que simula las condiciones más variadas en las que se utilizan las motos, y laboratorios para probar motores, emisiones de gases y durabilidad.



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

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

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

**Esfuerzos para alcanzar el 120% de calidad**



## Gestión de proveedores

Honda se esfuerza por trabajar con proveedores reconocidos no sólo por su capacidad de servicio y la calidad de sus productos y servicios, sino también por sus acciones éticas en los ámbitos social y medioambiental.

Para formar parte del equipo de proveedores de la empresa, todas las empresas pasan por un proceso de selección realizado de acuerdo con las directrices globales definidas por la sede central en Japón.

La norma de Honda para la selección y gestión de socios viene definida por la metodología QCDMEFS (Calidad, Coste, Entrega, Gestión, Medio Ambiente, Finanzas y Seguridad).

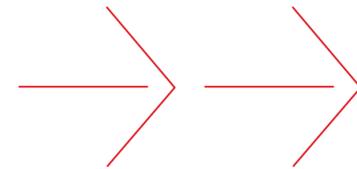
Centrándose en estas dimensiones, se establecen indicadores y procesos para el desarrollo y seguimiento de los proveedores, tales como especificaciones de calidad, eficiencia, servicio, gestión medioambiental, gestión de recursos humanos, entre otros.

## Número de proveedores

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

Honda Automobiles cerró 2024 con 136 proveedores de piezas de materias primas, un 11% menos que en el periodo anterior debido al cierre de la producción y exportación del modelo WR-V.

Para Moto Honda da Amazônia, hubo un ligero aumento en cantidad, con 112 proveedores de piezas de materia prima.



<p>Honda Automóviles de Brasil</p> <p><b>136</b></p> <p>proveedores de piezas de materia prima</p>	<p>Moto Honda da Amazônia</p> <p><b>112</b></p> <p>proveedores de piezas de materia prima</p>
--	---

## NHC-S - Nuevos proveedores del Círculo Honda

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

Para animar a los proveedores y hacerles partícipes de su filosofía, Honda ha desarrollado el Nuevo Círculo de Proveedores de Honda (NHC-S), cuyo objetivo es animarles a actuar dentro del concepto de mejora continua.

En Honda Automóveis do Brasil, 88 grupos participaron en la iniciativa. De ellos, 12 grupos fueron finalistas y participaron en la ceremonia de premiación realizada en septiembre de 2024. Las tres empresas vencedoras fueron: en primer lugar, Sumidenso; en segundo, Bosal; y en tercero, Mangels.

En Moto Honda da Amazônia, el programa NHC Proveedores se realizó presencialmente con la participación de 74 equipos de proveedores e incluyó 4 equipos vencedores, que trabajaron en diversos temas para mejorar la calidad y aumentar la eficiencia. Además, en continuidad con el Programa de Sostenibilidad, la unidad de Manaus trabajó en colaboración con proveedores y socios comerciales y recogió más de 55.000 artículos, entre productos de limpieza e higiene personal, para ayudar a instituciones de Manaus y São Paulo.



## Nuevos proveedores de Honda Circle - NHC-S Environmental

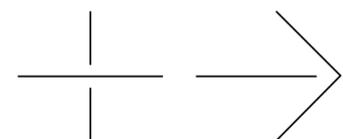
Honda también lleva a cabo el programa medioambiental anual New Honda Circle Suppliers - NHC-S, cuyo objetivo es animar a sus proveedores a eliminar el derroche de energía. De este modo, se anima a los socios a mejorar la eficiencia energética de sus máquinas y equipos, reduciendo el consumo de energía y, en consecuencia, las emisiones de CO<sub>2</sub>.

En 2024, Honda Automóveis do Brasil contó con la participación de 34 proveedores que, en conjunto, dejaron de emitir 7.288 toneladas de CO<sub>2</sub> a la atmósfera por medio de acciones de mejora continua. El reconocimiento al mejor trabajo de sostenibilidad fue concedido a la empresa G-KTB.

### Acciones de sostenibilidad con los proveedores

En 2024, Moto Honda presentó a sus proveedores la Directriz Global de Sostenibilidad de la empresa. En la ocasión, se mostraron las acciones de Honda hacia el Triple Cero: Neutralidad de Carbono, Circulación de Recursos y Energía Limpia, y también se pidió a los proveedores que se comprometieran con el tema firmando la Directriz de Sostenibilidad de Proveedores de Honda, destacando la importancia de la acción conjunta y complementaria para lograr una cadena de suministro sostenible.

Con el objetivo de involucrar a la alta dirección, se celebró un evento sobre sostenibilidad como parte del programa de la Reunión de Proveedores 2024. En esta ocasión, fue posible reunir a los líderes de los principales socios de Moto Honda para reforzar las directrices y objetivos de sostenibilidad de la empresa y comprometer a la cadena de producción.



### Calidad en el proceso de producción

Los procesos de producción de Honda se desarrollan utilizando modernas tecnologías de fabricación, que proporcionan piezas y componentes con un alto nivel de calidad. Además, se llevan a cabo rigurosas inspecciones intermedias, utilizando altos estándares, para elevar aún más la calidad del producto, siempre pensando en el cliente.



### Centro de Calidad del Mercado

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

El MQC pretende mejorar la prevención de problemas, así como detectar y resolver rápidamente las incidencias. El área recopila información relacionada con

la calidad de los productos procedentes de distribuidores de todo Brasil.

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

Los proveedores de Honda Automobiles **son firmantes de las Directrices de Sostenibilidad para Proveedores de Honda desde 2022**

## Relaciones con los clientes

Honda pretende proporcionar a los clientes experiencias positivas a lo largo del tiempo, en todos los puntos de contacto con la marca. De este modo, se crea una historia de relación que permite al cliente reconocer el valor de la marca, sus cualidades y sus diferenciales.

En esta misión, uno de los principales pilares de Honda en Brasil es su extensa red de concesionarios, formada por cerca de 210 puntos de venta y atención para automóviles y más de 1.100 para motocicletas.

La red de concesionarios es un socio clave que comparte la misma cultura orientada al cliente, ofreciendo un servicio personalizado desde el primer contacto, la prueba de productos, las negociaciones de venta, la prestación de servicios y la aplicación de estrategias de comunicación y relación.

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



En 2024, más de 212.000 clientes fueron escuchados y pudieron expresar sus opiniones a través de encuestas realizadas por el área de Posventa, contribuyendo a los procesos de mejora continua de la empresa.

La formación de los empleados de la red de concesionarios es otro factor esencial para garantizar experiencias positivas a los clientes. En 2024, Honda impartió más de 255.000 horas de formación técnica y de comportamiento, tanto a distancia como presencial, a los empleados de servicio y recambios de la red.

Más de  
**212.000**  
clientes  
pudieron expresar  
su opinión a través  
de las encuestas  
de Honda

## MEJOR PROGRAMA DE CALIDAD

El programa Best Quality alcanza su 17ª edición en 2024. La iniciativa de la marca está dirigida a la formación de los técnicos, consultores y responsables de servicios y recambios de su red de concesionarios de motos y coches. Además de la formación, el Programa Best Quality busca comprometer y motivar a los miles de profesionales de la Red de Concesionarios para mejorar su desempeño profesional con foco y dedicación en la satisfacción del cliente.

La evaluación final, en la que participaron 73 personas, consistió en pruebas prácticas de diagnóstico de vehículos, asistencia simulada y una prueba escrita de conocimientos.

Desde su lanzamiento en 2007, el programa ha contado con la participación de más de 144.000 empleados de la red de concesionarios de toda Sudamérica, lo que demuestra el compromiso de la marca por garantizar la alta calidad de su servicio posventa.



## Comunicación comercial

[GRI 417-3]

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

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

En 2024, no se detectó ningún caso de incumplimiento de la legislación o de los códigos voluntarios.

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



## Relación digital

Gracias a una sólida estrategia de comunicación digital y a su propia plataforma CRM, denominada "myHonda", la empresa y toda su red de concesionarios mantienen relaciones con los clientes a lo largo del tiempo, en todo el país, sobre una amplia gama de temas.

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

Al adherirse a myHonda, los clientes y fans de la marca tienen acceso a contenidos de interés, oportunidades y condiciones especiales, información de productos y servicios, así como gestionar sus datos de contacto, preferencias de comunicación, entre otras opciones, en pleno cumplimiento de la LGPD. De esta forma, Honda garantiza la excelencia en la atención al cliente también en el entorno digital.



## Portal postventa

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

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



## Depósito de piezas

Para atender las demandas de su red de concesionarios y garantizar un buen servicio al cliente de norte a sur de Brasil, Honda dispone de tres centros de distribución de piezas de recambio para motos y coches, y motores y máquinas.

Las unidades están estratégicamente localizadas en Sumaré (SP), Jaboatão (PE) y Manaus (AM) para garantizar una operación logística eficiente, con gestión de stocks y procesos automatizados.

Los centros de distribución son clave para la satisfacción y fidelización de los clientes, ya que refuerzan la agilidad, flexibilidad y alineación de toda la cadena, desde la planificación de la demanda hasta la entrega de piezas a los concesionarios y al cliente final.

## Redes sociales

Para mantener otro importante canal de comunicación con el público, Honda también está presente en las redes sociales, ofreciendo atención al cliente y contenido variado sobre sus productos y servicios. Las páginas también presentan temas que forman los pilares de la marca, como seguridad vial, medio ambiente, deportes de motor, entre otros. En todos sus canales oficiales, Honda tiene más de 16 millones de seguidores en Brasil.

Con el objetivo de promover un ambiente saludable para el intercambio de ideas y opiniones en las redes sociales, Honda posee un Término de Uso de las Redes Sociales, disponible en su sitio web y visible para todos los usuarios. El contenido contiene directrices que muestran las políticas adoptadas por Honda en sus acciones en el entorno digital, aumentando el pilar de la gobernanza.



Acceder y comprobar [www.honda.com.br/redes-sociais/termos-de-uso](http://www.honda.com.br/redes-sociais/termos-de-uso)

### HONDA

Corporativo



### HONDA

Coches



### HONDA

Motos



### HONDA

Motores y Máquinas



### Honda RACING

Honda Racing



Honda Redrider



### HONDA

Consórcio

Consorcio Honda



### HONDA

Banco

Honda Bank



# Personas

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

De este modo, la empresa pretende mantener un entorno de trabajo innovador, capaz de crear valores únicos para la sociedad y los clientes, donde cada empleado pueda disfrutar de la verdadera Alegría de Crear.

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

1

Valorar la iniciativa de cada empleado para hacer realidad sus ideas y aspiraciones;

2

Igualdad para que las personas reciban un trato justo, con las mismas oportunidades;

3

La confianza es fundamental para establecer relaciones duraderas y formar equipos de trabajo.



**Es sobre la base de esta filosofía que Honda incorporó el tema de la Diversidad en su matriz de materialidad en 2022, bajo el tema material "Gestión de Personas y Diversidad", discutido más adelante en este capítulo.**

## Datos generales

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

En las operaciones de Honda en América del Sur, había 13.775 empleados permanentes y 764 empleados no permanentes en 2024. Cada uno de estos empleados ha podido compartir este ambiente de trabajo, que se basa en el respeto a los seres humanos y fomenta el desarrollo y la realización profesional a largo plazo, además de recibir una remuneración en línea con las mejores prácticas del mercado. Con esta filosofía, Honda gestiona su capital humano y crea una cultura corporativa que proporciona una ventaja competitiva sostenible a largo plazo.

### POR SEXO

2023

2024

**Número total de empleados por contrato laboral**  
(fijos y temporales)



**284** Temporales  
**11.070** Permanentes



**683** Temporales  
**11.746** Permanentes



**55** Temporales  
**1.788** Permanentes



**81** Temporales  
**2.029** Permanentes

**Número total de empleados por tipo de empleo**  
(tiempo completo y tiempo parcial)



**11.235** A tiempo completo  
**119** A tiempo parcial



**12.353** A tiempo completo  
**76** A tiempo parcial



**1.750** A tiempo completo  
**93** A tiempo parcial



**2.034** A tiempo completo  
**76** A tiempo parcial

### POR REGIÓN

**Número total de empleados por contrato laboral**

(fijos y temporales)

2023

**Norte/Nordeste - Brasil:**  
Temporales: **243**  
Fijos: **8.154**

**Sur/Sureste - Brasil:**  
Temporales: **22**  
Permanente: **3.625**

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

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

**Perú:**  
Temporal: **28**  
Permanente: **315**

2024

**Norte/Nordeste - Brasil:**  
Temporal: **568**  
Permanentes: **8.528**

**Sur/Sureste - Brasil:**  
Temporales: **83**  
Permanentes: **4.101**

**Argentina:**  
Temporal: **82**  
Permanentes: **739**

**Chile:**  
Temporales: **0**  
Permanentes: **71**

**Perú:**  
Temporal: **31**  
Permanentes: **336**

## Diversidad e inclusión

[GRI 405-1]

Honda considera que el tema de la Diversidad y la Inclusión es de suma importancia para la sociedad, ya que una mayor igualdad promueve la estabilidad social y apoya el desarrollo económico, además de ayudar a la empresa a tener acceso a una visión más amplia y diversa de las cuestiones que la rodean.

### La mirada de Honda a la diversidad

La diversidad en el lugar de trabajo se refiere a la pluralidad de características entre los empleados. Abarca el respeto y la aceptación de las personas mediante el reconocimiento de las diferencias y la singularidad de cada persona, y puede referirse al género, la raza, la etnia, la nacionalidad, la edad, la orientación sexual, la discapacidad, la característica física, las creencias religiosas, la perspectiva política y la condición social, entre otras.

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

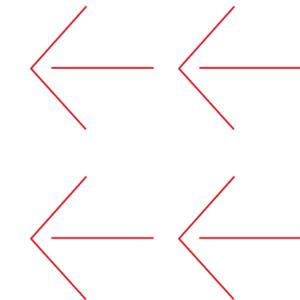
Honda incorpora los principios de la Diversidad en sus valores, basándose principalmente en el concepto de Respeto por el Individuo, presente en la Filosofía Honda.



Se cree que cada persona es única y tiene características propias en su forma de pensar, crear y soñar, y que esta singularidad debe respetarse.

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

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



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

## Plan de Acción sobre Diversidad e Inclusión

### Creación del Programa de Diversidad

- Honda valora la práctica de acciones orientadas a la diversidad y por ello creó el Programa de Diversidad, que contiene un plan de acción para:
  - Reconocer las diferencias como fuente de fortalecimiento del potencial humano, generando valor para la organización y la sociedad;
  - Promover el respeto mutuo y la igualdad de oportunidades mediante acciones de sensibilización, con vistas a la aplicación efectiva de la Filosofía Honda de Respeto a la Persona;
  - Garantizar la promoción del principio de igualdad de oportunidades en los ámbitos de la contratación y la selección, el desarrollo de los empleados y la gestión de la carrera profesional.

### DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

CATEGORÍA FUNCIONAL	2023		2024	
	H	M	H	M
Directores <sup>3</sup>	19	1	17	1
Gerentes y Directores Generales <sup>4</sup>	184	19	188	20
Supervisores	397	82	365	78
Empleados - Administrativos	3.519	1.091	2.387 <sup>1</sup>	987
Empleados - Fábrica	6.950	607	8.867 <sup>2</sup>	973

<sup>1</sup> La variación refleja un cambio de concepto en la definición de los puestos administrativos.

<sup>2</sup> La variación refleja un cambio de concepto en la definición de los puestos de fábrica, así como un aumento de la mano de obra.

<sup>3</sup> En 2025, el cargo de Director pasó a denominarse Jefe de División.

<sup>4</sup> En 2025, el cargo de Director General pasó a denominarse Jefe de División Adjunto.

### Seguimiento de los objetivos e indicadores para aumentar la igualdad de género en los puestos directivos

- El porcentaje de mujeres en puestos directivos en Sudamérica alcanzará el 14,8% en 2024;
- Para aumentar la diversidad y la representación femenina en puestos directivos de aquí a 2030, la empresa quiere fomentar la contratación de mujeres en los niveles iniciales de la carrera, tanto en el sector administrativo como en el operativo.
- Seguimiento trimestral con el consejo de administración de la empresa de los objetivos de diversidad;
- En 2024, las principales iniciativas incluían:
  - Contratación de un 41% de mujeres en puestos de entrada en Ventas y Administración;
  - Reclutamiento de mujeres para la planta de automóviles para iniciar el segundo turno en la planta de Itirapina, aumentando la mano de obra femenina en la planta de automóviles del 11% al 13%;
  - Consecución de un equilibrio de género del 50% en la contratación para el Programa de Prácticas en la fábrica de motocicletas y del 100% de contratación de mujeres en los Programas de Becarios de Ventas y Administración.

Además, en 2025 se creó un banco de talentos para atraer candidatas a los puestos disponibles, con el objetivo de ampliar la participación femenina en puestos de liderazgo en el futuro.

### Actividades de sensibilización y formación

Reforzando nuestro compromiso de promover una empresa diversa y basada en las prácticas de la Filosofía Honda, se celebró en 2024:

- Inclusión de personas con discapacidad: en la fábrica de automóviles, además de contratar a personas con discapacidad auditiva, se impartió formación en Lengua Brasileña de Signos (LIBRAS) a los empleados y se mejoró el proceso de incorporación de nuevas contrataciones con traducción al LIBRAS. En la fábrica de motocicletas, se abrieron vacantes de acción afirmativa para personas con discapacidad y se celebró una jornada de formación para la creación de nuevos empleados. rutas de aprendizaje con accesibilidad.
- Desarrollo profesional para personas mayores de 50 años en el negocio de las motocicletas: programa de formación continua para empleados operativos mayores de 50 años.
- Acción de Compromiso y Cultura de Inclusión con actos y charlas para conmemorar el Día Internacional de la Mujer.

\* Se consideran profesionales en posiciones de liderazgo aquellos que ocupan puestos de dirección y confianza.

## Bienestar y seguridad de los trabajadores

### Salud y seguridad en el trabajo

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

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

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

## Honda promueve una serie de acciones centradas en aumentar la seguridad y promover la salud de los trabajadores



### Entorno sin accidentes ni incidentes

Para anticipar los posibles riesgos e impactos que podrían generarse en sus operaciones, la empresa utiliza metodologías y herramientas para mapear todas las actividades existentes. Para cada una de las situaciones mapeadas existen procedimientos y soluciones preventivas, que incluyen la concienciación de los profesionales sobre la importancia de pensar y actuar siempre pensando en la seguridad de todos. El objetivo de Honda es conseguir “cero accidentes” en todas las unidades de producción.

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

En los últimos años, la frecuencia y gravedad de los accidentes ha disminuido notablemente, gracias a la política de mejora continua de la empresa y a la aplicación de diversas metodologías y herramientas:

**Task Force:** lista de comprobación de las desviaciones de comportamiento con el objetivo de mitigar las incidencias y definir acciones basadas en las principales desviaciones detectadas en el genba (expresión japonesa que significa “ir al lugar y comprobar la situación in situ”). La actividad reforzó el comportamiento en materia de seguridad, aumentando la concienciación de todos los empleados directamente implicados en las operaciones de la unidad de Manaus.

**Juegos Olímpicos de la Brigada Interna:** con el objetivo de reforzar la importancia de la prevención de emergencias y promover la concienciación, fue creada la acción Juegos Olímpicos de la Brigada Interna en la unidad Honda Automóveis do Brasil. Los juegos estimulan la creatividad, el espíritu de equipo y el desarrollo de habilidades en cada empleado.

**Formación en Seguridad para Referentes de GENBA:** formación específica en gestión preventiva de la seguridad, con el objetivo de mejorar la cultura y aumentar la concienciación en seguridad, así como la percepción del riesgo de los analistas y líderes del área de producción de la planta de Honda Motor en Argentina.

**Programa de observación de la seguridad:** patrullas mensuales con un sesgo de seguridad y emergencia en Honda del Perú, incluida la participación de los líderes, centradas en la identificación de peligros y riesgos y en la aplicación de contramedidas en caso de que se identifiquen condiciones inseguras.



## Un equipo sano

En Honda, seguridad y bienestar físico y mental van de la mano. En este sentido, se adoptan diversas medidas para preservar la salud de los empleados, como el estudio de aspectos ergonómicos, la atención médica especializada en casos de emergencia y la promoción de campañas de sensibilización, como Octubre Rosa y Noviembre Azul, centradas en la salud de mujeres y hombres, y conferencias sobre temas de salud mental y lucha contra el consumo de drogas y alcohol.

Además, Honda ofrece asesoramiento psicológico a sus empleados, proporcionándoles un entorno de trabajo más saludable en todos los aspectos.

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

## Encuesta sobre el clima

El principal indicador que refleja la calidad de la gestión de los recursos humanos en la empresa es la evolución de la Encuesta de Clima anual realizada a todos los empleados de América del Sur. El resultado de 2024 se mantiene en un nivel elevado, con un aumento del indicador alcanzado el año anterior, con un índice de favorabilidad del 91%, que indica la media global de respuestas de empleados satisfechos. Hubo una mejora en todos los factores evaluados en la encuesta, a nivel sudamericano, destacándose el reconocimiento del esfuerzo, el ambiente de trabajo y la confianza en la dirección. El 97,5% de los empleados participaron en la encuesta. Los resultados de la encuesta son evaluados por el departamento de recursos humanos para elaborar un plan de acción corporativo y por los gestores para definir acciones centradas en la realidad de las diferentes áreas.



**91% de** favorabilidad en la encuesta sobre el clima de 2024

## Formación y capacitación

[ GRI 404-1]

Con el objetivo de preparar a líderes y empleados para destacar en un escenario global, se ha reestructurado el programa de idiomas. Esta acción no sólo amplía las oportunidades de desarrollo, sino que también abre las puertas a un futuro en el que todos puedan alcanzar su máximo potencial, haciendo posible la construcción de una organización más fuerte y preparada para los desafíos, inspirando a cada individuo a ser un agente de cambio.

Además, los programas de liderazgo corporativo siguieron siendo una estrategia importante para desarrollar nuevas competencias. Las acciones desempeñaron un papel fundamental para alinear el liderazgo actual con las últimas tendencias del mercado, garantizando el avance de los equipos en las nuevas estrategias.

La Honda Academy, plataforma de formación online, sigue siendo un gran aliado para el acceso a la formación, contribuyendo a ampliar y reforzar la oferta de cursos, así como el desarrollo de todos los empleados.

En la fábrica de Manaus, el refuerzo de la formación básica fue un factor decisivo para avanzar en el desarrollo del público fabril. Para clarificar las funciones de los cargos, se trabajó en la alineación de las actividades y se revisaron todas las trayectorias formativas de las carreras operativas y técnicas, con la definición de una nueva matriz de formación básica.



Honda sigue trabajando **para ampliar y fortalecer los cursos ofrecidos a sus empleados, con estudios de mejora para la formación técnica específica en las áreas, el apoyo a la cualificación profesional, garantizar la mejora continua de los procesos, así como satisfacer las necesidades de fortalecimiento de liderazgo.**

GÉNERO	2023		2024	
	HOMBRES	MUJERES	HOMBRE	MUJERES
Promedio de horas de formación realizadas por los empleados de la organización durante el periodo de referencia	17,7	18,6	22,8	29,3
CATEGORÍA FUNCIONAL				
Directores	2,2	0,1	19,3	86
Gerentes y Directores Generales	33,9	64,0	31,8	53,4
Empleados - Administrativos	22,9	19,6	37,8	32,7
Empleados - Fábrica	14,3	15,6	18,0	25,2



## Escuela de Liderazgo

Centrados en el desarrollo interno de los líderes de la empresa, los directivos de Honda reciben formación para inspirar, coordinar y potenciar el talento de sus equipos.

Basado en la filosofía de la empresa, un programa de formación garantiza la formación completa de los empleados en puestos directivos, 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 prácticas

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

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

A lo largo de su desarrollo, los becarios están acompañados por los responsables de área y el departamento de Recursos Humanos.

En octubre de 2024, Honda lanzó su Programa de Prácticas 2025. Hubo 42 vacantes de prácticas en las plantas de São Paulo (SP), Sumaré (SP) e Indaiatuba (SP) y 60 vacantes en la planta de Manaus (AM).

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

## Programa de prácticas

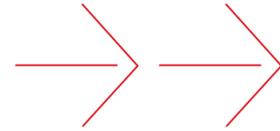
Unirse a una empresa sólida con una filosofía que valora el aprendizaje y el desarrollo continuo puede ser una gran oportunidad profesional. Por eso Honda organiza todos los años su programa Trainee.

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

En el primer año del programa, los becarios pasan los tres primeros meses en rotación de puestos en las principales áreas de la empresa y los nueve siguientes trabajando en sus propias áreas, además de desarrollar un proyecto de grupo orientado a la mejora y la innovación.

El segundo año también incluye el desarrollo de proyectos de mejora en las áreas en las que trabajan, tutorías con directivos y un programa de formación a lo largo de los 24 meses que dura el programa.

Honda abrió el proceso de selección para su programa Trainee en diciembre de 2024, ofreciendo 5 vacantes para São Paulo (SP) y Sumaré (SP), para trabajar en las áreas Comercial, Riesgos, Marketing y Datos.



## NHC

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

Los proyectos deben desarrollarse siguiendo la metodología del programa y son una oportunidad para que los empleados aprendan sobre herramientas de calidad, intercambien conocimientos y ganen visibilidad y reconocimiento, ya que los grupos destacados tienen la oportunidad de participar en convenciones nacionales e internacionales, compartiendo sus experiencias y creaciones.

De esta forma, Honda valoriza el capital humano, incentivando ideas y reconociendo la dedicación individual al aprendizaje conjunto. En la edición 2024, participaron 9.068 colaboradores en América del Sur, formando 1.848 equipos. Además, para promover el intercambio de conocimiento entre las unidades,

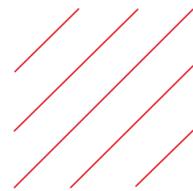


la Convención NHC Sudamérica en la ciudad de Buenos Aires, organizada por Honda Motor de Argentina. El evento contó con la participación de miembros con proyectos destacados, totalizando 210 colaboradores de diferentes países como Brasil, Argentina, Chile, Perú y Estados Unidos.

Para 2025, el programa se ha reformulado y se aplicará bajo una nueva metodología, con un nuevo nombre: Honda Circle Next Challenges (HCNC), pero manteniendo la base de la Filosofía Honda de búsqueda de la mejora continua.



**Programa de mejora continua de Honda**



## Comunidades locales

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

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

Actualmente se llevan a cabo diversas actividades sociales en todo el mundo con el objetivo de compartir la alegría

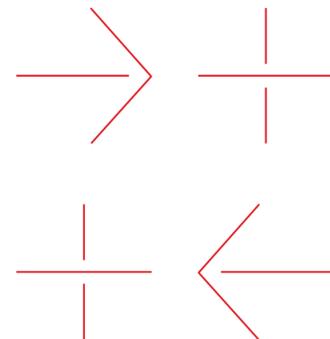
con la gente y convertirse en una empresa deseada por la sociedad. Honda también se esfuerza por apoyar iniciativas que reflejen las circunstancias locales en sus actividades corporativas en el extranjero.

Honda ha establecido principios fundamentales y orientaciones globales que representan su enfoque de las actividades sociales. A partir de esta forma de ser, pensar y actuar, se creó el lema de la empresa Together for Tomorrow.

Adoptado en todo el mundo por la empresa, a través de él la compañía demuestra la importancia de las relaciones que mantiene con la sociedad en su conjunto. Su construcción se basó en cuatro pilares – protección del medio ambiente, educación para las generaciones futuras, satisfacción de las necesidades de las comunidades locales y promoción de un tráfico más seguro– que ayudan a la empresa a orientar sus acciones en favor del desarrollo social, económico y medioambiental con el objetivo de ayudar a construir un mundo mejor y más justo para las generaciones futuras.

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

Durante el período comprendido entre el 1 de enero de 2024 y el 31 de diciembre de 2024, se llevaron a cabo 59 acciones y proyectos sociales, que representaron una inversión de alrededor de 873 mil dólares. De esta cantidad, el 8% (unos 69.169 dólares) se invirtió a través de la Ley de Incentivos – Ley Rouanet.



**Se llevan a cabo diversas actividades sociales en las seis regiones de operaciones mundiales**



Brasil



**Fomentar la educación [GRI 203-1]**

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

A lo largo de más de 800 horas de formación, los alumnos participan en clases teóricas y técnicas sobre mantenimiento de automóviles y motocicletas, con temas de metrología, electricidad, revisiones, inspecciones periódicas y otros.

También se incluyen en la carga de trabajo, con vistas a ampliar el campo de conocimientos de estos jóvenes y aumentar sus posibilidades de acceder al mercado laboral, módulos de orientación sobre ventas, técnicas de negociación, salud, relaciones familiares, informática, medio ambiente, seguridad vial y la importancia del voluntariado.

El proceso de selección de los jóvenes incluye el análisis de criterios como la edad, la escolarización y la vulnerabilidad

programa social, así como una prueba escrita, dinámicas de grupo y visitas familiares. Los solicitantes deben tener entre 18 y 20 años y cursar o haber cursado estudios secundarios.

En 2024, una promoción de 25 alumnos de la ciudad de Recife (PE) tuvo la oportunidad de pasar por el Curso de Formación Profesional, totalizando más de 310 jóvenes beneficiados por el proyecto desde su primera edición. Hoy, muchos de ellos están trabajando en el mercado laboral en diferentes funciones, algunos de ellos iniciando su carrera profesional en la red de concesionarios Honda.

En Sumaré (SP), se realizó la 2ª clase del curso, que ya benefició a más de 30 jóvenes de la región del interior de São Paulo desde 2023, cuando se inició el proyecto en la ciudad.

El Curso de Formación Profesional cuenta con el compromiso y la dedicación de profesionales de Honda de los más diversos ámbitos de actividad, que aportan conocimientos al proyecto a través de su experiencia y conocimientos profesionales, de forma voluntaria.





Brasil

### Sembrando sueños - Recogida de aceite de cocina

Llevado a cabo por Honda Automóveis, el proyecto Sembrando Sueños pretende beneficiar a instituciones de la comunidad local del entorno de la fábrica de Itirapina (SP) mediante la venta de aceite de cocina usado a empresas especializadas en el reciclaje del producto.

La iniciativa comenzó en 2019 y se basaba en la donación del aceite generado en las casas de los empleados, que depositaban voluntariamente el producto en puntos de recogida distribuidos por la empresa. Posteriormente, el proyecto pasó a incluir la donación de aceite de los comedores de la fábrica y la recogida en las escuelas del municipio, donde además de donar recipientes de almacenamiento, Honda promovió campañas de concienciación ofreciendo charlas y obras de teatro para aclarar los impactos negativos de la eliminación incorrecta de estos residuos en el medio ambiente.

La iniciativa beneficia a instituciones que atienden a 110 niños y 23 ancianos y, hasta la fecha, se han reciclado cerca de 3.243 litros de aceite, lo que ha evitado la contaminación de 81.081,50 litros de agua, promoviendo la conciencia ambiental, la sostenibilidad del medio ambiente y fomentando la integración entre la empresa, los empleados y la comunidad.



### Taller de solidaridad

Con el objetivo de tener un impacto positivo en la comunidad local, Honda Automóviles organiza el proyecto Taller Solidario. El objetivo de la iniciativa es recoger artículos como juguetes, ropa y material escolar para montar kits navideños.

En 2024, se beneficiaron 926 niños y adolescentes, pertenecientes a instituciones sociales ubicadas en la ciudad de Sumaré (SP), en torno a Honda.

## Desde el inicio del proyecto se han donado más de 23.000 cestas



### Soy Voluntario Honda

Honda cree que las acciones de unión y solidaridad traen satisfacción y contagian alegría. Por eso, en 2021, se creó el grupo "Soy Voluntario Honda", con la participación de más de 500 empleados de la fábrica de Manaus. Los voluntarios contribuyen donando alimentos, armando y entregando canastas de alimentos.

En 2024, los voluntarios recogieron toneladas de alimentos, así como donaciones complementarias de la empresa. Se donaron unas 60 toneladas de alimentos y más de 2.000 juguetes a más de 20 comunidades, lo que benefició a miles de familias.



**Pioneros en movimiento,  
Unidos por la Sustentabilidad Vial**

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

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

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

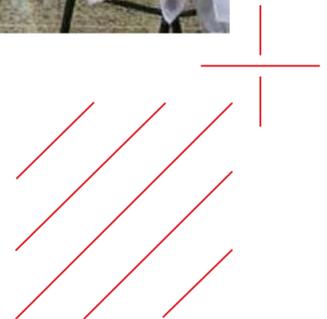


La acción ha aumentado su alcance desde el lanzamiento de su sitio web, donde se pueden descargar juegos educativos, fondos de pantalla y otros materiales para dar a conocer los cuatro pilares.

Para los alumnos que no disponen de conexión a Internet, el proyecto cuenta también con un cómic con contenidos educativos, que ofrece un acceso equitativo a la información y al aprendizaje a través del juego. A final de curso se celebra un concurso para elegir a la "Escuela más pionera".

Utilizando recursos educativos como juegos, obras de teatro, circuitos de tráfico, recogida selectiva y reciclaje de residuos, de agosto a diciembre de 2024, la acción benefició a 23.157 personas, tanto en actividades presenciales como online.

**El compromiso con la comunidad local es un valor para Honda**





Argentina



### Día del Empleo

Con el objetivo de aunar esfuerzos para promover una cultura de sustentabilidad, Honda Motor de Argentina (HAR), junto al Grupo Acerca de Responsabilidad Social Empresaria (RSE), integrado por 17 empresas de distintos sectores, organizó en noviembre de 2023 una acción denominada "Jornada de Empleabilidad".

365 jóvenes de escuelas secundarias y técnicas (públicas y privadas) de la ciudad de Campana, Argentina, se beneficiaron de la iniciativa. La acción social tiene como objetivo compartir herramientas, experiencias y orientar a los jóvenes en temas como redacción de CV, realización de entrevistas laborales, marketing personal, entre otros.

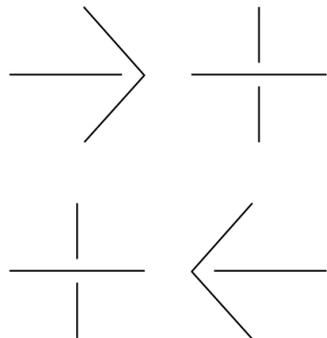


Perú

### Curso profesional de conducción de motocicletas

De abril a octubre de 2024, Honda del Perú (HDP) organizó el "Curso de Conducción Profesional de Motocicletas". El programa benefició a unos 1.000 participantes.

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



# Movilidad e innovación

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

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

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

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

## Iniciativas mundiales hacia una sociedad sin carbono

### Centrarse en las iniciativas de electrificación del automóvil

En mayo de 2024, Honda Motor celebró una rueda de prensa sobre los progresos realizados hacia la transformación de su negocio y la electrificación.

El entorno que rodea a la electrificación del automóvil está experimentando cambios significativos y, en algunas regiones, la sensación de ralentización del crecimiento del mercado de VE (vehículos eléctricos) está llamando la atención. Existen varios enfoques para alcanzar el objetivo de neutralidad de carbono de Honda para 2050.

Por otro lado, Honda no ha cambiado su convicción de que los VE son la solución más eficaz en el ámbito de los productos de movilidad pequeños, como motos y coches. Contemplando la tendencia desde una perspectiva a largo plazo, Honda confía en que el cambio hacia los VE continúe de forma constante. Sin dejarse intimidar por los cambios actuales en la situación, Honda debería mirar hacia el período de popularización de los VE que comenzará en la segunda mitad de la década de 2020 y construir una marca y un negocio de VE fuertes desde una perspectiva a medio y largo plazo.

La "Serie 0 de Honda", una serie global de vehículos eléctricos que será el buque insignia de Honda, contará con un total de siete modelos.



lanzados en todo el mundo para 2030, incluyendo varios modelos que van desde los pequeños a los grandes. Como parte de la electrificación mediante el Honda Mobile Power Pack e: (MPP), Honda lanzará en Japón un producto de micromovilidad que estará equipado con 4 MPP antes de que finalice el año fiscal 2026, mejorando las aplicaciones de los MPP.

Honda ofrecerá sus modelos híbridos más avanzados a un gran número de clientes de todo el mundo. Al mismo tiempo, la estructura de nuestro negocio ICE (motor de combustión interna), que incluye modelos híbridos-eléctricos, se reforzará aún más para garantizar unos beneficios constantes. Los fondos generados por el negocio ICE se invertirán en vehículos eléctricos y otros nuevos negocios.

## Desarrollo de soluciones de movilidad diversificadas para el futuro

## Estrategia de electrificación para motocicletas

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

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

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

La empresa también ha anunciado que para 2030 se esforzará por reducir el coste de las motos eléctricas terminadas en un 50% en comparación con el coste de los modelos eléctricos disponibles actualmente alimentados por baterías intercambiables. Para lograrlo, Honda adoptará

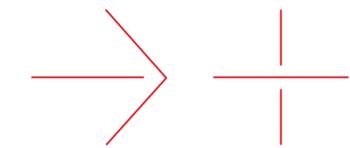


modelos enchufables, la optimización de las celdas de las baterías, el aumento de la eficacia de las compras y la producción mediante la adopción de módulos comunes, y el aumento de la eficacia de la producción a través de diversas medidas, como la producción en fábricas dedicadas a los modelos eléctricos.

Para la electrificación de sus motocicletas, Honda está invirtiendo 100.000 millones de yenes en el quinquenio 2021-2025, e invertirá otros 400.000 millones en los próximos cinco años.

en los próximos cinco años, de 2026 a 2030, por un total aproximado de 500.000 millones de yenes en 10 años antes del final de la década.

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



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

## Asociaciones estratégicas para el desarrollo tecnológico

### Acuerdo de investigación conjunta sobre tecnologías clave

Nissan Motor Co., Ltd. y Honda Motor Co., Ltd. han anunciado que ambas compañías han firmado un acuerdo para llevar a cabo una investigación conjunta sobre tecnologías fundamentales en el área de plataformas para vehículos definidos por software (SDVs) de próxima generación.

Las dos empresas creen que el área del software, que incluye la conducción autónoma, la conectividad y la IA (inteligencia artificial), establecerá el valor de los vehículos en el futuro y se convertirá en una de las más importantes del mundo.

fuente de competitividad, es un campo en el que la innovación tecnológica es extremadamente rápida y se pueden obtener sinergias fácilmente fusionando los recursos de ambas empresas, como la experiencia tecnológica y los recursos humanos.

Basándose en esta visión compartida, Nissan y Honda han firmado un acuerdo de investigación conjunta sobre tecnologías clave para la plataforma SDV de próxima generación y están estudiando la posibilidad de aportar un nuevo valor a través de la co-creación.



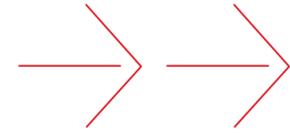
### Investigación conjunta sobre tecnologías de inteligencia artificial

En septiembre de 2024, Honda anunció el inicio de una investigación conjunta sobre tecnologías de IA (inteligencia artificial) con los Institutos Indios de Tecnología (IIT), concretamente el Instituto Indio de Tecnología de Delhi (IIT Delhi) y el Instituto Indio de Tecnología de Bombay (IIT Bombay), para seguir avanzando en la Honda CI (Inteligencia Cooperativa, CI), la IA original de Honda que permite el entendimiento mutuo entre máquinas y personas.

Honda ha estado trabajando en la investigación y el desarrollo de CI con el objetivo de

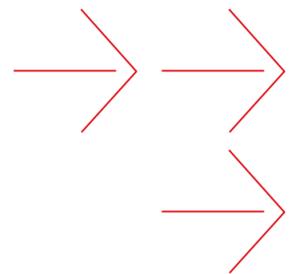
para hacer realidad una sociedad en la que todas las personas puedan disfrutar de la alegría y la libertad de la movilidad, y realizó demostraciones de la tecnología como concepto de su microvehículo/robot de movilidad impulsado por CI en la ciudad de Joso, prefectura de Ibaraki (Japón).

Con el fin de seguir avanzando en el campo de la inteligencia artificial, Honda y los IIT han definido temas de investigación conjunta, como el reconocimiento del entorno y el cultivo de comportamientos cooperativos, y llevarán a cabo actividades conjuntas de investigación y desarrollo utilizando tecnologías de IA de vanguardia.



# 08

## RESUMEN DEL CONTENIDO GRI



## Resumen del contenido de las normas GRI

[ GRI 102-55 ]

NORMA GRI	DIVULGACIÓN	PÁGINA Y/O URL	OMISIÓN
<b>GRI 101: FUNDAMENTOS 2016</b>			
<b>Información general</b>			
	102-1- Nombre de la organización	página 3	
	102-2 - Actividades, marcas, productos y servicios	página 15 y 16	
	102-3 - Ubicación de la sede central	página 15	
	102-4 - Localización de operaciones	página 16	
	102-5 - Propiedad y forma jurídica	Sociedad Limitada	
	102-6 - Mercados servidos	página 16	
	102-7- Tamaño de la organización	pág. 16	
	102-8 - Información sobre empleados y otros trabajadores	página 67 a 75	
	102-9 - Cadena de suministro	página 61	
	102-10 - Cambios significativos en la organización y en la cadena de suministro	página 62	
GRI 102: Información general 2016	102-11 - Enfoque o principio de precaución	página 32	
	102-12 - Iniciativas externas	Honda South America no es signataria de ningún compromiso voluntario	
	102-13 - Participación en asociaciones	ABEEólica - Associação Brasileira de Energia Eólica   ABRACICLO - Associação Brasileira dos Fabricantes de Motocicletas, Ciclomotores, Motonetas, Bicicletas e Similares   SIMEFRE - Sindicato da Indústria de Materiais e Equipamentos Ferroviários, Rodoviários e Duas Rodas   ANFAVEA/SINFAVEA - Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores / Sindicato Nacional da Indústria de Tratores, Caminhões, Automóviles and Similar Vehicles   AEA - Associação Brasileira de Engenharia Automotiva   FIEAM - Federação das Indústrias do Estado do Amazonas   CIEAM - Centro da Indústria do Estado do Amazonas   AFICAM - Associação dos Fabricantes de Componentes da Amazônia   Câmara de Comércio e Indústria Nipo-Brasileira do Amazonas e São Paulo   ABIAPE - Associação Brasileira dos Investidores em Autoprodução de Energia   FIESP-CIESP- Federação das Industrias do Estado de SP - Centro das Industrias do Estado de SP   IQA -> Instituto da Qualidade Automotiva   ABIMAQ - Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos   SINDIPEÇAS - Sindicato Nacional da Indústria de Componentes para Veículos Automotores   SINDIENERGIA-RS - Sindicato da Indústria de Energias Renováveis do Rio Grande do Sul   CÂMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA JAPONESA DE BRASIL	
	102-14 - Declaración del principal responsable de la toma de decisiones	página 5	
	102-16 - Valores, principios, normas y reglas de conducta	página 7 a 9	

GRI ESTÁNDAR	DISCLOSURE	PÁGINA Y/O URL	OMISIÓN
<b>DIVULGACIÓN</b>			
<b>Divulgaciones Generales</b>			
GRI 102: Divulgaciones Generales 2016	102-17 - Mecanismos de asesoramiento y cuestiones éticas	página 34	
	102-18 - Estructura de gobernanza	página 31 a 32	
	102-40 - Lista de partes interesadas	página 12	
	102-41 - Convenios colectivos	El 100% de los empleados inscritos en el régimen CLT están cubiertos por convenios colectivos y de clase	
	102-42 - Identificación y selección de las partes interesadas	página 12	
	102-43 - Enfoque de la participación de las partes interesadas	página 12	
	102-44 - Principales temas y preocupaciones planteadas	página 12	
	102-45 - Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	página 12	
	102-46 - Definición del contenido del informe y limitación de los temas	página 12	
	102-47 - Lista de temas materiales	página 12	
	102-48 - Reformulación de la información	página 12	
	102-49 - Cambios en los informes	página 12	
	102-50 - Periodo de información	página 12	
	102-51 - Fecha del último informe		
	102-52 - Ciclo de información	ciclo	
	102-53 - Punto de contacto para preguntas sobre el informe	Para sugerencias sobre el contenido del Informe, póngase en contacto con nosotros por teléfono: Motocicletas y productos de motor: 0800 055 22 21 Automóviles: 0800 017 12 13 Banco Honda: (11) 2172 7080 Consorcio Honda: (11) 2172 7007	
102-54 - Declaración de conformidad con las normas GRI	página 12		
102-55 - Resumen del contenido GRI	página 85 a 89		
102-56 - Verificación externa	La Memoria de Sostenibilidad no se verifica externamente		

<b>GRI ESTÁNDAR</b>	<b>DISCLOSURE</b>	<b>PÁGINA Y/O URL</b>	<b>OMISIÓN</b>
<b>MATERIALES TEMÁTICOS</b>			
<b>Calidad de los productos y servicios</b>			
	103-1- Explicación del tema material y sus límites	página 12	
GRI 103: Forma de gestión	103-2 - Forma de gestión y sus componentes	página 57 a 66	
	103-3 - Evaluación de la forma de gestión	página 57 a 66	
GRI 417-3: Casos de incumplimiento en relación con las comunicaciones de marketing 2016	417-3 - Casos de incumplimiento en relación con las comunicaciones publicitarias	página 65	
<b>Satisfacción del cliente</b>			
GRI 103: Enfoque de gestión	103-3 - Evaluación del enfoque de gestión	página 63	
Elemento de control propio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clientes escuchados en la encuesta de satisfacción</li> <li>• Encuestas de imagen de marca y premios públicos</li> </ul>	páginas 20, 24, 58 y 64	
<b>Movilidad e innovación</b>			
	103-1- Explicación del tema material y sus límites	página 81	
GRI 103: Enfoque de gestión	103-2 - Forma de gestión y sus componentes	Página 81	
Elemento de control propio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lanzamiento de nuevos productos y servicios</li> <li>• Información sobre las innovaciones globales de la marca</li> </ul>	página 81 a 83	
<b>Educación y seguridad vial</b>			
	103-1- Explicación del tema material y sus límites	página 51 a 56	
GRI 103: Enfoque de gestión	103-2 - Forma de gestión y sus componentes	página 51 a 56	
Elemento de control propio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Objetivos y/o compromisos para promover la seguridad vial</li> <li>• Nuevas tecnologías en productos</li> <li>• Personas del CETH impactadas</li> <li>• Nuevas iniciativas (acuerdos)</li> <li>• Índice del servicio de retirada de Takata</li> </ul>	página 51 a 56	
<b>Emisiones y eficiencia operativa</b>			
<b>Emisiones</b>			
	103-1- Explicación del tema material y sus límites	página 39 a 44	
GRI 103: Enfoque de gestión	103-2 - Forma de gestión y sus componentes	página 39 a 44	
	103-3 - Evaluación de la forma de gestión	página 39 a 44	
	305-1- Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 1)	página 42	
GRI 305: Emisiones 2016	305-2 - Emisiones indirectas de GEI derivadas de la compra de energía (Alcance 2)	página 42	
	305-4 - Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI)	página 43	
	305-7 - Emisiones de NO <sub>x</sub> , SO <sub>x</sub> y otras emisiones atmosféricas significativas	página 43	

<b>GRI ESTÁNDAR</b>	<b>DISCLOSURE</b>	<b>PÁGINA Y/O URL</b>	<b>OMISIÓN</b>
<b>MATERIALES TEMÁTICOS</b>			
<b>Emisiones y eficiencia operativa</b>			
<b>Coefficientes de funcionamiento</b>			
	103-1 - Explicación del tema material y sus límites	página 45	
GRI 103: Enfoque de gestión	103-2 - Enfoque de gestión y sus componentes	página 45	
	103-3 - Evaluación del enfoque de gestión	página 45	
<b>Energía</b>			
	GRI 302-1: Energía	página 45 y 46	
GRI 302-1: Energía	GRI 302-3: Índice de intensidad energética	página 45	
	GRI 302-4: Reducción del consumo de energía	página 46	
<b>Agua</b>			
	103-1: Explicación del tema material y sus límites	página 46	
GRI 103: Enfoque de gestión	103-2 - Forma de gestión y sus componentes	página 46 y 47	
	103-3 - Evaluación de la forma de gestión	página 46 y 47	
GRI 303: Agua 2016	303-1- Consumo de agua por fuente	página 46	
<b>Residuos y reciclaje</b>			
	103-1 - Explicación del tema material y sus límites	página 48 y 49	
GRI 103: Enfoque de gestión	103-2 - Forma de gestión y sus componentes	página 48 y 49	
	103-3 - Evaluación de la forma de gestión	página 48 y 49	
GRI 306: Efluentes y residuos 2016	306-2 - Residuos por tipo y método de eliminación	página 48	
<b>Gestión de personas y diversidad</b>			
<b>Relaciones laborales</b>			
	103-1 - Explicación del tema material y sus límites	página 67	
GRI 103: Enfoque de gestión	103-2 - Enfoque de gestión y sus componentes	página 67	
	103-3 - Evaluación de la forma de gestión	página 67	
GRI 402: Relaciones laborales Relaciones laborales 2016	402-1 Periodo mínimo de notificación de los cambios operativos	En el caso de contrataciones internas que impliquen desplazamientos desde el domicilio, se informa al empleado con al menos 30 días de antelación. En caso de que se decida pasar del teletrabajo (trabajo desde casa) al trabajo presencial, se informa al empleado con al menos 15 días de antelación.	

<b>GRI ESTÁNDAR</b>	<b>DISCLOSURE</b>	<b>PÁGINA Y/O URL</b>	<b>OMISIÓN</b>
<b>MATERIALES TEMÁTICOS</b>			
<b>Gestión de personas y diversidad</b>			
<b>Salud y seguridad en el trabajo</b>			
	103-1- Explicación del tema material y sus límites	página 71	
GRI 103: Enfoque de gestión	103-2 - Enfoque de gestión y sus componentes	página 71	
	103-3 - Evaluación del enfoque de gestión	página 71	
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2016	403-2 - Tipos y tasas de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes relacionadas con el trabajo	página 71 y 72	no detallado
<b>Formación y educación</b>			
	103-1- Explicación del tema material y sus límites	página 73 y 74	
GRI 103: Enfoque de gestión	103-2 - Forma de gestión y sus componentes	página 73 y 74	
	103-3 - Evaluación de la forma de gestión	página 73 y 74	
GRI 404: Formación y Educación 2016	404-1- Promedio de horas de formación al año, por empleado	página 73	
<b>Diversidad e inclusión</b>			
	103-1- Explicación del tema material y sus límites	página 69	
GRI 103: Enfoque de gestión	103-2 - Enfoque de gestión y sus componentes	página 69 y 70	
	103-3 - Evaluación del enfoque de gestión	página 69 y 70	
GRI 405-1: Diversidad en los órganos de gobierno y los empleados	GRI 405-1: Diversidad en los órganos de gobierno y los empleados	página 69 y 70	
<b>Ética y gobernanza</b>			
	103-1: Explicación del tema material y sus límites	página 31	
GRI 103: Enfoque de gestión	103-2 - Forma de gestión y sus componentes	página 31 a 36	
	103-3 - Evaluación de la forma de gestión	página 31 a 36	
	102-16 - Valores, principios, normas y códigos de conducta	página 31	
	102-17 - Mecanismos para las orientaciones y preocupaciones en materia de ética	Página 34	
GRI 102-16, 102-17, 205-2, 419-1	205-2 - Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	página 36	
	419-1 - Incumplimiento de leyes y reglamentos en el ámbito socioeconómico	página 33	

## Créditos e Información Corporativa

El área de Comunicación Corporativa desempeña el papel de planificación y elaboración del Informe de Sostenibilidad de Honda.

Con la cooperación de cada área de negocio, el material se publica después de validaciones y discusiones sobre los contenidos. Este informe se ha estructurado para comunicar a las partes interesadas las iniciativas de la empresa para seguir mejorando su valor corporativo y cómo Honda seguirá aportando alegría a la sociedad.

**Diseño gráfico, maquetación e infografía**  
Laboratorio Magenta

**Fotos**  
Colección Honda, Freepik y The Noun project, Unsplash, Pexels y Adobe



**Sitio web de Honda**  
[www.honda.com.br/](http://www.honda.com.br/)



**LinkedIn Honda Brasil**  
[www.linkedin.com/company/honda-brasil/](https://www.linkedin.com/company/honda-brasil/)



**HONDA**  
The Power of Dreams

**How we move you.**  
CREATE ► TRANSCEND, AUGMENT

