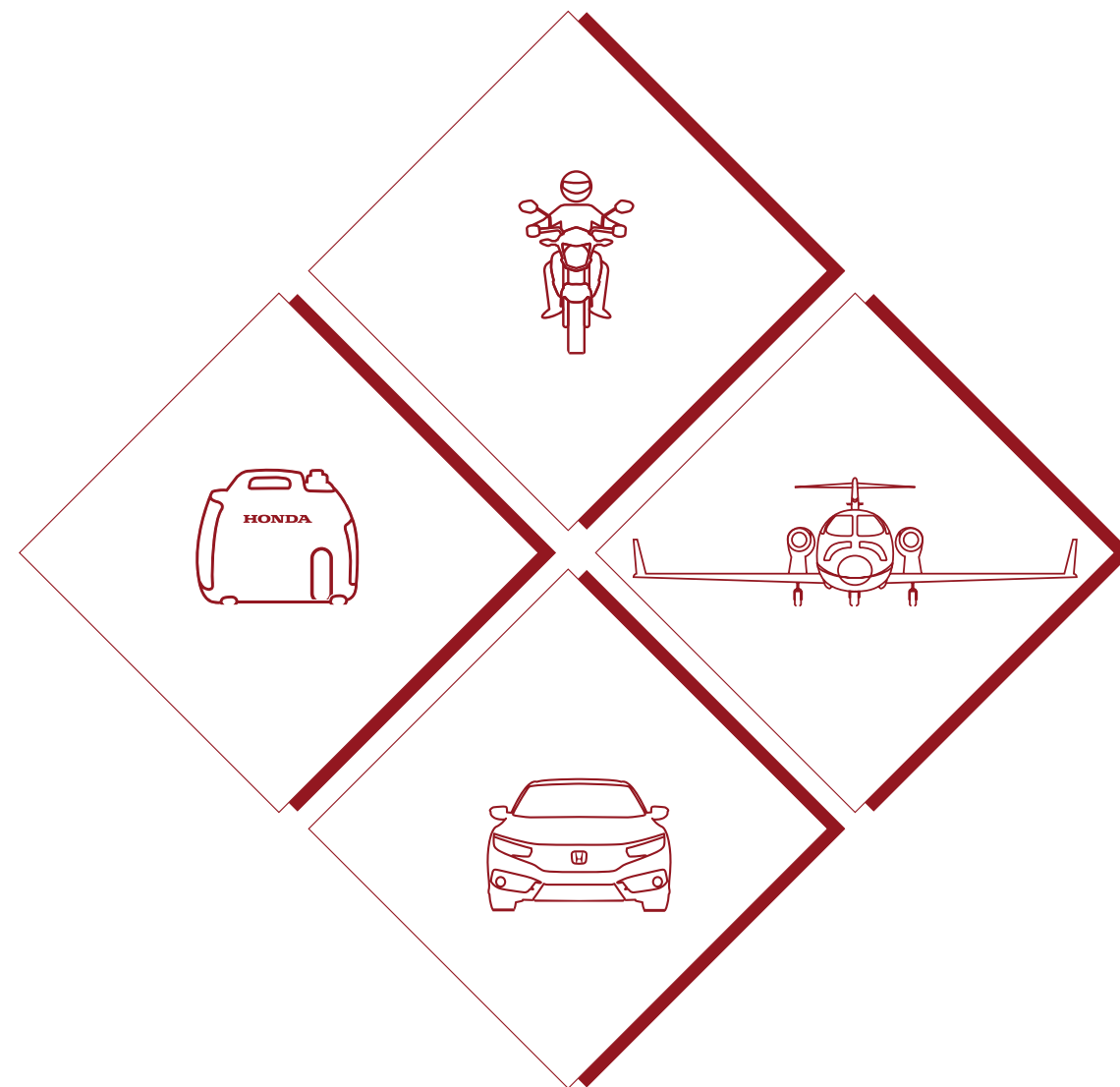


RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2020





APRESENTAÇÃO

“Um sonho
nunca é
grande
demais.”

Soichiro Honda



Por trás da marca Honda existe a história extraordinária de um homem e seu sonho. Filho de um ferreiro e de uma tecelã, Soichiro Honda nasceu no outono de 1906, na cidade de Hamamatsu, no Japão. Quando criança, passava longas horas ajudando o pai na oficina onde reparava bicicletas, meio de transporte que se tornava cada vez mais popular no país naquele início de século XX.

Ele ficou fascinado quando viu um carro motorizado pela primeira vez e a partir de então começou a sonhar com a ideia de construir seu próprio automóvel. Aos 15 anos ele se mudou para Tóquio e começou a trabalhar em uma oficina mecânica. Foi lá que, combinando técnicas industriais e artesanais, teve a oportunidade de construir seu sonhado carro. Assim nasceu o modelo “Curtiss”, veículo testado e aprovado para corridas que, em 1924, ganhou o Japan Motor Car Championship. Nessa época, Soichiro Honda tinha apenas 18 anos de idade.

Aos 21 anos, ele voltou para sua cidade natal e passou a trabalhar em uma oficina mecânica até ter capital suficiente para abrir sua própria fábrica de peças de automóveis, onde passou a produzir anéis de pistão.

Soichiro Honda testemunhou duas grandes guerras e também um conflito entre a China e o Japão. Após a Segunda Guerra Mundial, o país estava completamente devastado e ele perdeu

tudo o que tinha construído devido aos bombardeios e também a um terremoto que abalou ainda mais o país.

Um dos piores problemas naquele tempo era o transporte. Com o racionamento de combustível e trens lotados, Soichiro Honda comprou um lote de motores usados para geradores e os adaptou em bicicletas. Foi assim que começou a vender os primeiros ciclomotores.

A produção de motocicletas foi sendo aprimorada e aumentando, os carros passaram a fazer parte da linha de produção e, pouco a pouco, fábricas foram sendo instaladas em todo o Japão e em seguida em outros países e continentes.

A reputação da empresa cresceu e hoje a Honda Motor Company é um dos maiores nomes da indústria automobilística, conhecida e respeitada no mundo inteiro.

Soichiro Honda faleceu em 1991, mas seu sonho continua vivo até hoje. Inspirada pelo poder dos sonhos, a empresa procura, por meio de seus produtos e serviços, proporcionar experiências diferenciadas às pessoas. O compromisso da marca é proporcionar alegria e melhorar a vida das pessoas por meio da mobilidade.

Graças à crença e perseverança de seu fundador, a Honda é uma empresa global com 73 anos de história e com atividades na América do Sul há 50 anos, onde produz, importa e co-

mercializa motocicletas, automóveis, quadriciclos e produtos de força. Em 2015, o sonho de Soichiro criou asas e a companhia passou também a comercializar o jato executivo HondaJet, o mais avançado do mercado em sua categoria.

Por intermédio da Honda South America, holding responsável por todas as operações do grupo na região, a companhia mantém unidades produtivas no Brasil, Argentina e Peru, além de uma unidade importadora no Chile e mais de 2.200 pontos de venda, o que garante a presença da marca nas principais cidades da América do Sul.

Este relato contém informações e dados sobre as operações na América do Sul em 2020. Com ele, a Honda mantém a relação de transparência que estabelece com seus públicos, bem como presta conta das ações, projetos e resultados alcançados por suas subsidiárias na região. Trata-se de um material importante a respeito da materialização do sonho de Soichiro Honda e do comprometimento das operações da companhia com a visão 2030 global de que os produtos da marca Honda possam expandir a *alegria da mobilidade e o potencial da vida das pessoas*.

Boa leitura!



MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

> GRI 102-14 <

O ano de 2020 foi especialmente desafiador em todo o globo. A pandemia da covid-19 impôs novas urgências às esferas social, sanitária e empresarial. A adaptabilidade foi a tônica em todas as operações da Honda na América do Sul.

Aproveito para prestar minhas sinceras condolências a todos que, infelizmente, tiveram familiares e amigos acometidos pela pandemia.

Nossa marca sempre se pautou pelo valor da vida humana e, por isso, promoveu ações em prol do distanciamento social em suas unidades fabris, visando mitigar a possibilidade de contágio pelo coronavírus. A produção foi paralisada temporariamente e só retomada com a aplicação de um rígido protocolo, com mais de 200 medidas, para garantir a saúde e segurança de nossos colaboradores. A adoção da prática do Home Office, para aqueles cujas funções permitiam o desempenho à distância, se mostrou igualmente necessária.

As constantes mudanças no ambiente exigiram, também, flexibilidade no trato com os parceiros de negócios. Com o objetivo de contribuir com a sustentação das operações da nossa rede de concessionárias e fornecedores, fundamentais para a sustentabilidade da Honda a longo prazo, adotamos uma gestão ágil, revisando continuamente os aspectos mais relevantes do plano de negócios e da nossa operação.

E para que a experiência do cliente com a marca mantivesse o padrão de confiabilidade e excelência, intensificamos a digitalização de sua jornada conosco.

No momento em que assino essa mensagem, a crise sanitária imposta pelo coronavírus ainda não

está superada e seus futuros desdobramentos na sociedade e impactos nos negócios ainda são incertos. Nesse cenário, reafirmo que a Honda seguirá atuando com flexibilidade, priorizando a saúde e segurança das pessoas e a sustentabilidade de toda a cadeia.

Desde o dia 1º de abril de 2021, tenho a grata missão de contribuir com os negócios da Honda na América do Sul como Chief Officer da empresa. A minha carreira na Honda Motor teve início em 1986 e, desde então, atuei principalmente nas áreas de vendas e planejamento de produto. Passei por diversos países principalmente na Ásia. Espero, agora, contribuir com o fortalecimento da Honda no mercado sul americano, com base em todo o conhecimento adquirido em minha trajetória.

Sem dúvidas, chego em um momento de desafios sem precedentes, mas também de oportunidades únicas.

Em 2021, a Honda completa 50 anos de atuação na América do Sul. A empresa abriu as portas de seu primeiro escritório administrativo em 1971 para dar início à importação de motocicletas ao Brasil. E, desde então, inaugurou novas fábricas e unidades de negócio, expandiu a atuação para outros países do continente e entregou mais de 28 milhões de produtos.

Seguiremos comprometidos em entregar um novo valor, novas soluções e novas experiências às pessoas, por meio dos nossos pontos fortes, o que inclui uma ampla gama de produtos de mobilidade: motocicletas, automóveis, produtos de força e o HondaJet.

Minha chegada coincide com um momento de profundas transformações na indústria automotiva. A Honda está alocando os seus recursos corporativos com

a visão de liderar o futuro da mobilidade, realizando investimentos em prol de uma sociedade livre de emissões de carbono e com zero acidentes de trânsito.

Os esforços da marca Honda na América do Sul em prol da sustentabilidade ambiental e do compromisso com a segurança no trânsito, que estão alinhados às metas globais da empresa, serão explanados nas próximas páginas deste relatório.

Além de Meio Ambiente e Segurança, outros dois pilares fundamentais de atuação da Honda são Qualidade, percebido no comprometimento com a entrega de produtos e serviços que superem as expectativas de seus clientes; e Pessoas, aspecto traduzido nas iniciativas sociais e no respeito ao indivíduo presente na filosofia da marca e em suas ações de Recursos Humanos.

E é com este compromisso que eu inicio a minha trajetória na América do Sul: dar continuidade a estas realizações e contribuir com os esforços da Honda em ser uma empresa cuja existência seja desejada pela sociedade ao maximizar o potencial de vida das pessoas.

Antes de finalizar, agradeço a todos os colaboradores, que fazem da Honda a maior fabricante de veículos da América do Sul. Muito obrigado pela dedicação, esforço e empenho. A Filosofia Honda é nosso patrimônio mais valioso. Em momentos como o atual, especialmente, devemos compreendê-la e praticá-la. Assim, teremos sabedoria para tomar as melhores decisões e a força coletiva para superarmos os desafios e adversidades.

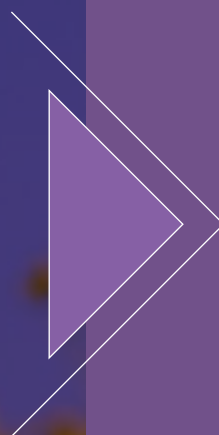


Agradeço a atenção e desejo uma boa leitura!

Atsushi Fujimoto
**Presidente da Honda
South America**



3



ESTRATÉGIA DE SUSTENTABILIDADE

- Filosofia Honda
- Direcionamento de Negócio e Visão 2030
- Estratégia de Sustentabilidade

Filosofia Honda

> 102-16 <

Para a Honda, uma das tarefas mais inspiradoras é poder multiplicar e perpetuar uma filosofia que traz como premissas “O Respeito ao Indivíduo” e o compartilhamento das “Três Alegrias”.

Vivenciada entre os colaboradores e por todos os envolvidos em sua cadeia de valor, essa filosofia torna a Honda uma empresa única, inovadora e desejada pela sociedade.

Objetivos comuns, valores e princípios que norteiam a atuação de todos os envolvidos no negócio. Essa é a Filosofia Honda, que se apresenta em três eixos:

Crenças Fundamentais

O Princípio da Honda

Política de Gestão da Honda

Crenças fundamentais

Respeito pelo indivíduo

Princípio que estimula e promove o compartilhamento de alegrias, por meio do respeito às características individuais, da relação de igualdade e confiança e da aplicação máxima da iniciativa de cada pessoa.

Três Alegrias

O desejo da Honda é construir relações de confiança e compartilhar a alegria com todas as pessoas com quem tem contato por meio de suas atividades e produtos.



Essa convicção é expressa por intermédio do que a companhia denomina As Três Alegrias:



ALEGRIA DE CRIAR,
experimentada pelos colaboradores que dedicam seus talentos, habilidades e conhecimento para criar produtos e serviços que proporcionem alegria cliente.



ALEGRIA DE VENDER,
sentida por colaboradores e concessionários Honda ao obter a confiança dos clientes e oferecer produtos e serviços de qualidade superior, que excedam suas expectativas.



ALEGRIA DE COMPRAR,
vivenciada pelos clientes ao adquirirem algum produto ou serviço da marca. A alegria do cliente é o que atribui valor às atividades da Honda e é por meio dela que as demais alegrias podem vivenciadas.



A Honda busca
o avanço da
mobilidade.

Política de Gestão da Honda

Contempla cinco tópicos principais para guiar os colaboradores Honda em suas responsabilidades diárias:

• MANTENHA sempre o
sonho e o espírito jovem

• VALORIZE as teorias,
as ideias e o tempo

• AME o seu trabalho
e valorize a Comunicação

CRIE constantemente um
fluxo de **trabalho harmonioso**

Tenha sempre em MENTE
os **valores da pesquisa**
e da perseverança



O Princípio da Honda

Em um espírito global, dedicamo-nos a
oferecer produtos da mais alta qualidade,
a um preço justo, para a satisfação de
nossos clientes em todo o mundo.



Direcionamento de Negócio e Visão 2030

“Servir as pessoas de todo o mundo com a alegria de expandir o potencial de suas vidas”.

Ir além das expectativas é uma constante na forma da Honda conduzir seus negócios. A evolução da empresa, ano após ano, na América do Sul e no mundo, comprova a necessidade e a oportunidade de atuar com foco no desenvolvimento sustentável das regiões onde está instalada e, dessa forma, tornar-se uma empresa desejada pela sociedade.

Só assim, os clientes poderão vivenciar alegria e experiências únicas por meio das soluções proporcionadas pela empresa.

Para dar sustentação a esse direcionamento de negócio, a Honda traçou a Visão 2030, como uma trajetória que conduz a empresa à liderança no avanço da mobilidade no mundo. Esse esforço envolve criar, expandir e assegurar alegrias.

A abordagem de Criar Alegrias pode ser entendida como a

perspectiva da paixão universal da Honda em oferecer às pessoas a alegria de expandir o potencial de suas vidas, criando valor para a mobilidade e o seu cotidiano. O objetivo é seguir oferecendo produtos e serviços únicos, que, a partir da tecnologia, possam melhorar a vida das pessoas.

Por meio do direcionamento de Expandir as Alegrias, a Honda se dedica ao desenvolvimento de soluções diversificadas de mobilidade que atendam às particularidades dos diferentes perfis de consumidores nos países onde realiza negócios.

Por fim, com foco em Assegurar as Alegrias para as próximas gerações, a empresa promove iniciativas para contribuir com a criação de uma sociedade livre de emissões de carbono e livre de acidentes de trânsito.

VISÃO 2030 – Honda South America

PROPORCIONAR A TODAS AS PESSOAS A ALEGRIA DE EXPANDIR AS POSSIBILIDADES DA VIDA

Liderar o avanço da mobilidade e melhorar a vida das pessoas em todo o mundo



CRIAR ALEGRIAS

CRIAR VALOR PARA A MOBILIDADE E O DIA A DIA

- Proporcionar a alegria da livre mobilidade
- Proporcionar a alegria de melhorar a qualidade de vida



EXPANDIR ALEGRIAS

CORRESPONDER À DIVERSIDADE DE INDIVÍDUOS

- Oferecer produtos e serviços de excelência que correspondam às particularidades dos indivíduos e sociedades



ASSEGURAR ALEGRIAS PARA AS PRÓXIMAS GERAÇÕES

AGIR EM PROL DE UMA SOCIEDADE MAIS LIMPA E SEGURA

- Liderar os esforços para uma sociedade livre do carbono
- Liderar os esforços para uma sociedade livre de acidentes de trânsito

Estratégia de Sustentabilidade

A Honda tem como propósito melhorar a vida das pessoas por meio de soluções de mobilidade. Acima de tudo, fazê-lo de forma a criar valores diferenciados para os diversos públicos de interesse, que sejam sustentáveis ao longo do tempo, de modo a garantir a existência da empresa a longo prazo. Assim, a Honda fundamenta a gestão estratégica da sustentabilidade em quatro compromissos prioritários, que permeiam seus processos de decisão e operações.



Para a Honda, a **preservação do meio ambiente** e o uso consciente dos recursos naturais são aspectos essenciais para atingir com excelência o desenvolvimento econômico e garantir a perenidade das atividades da empresa.



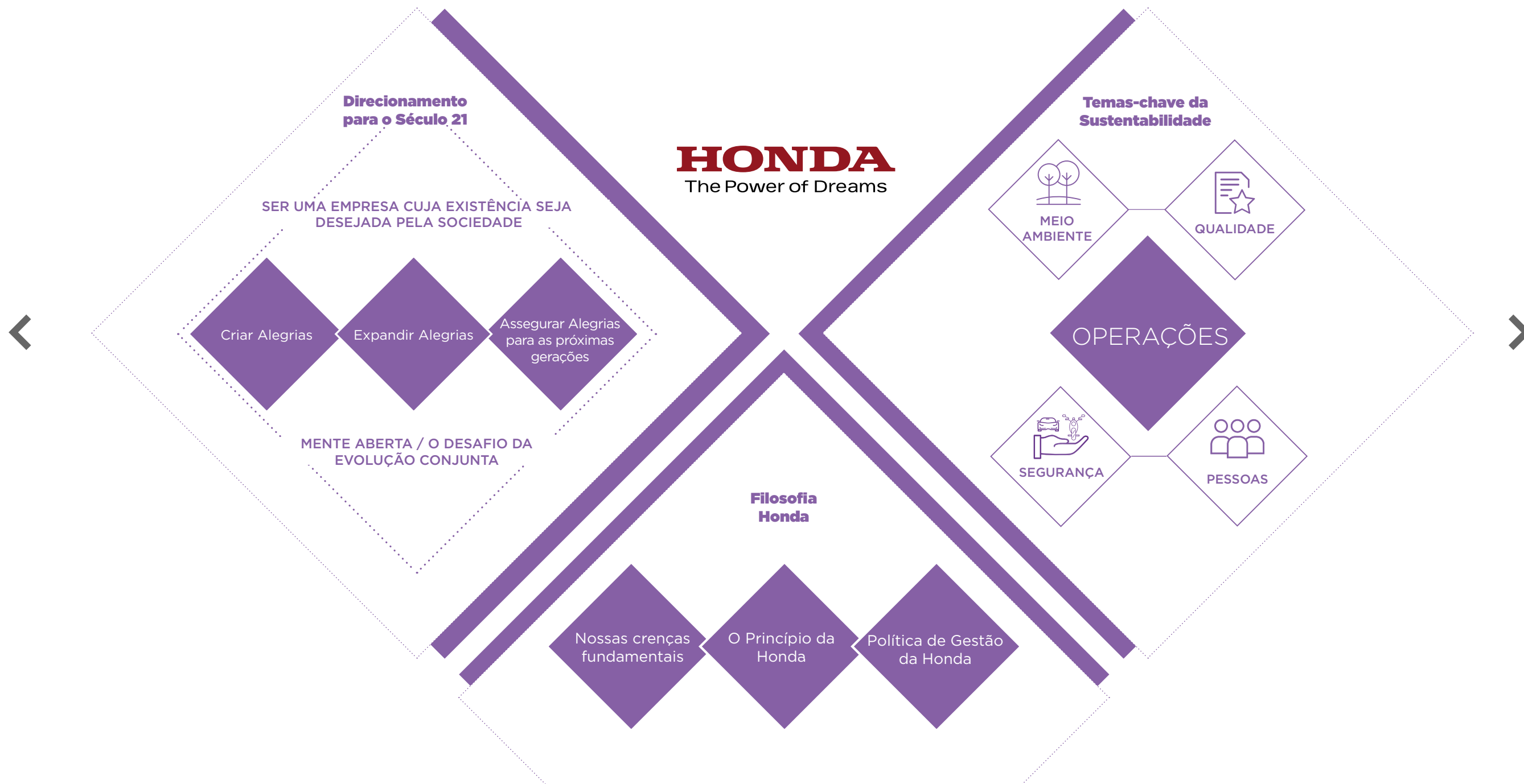
Quando o assunto é mobilidade, para a Honda é obrigação abordar a temática segurança, buscando garantir os **investimentos necessários para que os seus produtos apresentem o melhor desempenho** possível e atinjam as expectativas dos seus clientes. Em conjunto, são realizadas iniciativas voltadas para conscientização de todos aqueles que participam de alguma forma da dinâmica do trânsito.

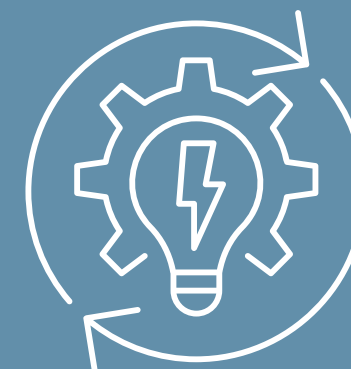
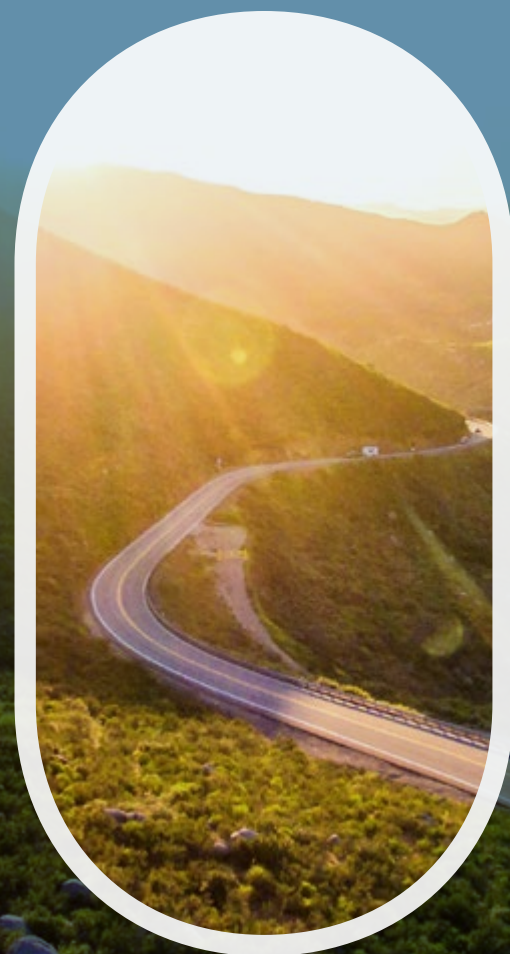


O investimento em tecnologia é fundamental para a manutenção da Honda como protagonista dentro dos segmentos de atuação. A sustentabilidade das operações e os **diferenciais dos produtos estão associados diretamente com a qualidade** que é apresentada e reconhecida pelos públicos de interesse.



Inserida com destaque nas regiões onde está presente, a valorização daqueles que fazem parte do dia a dia da empresa é fundamental para o bom desempenho das atividades. De colaboradores até as comunidades, a combinação de investimento no **desenvolvimento profissional e no bem-estar da sociedade** é parte da estratégia de atuação da empresa.





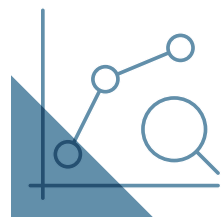
SOBRE O RELATÓRIO

- Temas Materiais

Pelo sexto ano consecutivo, a Honda South America (HSA) apresenta o Relatório de Sustentabilidade, que contempla os destaques da empresa na gestão de temáticas ambientais, sociais e de governança das subsidiárias regionais instaladas no Brasil, na Argentina, no Peru e no Chile, exceto quando indicado, durante o período de 01 de janeiro a 31 de dezembro de 2020.

Esse relatório foi elaborado de acordo com os GRI Standards: opção essencial, conferindo ao relato maior transparência e rigor semelhante ao de documentos financeiros. > GRI 102-1, 102-45, 102-50, 102-54<

Considerando que em 2018 foi realizado um processo robusto de identificação e priorização dos temas materiais para a Honda South America, a matriz de materialidade foi mantida para o relato de 2020.

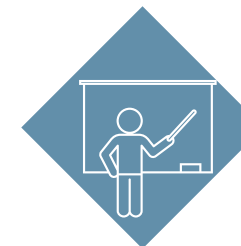


O relato de 2020 tem como foco os temas considerados materiais para a empresa.

• TEMAS MATERIAIS •

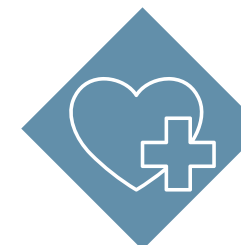
> GRI 102-40, 102-42, 102-43, 102-44,
102-46, 102-47, 103-1 <

**Conformidade
Socioeconômica**
> 205-2, 419-1 <



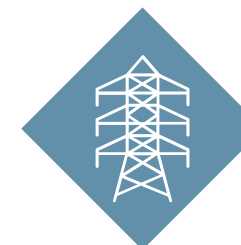
**Treinamento e
Educação**
> 404-1 <

**Impactos
Econômicos
Indiretos**
> 203-1 <



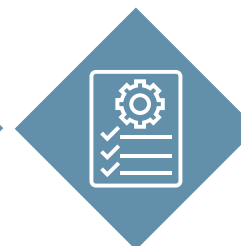
**Clientes e Saúde
Segurança dos
Consumidores**
> 416-1 <

**Saúde e
Segurança
Ocupacional**
> 403-9 <

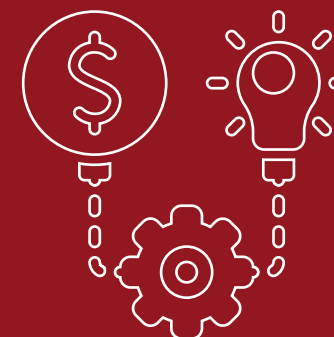


Emissões
> 305-1, 305-2, 305-4,
305-5, 305-7 <

**Relações
Trabalhistas**
> 402-1 <



Energia
> 302-1, 302-3, 302-4 <



VISÃO GERAL

- Modelo de Atuação
- Desempenho Operacional
 - Motocicletas
 - Automóveis
 - Produtos de Força
 - Honda Serviços Financeiros
 - HondaJet



Em todos os mercados onde a Honda atua, mantém-se viva a essência de oferecer produtos e serviços para melhorar a vida das pessoas. O propósito da marca é contribuir com o avanço da mobilidade, sempre colocando as pessoas no centro das estratégias e usando a tecnologia para ajudá-las. Assim, a Honda segue trilhando um caminho de inovação, atendendo às diferentes características, necessidades e sonhos de seus clientes.

Esse compromisso conduz a Honda aos seus 72 anos de existência, período no qual consolidou uma presença global, com 430 subsidiárias e afiliadas distribuídas em todo o mundo, respaldada pela atuação de 219 mil colaboradores.

Na América do Sul, um dos blocos administrativos que compõe as operações globais da companhia, a Honda está presente desde 1971, importando e produzindo motocicletas, automóveis, quadriciclos e produtos de força, além da mais recente comercialização do jato executivo HondaJet.

Com sede na cidade de Sumaré, no interior de São Paulo, a holding Honda South America é responsável por todas as operações do grupo na região, com unidades produtivas no Brasil, Argentina e Peru, além de uma unidade importadora no Chile e mais de 2.200 pontos de venda, o que garante a presença da marca nas principais cidades da América do Sul. > GRI, 102-2, 102-3, 102-4, 102-6, 102-7 <



2.200 pontos
de vendas nas
principais cidades
da América do Sul.

Honda América do Sul



Unidade de Negócio		Segmento*	Escopo**	Jurisdição
HDA	Moto Honda da Amazônia	2R / PF	SEDBA	Brasil
HAB	Honda Automóveis do Brasil	4R	SEDBA	Brasil
HSF	Honda Serviços Financeiros	Banco / Consórcio / Seguros	SA	Brasil
HAR	Honda Motor de Argentina	2R/ 4R / PF	SEBA***	Argentina
HDP	Honda del Peru	2R / PF /4R	SEDBA***	Peru
HMDC	Honda Motor de Chile	2R/ 4R / PF	SA	Chile

* 2R: Motocicletas / 4R: Automóveis / PF: Produtos de Força
BHB: Banco Honda S.A. / CNH: Consórcio Honda Ltda. / SHB: Corretora de Seguros Honda Ltda.
** S (Sales/Vendas); E (Eng./Produção); D (Develop./R&D); B (Buying/Compras); A (Adm./Administração)
*** Vendas de Automóveis e Produtos de Força; e Vendas e produção de Motocicletas

Modelo de Atuação Honda South America

O modelo de atuação da Honda leva em conta a geração de resultados e o compartilhamento de ganhos com todos os públicos de relacionamento, considerando a sustentabilidade de toda a operação.



Desempenho Operacional

Em 2020, o mundo se deparou com um desafio em comum: uma crise sanitária sem precedentes na história recente. A pandemia da covid-19 trouxe novas exigências comportamentais, éticas e socioeconômicas, impactando a vida de bilhões de pessoas ao redor do globo.

A economia global foi abalada, acarretando intensas mudanças nos negócios e na sociedade. No contexto sul-americano, as preocupações com altos índices de desemprego, a situação fiscal dos países e a pressão de custos, devido à variação cambial e inflação, pautaram as decisões dos setores público e privado.

O período demandou flexibilidade e rapidez nas tomadas de decisões. Desde o início, a Honda estabeleceu como prioridade a segurança das pessoas e, por isso, uma série de ações foi implementada. A empresa atuou sempre no sentido de conciliar a preocupação com a saúde dos colaboradores e a sustentabilidade nos negócios.

Em relação ao desempenho operacional, a pandemia teve forte influência nos resultados da Honda na América do Sul.

No início, foi necessário administrar uma possível interrupção nas cadeias globais de suprimentos.

Em seguida, a empresa lidou com a paralisação da produção de automóveis e motocicletas e restrições às vendas nas lojas. Com a retomada das operações, novos protocolos sanitários foram adotados e, do lado da venda, a transição para meios digitais foi acelerada.

A estrutura prévia estabelecida pela empresa com a adoção do myHonda, lançado em 2016, mostrou-se ainda mais essencial. O consumidor, ao ser impactado, é direcionado ao site da empresa, onde, com toda comodidade, tem acesso aos produtos, especificações, tabelas de preço e serviços disponíveis. Ao confirmar o interesse, prontamente recebe um contato da concessionária de sua preferência para dar continuidade à experiência de compra. Os consumidores, clientes ou potenciais clientes ao realizar o cadastro no myHonda participam de jornadas diferenciadas com a marca, com acesso a conteúdos exclusivos, ofertas e notícias (mais informações no capítulo Qualidade, [página 60](#)).

O portal de serviços Pós-venda também se beneficiou da intensificação da estratégia da digitalização da jornada dos clientes, registrando números crescentes, em especial, na comercialização de peças genuínas.

Unidade produtiva	Período de suspensão em 2020
Moto Honda da Amazônia (AM)	42 dias
Honda Automóveis Sumaré (SP)	93 dias
Honda Automóveis Itirapina (SP)	88 dias
Honda da Argentina	46 dias
Honda Selva del Peru S.A. (Iquitos)	94 dias
Honda Selva del Peru S.A. (Tarapoto)	127 dias



Nota de rodapé: As ações adotadas para conter a disseminação do vírus em suas unidades, preservando a saúde e segurança das pessoas, bem como as contribuições sociais da empresa, serão abordadas no capítulo Pessoas ([página 62](#)).

Geral

Com um volume de vendas acumulado que já atingiu mais de 28 milhões de unidades entre automóveis, motocicletas e produtos de força, a Honda South America é hoje a maior fabricante de veículos do Brasil. Um resultado alcançado graças à uma cultura orientada ao cliente, que favorece a inovação e melhoria contínua em busca da qualidade superior em todas as dimensões do negócio.

Motocicletas

Consolidada como a maior fabricante de motocicletas na América do Sul e líder de vendas do segmento no Brasil, a Honda Motos acumula mais de 26 milhões de unidades produzidas no continente.

Este volume representa a grande contribuição da motocicleta para a sociedade. É um veículo desejado pelos consumidores, seja para mobilidade diária, lazer ou como ferramenta de trabalho, contribuindo para a geração de renda em diversas atividades econômicas.

No contexto vivenciado no último ano, a motocicleta se mostrou ainda mais importante, dado o aquecimento dos serviços de entregas à domicílio, bem como a priorização por meios de transportes individuais, reduzindo o risco de contaminações.

Este cenário culminou em uma maior procura por motocicletas em todos os países da região, contribuindo para uma recuperação mais rápida do que havia sido prevista no início da crise do novo coronavírus. Este fator ocasionou, em determinados momentos, um desequilíbrio entre a oferta e a demanda de motocicletas no mercado.

Em 2020, as operações de motocicletas nas Fábricas de Manaus (BR), Campana (ARG) e Iquitos (PER) registraram, conjuntamente, a produção de 837.219 unidades.

As vendas atingiram um volume de 928.812 unidades, representando uma queda de 13% em relação ao ano de 2019, em função dos impactos da pandemia nos negócios.

A Argentina obteve um resultado de 65.507 unidades comercializadas em 2020, o que representa uma queda de 19,9% comparado com 2019.

No Peru o resultado de vendas foi de 45.131 unidades comercializadas em 2020, representando 15,8% de queda em comparação a 2019.

O Chile registrou 7.442 unidades comercializadas em 2020, um resultado 9% menor em comparação ao ano anterior.



Honda Motos no Brasil

A Honda Motos foi pioneira no desenvolvimento do segmento de motocicletas no Brasil e hoje mantém a posição de liderança, com 77,7% de participação no mercado. Seus investimentos contínuos e o compromisso com o país contribuíram para o desenvolvimento de todo o setor.

A fábrica em Manaus (AM) é hoje um complexo industrial que vai muito além da montagem de motocicletas. A unidade é a mais verticalizada em produção de motos Honda no mundo, além de ser uma das maiores do Polo Industrial de Manaus (PIM) e um dos centros de produção mais representativo das Américas, onde são fabricados desde embalagens metálicas, moldes, tubos estruturais e ferramentas até diversos componentes que integram o produto final como escapamentos, rodas, guidões, chassis e outras peças.

Com relação ao resultado de negócios em 2020, a empresa registrou 757.866 unidades produzidas, queda de 16,7% em comparação a 2019, reflexo da paralisação temporária das atividades produtivas em virtude do agravamento da pandemia no país e no estado do Amazonas.

Alguns fatores como a diversificação da linha de produtos, a grande capilaridade da rede, a participação do consórcio e até mesmo o perfil do cliente de motocicletas fizeram com que o impacto nas vendas fosse menor do que o visto em outros setores da economia. Ainda assim, o desempenho de vendas ficou 16,6% abaixo do que em 2019, totalizando 711.494 motocicletas comercializadas.

O objetivo da empresa é seguir liderando o setor de forma sustentável. Com esse foco, a Honda Motos seguirá fortalecendo seu line-up, desenvolvendo produtos de qualidade superior, visando a melhoria na composição de custos e gestão de sua cadeia de suprimentos. A isso, soma-se uma rede ampla e abrangente com serviços diferenciados e a excelência no relacionamento com a marca.



Honda Motos valoriza o trabalho dos entregadores de delivery

Em 2020, a Honda Motos realizou uma campanha que enfatizou: “O Brasil não parou, ele anda em duas rodas”. Em parceria com o jornal Estadão, diversos conteúdos foram publicados, entre reportagens, vídeos e podcasts, com o intuito de reconhecer e valorizar o trabalho dos entregadores de delivery e sua importância no contexto de isolamento social imposto pela pandemia da covid-19.

CADEIA DE VALOR

Por meio de sua ampla cadeia, a operação da Moto Honda promove investimentos, desenvolvimento econômico e social, não só na região da Amazônia, mas em todo o país.

➤ Cerca de **sete mil** colaboradores

➤ Cerca de **120 fornecedores** de componentes e matérias-primas

➤ **Centenas de fornecedores** de serviços

➤ Mais de **1.100 pontos** de venda

A contribuição social do negócio de motocicletas é expressiva, não somente pelos cerca de 100 mil empregos diretos em toda a cadeia, mas principalmente pelo valor e riqueza que o produto final gera para indivíduos, famílias e empreendedores, nos campos e nas cidades de todo o país.





**FOLHA
TOP
of
MIND**

TOP OF MIND

A Honda Motos recebeu o prêmio Folha Top of Mind 2020, que consagrou as marcas com maior lembrança entre os consumidores no último ano. A empresa foi destaque na categoria “Top Moto” pela oitava vez consecutiva. A premiação considera a opinião de mais de seis mil pessoas, em 197 municípios brasileiros, das cinco regiões do país.

Este resultado demonstra a preocupação da Honda em superar as expectativas dos clientes, com produtos e serviços da mais alta qualidade. A linha de produtos diversificada, que atende diferentes perfis de consumidores, com motocicletas que vão desde os modelos POP 110cc até a GL Goldwing 1.800cc e a ampla

capilaridade da rede de concessionárias, com cerca de 1.100 pontos de venda distribuídos em todo o Brasil são fatores fundamentais desse reconhecimento.

Além disso, a empresa investe em uma estratégia de comunicação e relacionamento com os clientes e fãs da marca cada vez mais digital, focada em transmitir a mensagem certa, no momento certo, para o público certo. O myHonda, sistema de CRM da marca, oferece uma ampla gama de serviços e conteúdos exclusivos durante toda a jornada do cliente. Nas plataformas de mídia sociais proprietárias são aproximadamente 6 milhões de seguidores apaixonados pela motocicleta e pelas Asas da Liberdade.

Marcas Mais

A Honda foi eleita a marca mais envolvente e que conquista o consumidor no segmento de motocicletas no Brasil, de acordo com o levantamento Estadão Marcas Mais, realizado pelo jornal O Estado de São Paulo em parceria com a consultoria Troiano Branding.

Ela também foi a campeã nos resultados por região do país – que considera Norte e Centro-Oeste; Nordeste; Sul; e Sudeste – e no Estado de São Paulo.

O objetivo do estudo é identificar as empresas que geram maior interesse e percepções positivas por parte dos consumidores, em um total de 31 categorias. Na edição de 2020, foram ouvidas 11.782 pessoas de todo o país.



Automóveis

A Honda comercializa automóveis na América do Sul há 29 anos. O primeiro veículo importado pela marca foi o Honda Accord em 1992 para comercialização no mercado local.

Em 1997 foi inaugurada a planta de Sumaré (SP) e com isso iniciou-se a produção de automóveis na região.

Conforme anunciado em 2019, a Honda Motor de Argentina (HAR) encerrou em 2020 as atividades produtivas de automóveis (HR-V) para focar suas operações produtivas no segmento de motocicletas. A iniciativa visou o fortalecimento da estrutura do negócio de automóveis diante das abruptas mudanças da indústria automotiva ao redor do mundo e o reforço da coordenação e colaboração inter-regional, otimizando a alocação e capacidade produtiva de automóveis globalmente.

Com produtos fornecidos por meio da utilização de recursos globais da Honda, a HAR segue com a comercialização de automóveis e serviços pós-vendas no país.

Dessa forma, este relatório considera a produção de automóveis no Brasil de janeiro a dezembro, e na Argentina, de janeiro a maio de 2020.

Em 2020, as operações da Honda Automóveis na América do Sul registraram, conjuntamente, 95.662 veículos comercializados e 77.459 automóveis produzidos. A participação de mercado foi de 3,19%.

Honda Automóveis do Brasil

Ao longo da trajetória de 24 anos de fabricação de automóveis em solo nacional, a Honda Automóveis realizou contínuos investimentos com o objetivo de aumentar a capacidade de produção e melhorar a eficiência de seus processos.

Com o intuito de reforçar a competitividade do negócio, a Honda inaugurou em 2019 sua nova fábrica de automóveis no Brasil, na cidade de Itirapina, interior de São Paulo.

A empresa possui a capacidade produtiva de 120 mil automóveis por ano e, localmente, produz os modelos Civic, Fit, City, HR-V e WR-V. A linha de produtos comercializada no país ainda conta com os importados Accord, CR-V e Civic Si.

Desde o início de suas operações, a Honda Automóveis do Brasil buscou acelerar o processo de desenvolvimento, produção e comercialização de produtos cada vez mais alinhados às expectativas do consumidor brasileiro.

Avaliando o desempenho da marca ao longo dos últimos anos, nota-se que a empresa manteve seu volume de vendas estável, entre 2012 e 2019, mesmo diante das crises econômicas enfrentadas no período. Isso demonstra a solidez de uma estratégia, cujo foco primordial concentra-se na qualidade da operação e na geração de valor sustentável para os clientes e parceiros de negócio, como sua rede de concessionários.

Em 2020, com a paralisação das atividades pro-

dutivas, devido ao impacto da pandemia, a Honda Automóveis registrou um volume 40% menor na produção se comparado com 2019, com 75.583 veículos produzidos no Brasil em 2020.

Em relação às vendas, foram comercializados 84.129 automóveis no Brasil, queda de 34,8% em comparação ao ciclo anterior. É válido salientar que mesmo nesse cenário, a participação de mercado foi mantida acima de 4%. Esse resultado mostra

que a marca segue sendo reconhecida pelo consumidor final por oferecer produtos e serviços de mais alta qualidade.

A empresa seguirá implementando as medidas necessárias para a sustentabilidade do negócio de automóveis no longo prazo, considerando um cenário de recuperação lenta e gradual das vendas e a necessidade de redução de custos para minimizar os impactos do câmbio e da inflação.

Entre os destaques de 2020, está a atualização dos modelos HR-V, WR-V e City. Além disso, a empresa prevê a introdução de três modelos híbridos no país até 2023, sendo o primeiro deles o Honda Accord.

A Honda segue investindo em novos produtos, serviços e tecnologias visando ampliar a presença e fortalecer a reputação da marca no longo prazo, preservando a qualidade do negócio.



Fábrica em Itirapina

Localizada a aproximadamente 200 km da capital e a 100 km da planta de automóveis de Sumaré, a fábrica da Honda em Itirapina (SP) iniciou suas operações no dia 27 de fevereiro de 2019, com um Fit saindo da linha de produção.

Processos otimizados, tecnologias mais avançadas e ganhos em sustentabilidade, como nas mais modernas fábricas de automóveis Honda no mundo, são realidade na fábrica de Itirapina.

Fruto do investimento para fortalecer a estrutura de produção, a nova unidade demonstra o compromisso de longo prazo da marca com o País. A linha de montagem foi projetada para atender a produção de modelos diversificados e permitir modificações tecnológicas futuras.

Com capacidade produtiva nominal de 120 mil unidades por ano, em dois turnos, a unidade realiza atualmente a produção dos modelos Fit, WR-V, HR-V.

Com a atuação integrada das unidades de Sumaré e Itirapina, a Honda Automóveis mantém no Brasil um ciclo produtivo completo, desde a ferramentaria, passando pela estamparia, solda, injeção e pintura de componentes plásticos, pintura da carroceria, produção de motores, incluindo Fundição e Usinagem, linha de montagem e inspeção final.

A busca por um melhor desempenho ambiental também está presente na nova linha de produção, que conta com um moderno processo de pintura a base d'água. Aliado ao uso de menor quantidade de tinta, o método é menos poluente e garante a mesma qualidade no acabamento, além de ganhos em sustentabilidade. > GRI 102-10 <



A nova fábrica da Honda em Itirapina-SP fortalece a estrutura de produção de automóveis da empresa no Brasil.



Honda Automóveis está entre as marcas mais admiradas do setor

Em pesquisa conduzida pela Troiano Branding, consultoria líder no país na gestão de marcas, e publicada pelo jornal o Estado de São Paulo, a Honda foi a vencedora no segmento de automóveis na região Sudeste e no Estado de São Paulo. No levantamento nacional de marcas mais admiradas no segmento automotivo, a Honda Automóveis foi classificada na segunda posição.

Em outro estudo, intitulado Casual Brands e conduzido pela revista Exame com aproximadamente mil leitores da publicação, a Honda Automóveis ficou na primeira colocação entre as marcas mais admiradas do setor automotivo.

HONDA
Serviços Financeiros

Honda Serviços Financeiros

Para facilitar o acesso aos produtos da marca, em 1981 nasceu o Consórcio Honda, administradora de consórcios referência no mercado nacional, que faz parte da estrutura da Honda Serviços Financeiros, também composta pela Corretora de Seguros Honda e o Banco Honda. Essa sinergia com as fábricas representa importante fator de competitividade e contribui ativamente com as vendas dos produtos Honda.

No duro contexto de 2020, foi perceptível a contribuição da HSF para os resultados da empresa, tendo o Consórcio Honda como o grande impulsionador dos números da divisão financeira da marca.

Consórcio Honda (CNH)

O Consórcio Honda é referência em consórcios no mercado brasileiro, com 40 anos de história e aproximadamente 1,5 milhão de clientes ativos. Impulsionador de vendas, a modalidade detém grande receptividade dos consumidores brasileiros devido aos planos que se adaptam ao orçamento do cliente, mesmo em períodos de instabilidade financeira.

O ano de 2020 trouxe um cenário incomum ao mercado, em decorrência da crise sanitária imposta pela covid-19, conforme já explanado anteriormente. Ao analisar o desempenho do Consórcio

Honda no último ano observa-se uma trajetória diferenciada no mercado de motocicletas. Mesmo nos meses iniciais da pandemia da covid-19 no país, o Consórcio se manteve relevante como uma opção para aquisição de motocicletas e registrou aproximadamente 11,6% de crescimento nas cotas comercializadas para o segmento duas rodas da marca em 2020, com 803.637 cotas vendidas no último ano, ante 720.383 em 2019.

Além do aquecimento da atividade de delivery e da tendência de priorização pelo veículo particular no cenário de isolamento social, o crescimento do CNH 2R está diretamente ligado aos baixos estoques da rede de concessionárias para modelos específicos em determinadas regiões. Este último fator contribuiu na valorização das vendas de consórcio por se tratar de uma compra programada, em que não há a necessidade de obter o bem de forma imediata.

Em relação às entregas de motocicletas Honda Okm, foi registrada queda de 8,4% se comparado a 2019, em decorrência dos períodos de paralisação fabril. Foram 203.417 motocicletas Honda Okm entregues em 2020.

A modalidade de Consórcio para o segmento quatro rodas, registrou 2.998 cotas comercializadas em 2020, o que representa uma queda de

35,9% se comparado ao ano de 2019, também em decorrência do impacto da covid-19 nos negócios.

O Consórcio Honda possui atualmente cerca de 18.500 mil clientes ativos no segmento quatro rodas e, no momento, segue trabalhando na modernização dos planos para atuar de forma mais consistente neste segmento.

Banco Honda

O Banco Honda foi criado com a missão de se tornar uma ótima opção de financiamento aos produtos Honda. Por meio da modalidade de Crédito Direto ao Consumidor (CDC), ele garante condições atrativas para que tanto a pessoa física quanto jurídica obtenha o desejado veículo Honda de forma rápida, prática e justa.

Em 2020, o Banco Honda completou 20 anos de história e foi o principal agente financeiro da marca para o segmento de automóveis, representando 22,8% das vendas totais da empresa e registrando 19.143 contratos, uma queda de 30% se comparado com 2019. Esses números também sofreram impacto do cenário de pandemia. Porém, é importante ressaltar que a participação de mercado foi mantida na casa dos 46,6%.

No segmento de motocicletas, o Banco Honda registrou queda de aproximadamente 24% nos financiamentos em relação a 2019. Foram 93.427 mil unidades financiadas entre janeiro e dezembro de 2020, representando 11,9% das vendas de motocicletas Okm da marca.

Corretora de Seguros Honda

A Seguros Honda iniciou suas operações no Brasil em 1987 com o objetivo de oferecer, em parceria com seguradoras de credibilidade no mercado, um portfólio customizado para atender às necessidades de cobertura dos produtos Honda, com custo competitivo.

No mercado de motocicletas, a Seguros Honda obteve uma queda 6,4% no número de propostas fechadas em 2020, encerrando o ano com 150.762 novos negócios.

Uma série de ações foram realizadas para estimular a modalidade, entre elas novas campanhas junto às seguradoras, oferecendo aos clientes Honda um ano de seguro gratuito nos modelos CB 1000, Africa Twin, Gold Wing e SH 300.

No segmento de automóveis, foram registradas 13.756 propostas em 2020, uma redução de 6,9%.

Produtos de Força

A linha de Produtos de Força é composta por motores estacionários, roçadeiras, geradores, motobombas e cortadores de grama, com aplicações para a agropecuária, construção civil e jardinagem. Além disso, os Produtos de Força Honda possuem grande importância na mobilidade em regiões ribeirinhas do Amazonas, proporcionando acesso à áreas remotas por meio do acoplamento de motores estacionários em pequenos barcos. Trata-se de uma solução de locomoção fluvial adotada por diversas famílias que vivem longe dos grandes centros urbanos do estado.

No último ano, a comercialização de Produtos de Força Honda no Brasil registrou estabilidade nas vendas em relação ao período anterior, com a comercialização de 31.784 unidades. Trata-se de um resultado positivo tendo em vista os desafios do período. Isso mostra o potencial de vendas desse segmento.

Na fábrica da Moto Honda da Amazônia, em Manaus, são produzidos dois modelos de motores estacionários e três modelos de motobombas. Em 2020, houve a produção de 14.614 unidades de Produtos de Força.



HondaJet

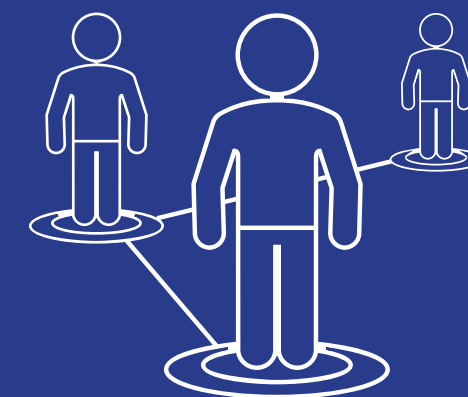
Jato executivo mais avançado do mundo e com excepcionais vantagens em performance, conforto, qualidade e eficiência, o HondaJet incorpora muitas inovações tecnológicas em design, incluindo a configuração exclusiva OTWEM - Over-The-Wing Engine Mount (motores sobre o topo das asas), que melhora significativamente a performance ao reduzir o arrasto aerodinâmico.

O design OTWEM também reduz ruídos na cabine, minimiza o barulho do contato com o solo, proporciona o maior espaço interno entre os jatos executivos do mercado, além do maior compartimento de bagagem e um lavatório completo a bordo.

O HondaJet é fabricado pela Honda Aircraft Company, nos Estados Unidos, e comercializado desde 2015 pela Líder Aviação no Brasil (representante local de vendas do jato executivo no país).

Em 2020, pela quarta vez consecutiva, ele conquistou o título de jato executivo mais entregue em sua categoria no mundo, com 31 aeronaves comercializadas.

Embora a pandemia da covid-19 tenha contribuído com um declínio nas entregas de jatos executivos, se comparado com os anos anteriores, percebeu-se um aumento na preferência por meios de transporte mais seguros e sustentáveis. As entregas do HondaJet se recuperaram rapidamente para os níveis pré-covid no fim de 2020, fato que mostrou que clientes em todo o mundo continuam escolhendo o HondaJet, incluindo os novos proprietários de jatos executivos, que perceberam os benefícios de viajar em uma aeronave privada.



GOVERNANÇA CORPORATIVA

- Governança
- Riscos Corporativos
- Conformidade

A adoção de princípios éticos e transparentes para a gestão dos negócios, o mapeamento dos riscos inerentes às atividades e o estabelecimento de medidas preventivas e mitigatórias. Essas são as diretrizes do modelo de governança corporativa da Honda.

A empresa prevê que a ética e o respeito às regulamentações e legislações setoriais são imprescindíveis para a continuidade do negócio. Por isso, esses preceitos são aplicados transversalmente em todos os departamentos, guiando as decisões de negócios e tornando as atividades mais seguras e sustentáveis.

Na gestão da governança, risco e conformidade corporativas, a Honda acompanha e busca adotar as melhores práticas do mercado.

A responsabilidade pela gestão da Governança Corporativa dentro da Honda é do Departamento de ESG, sigla que, em inglês, significa as palavras Meio Ambiente, Responsabilidade Social e Governança Corporativa. Fica a cargo desta área coordenar todos os processos de prevenção e conscientização em conformidade e respeito às leis e regulamentos nos quais as operações da Honda South America estão inseridas.

Pilares da Governança Corporativa da Honda South America



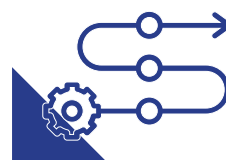
Governança

Código de Conduta empresarial.



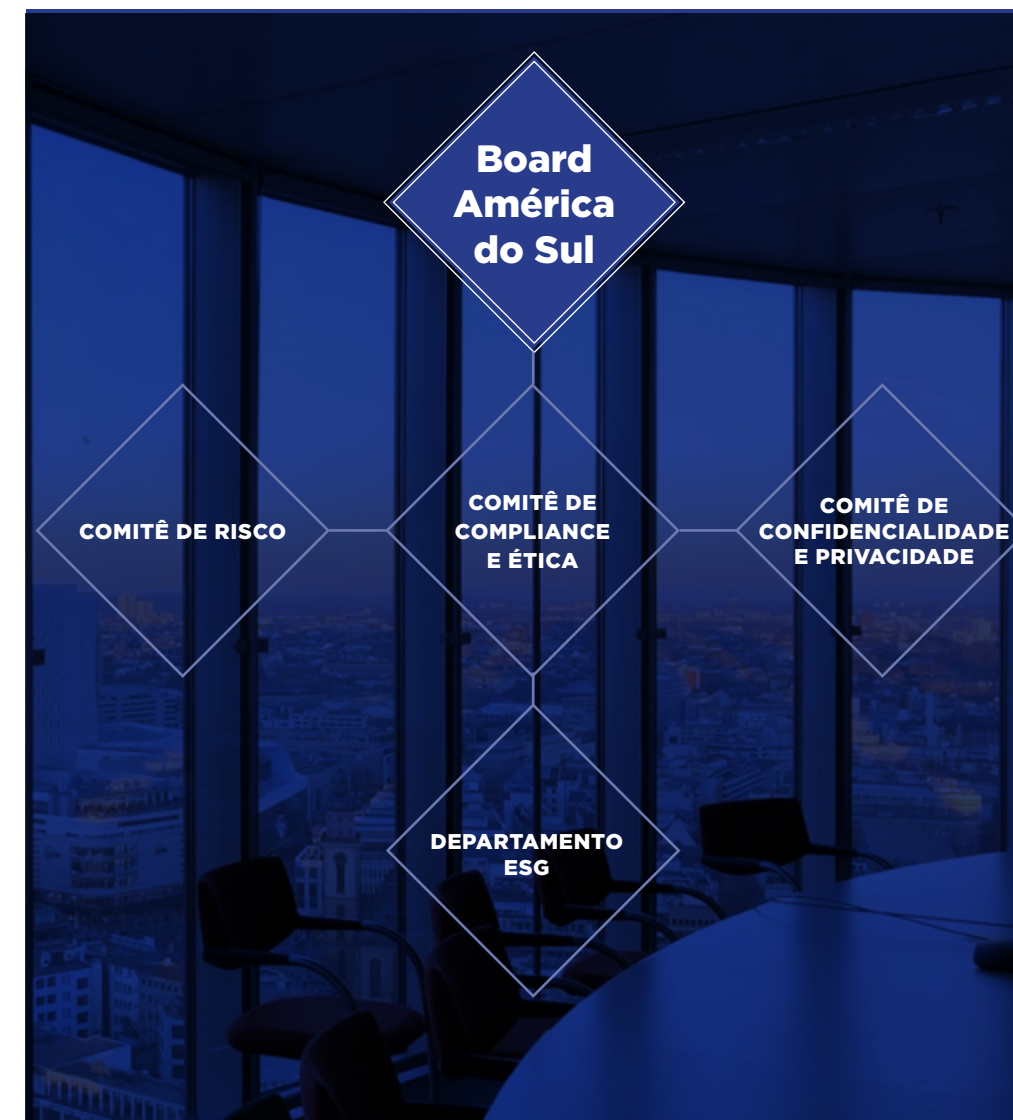
Riscos Corporativos

Identificação e avaliação de riscos potenciais para os negócios, definição de medidas de mitigação, eliminação ou transferência dos riscos.



Conformidade

Atendimento aos requisitos legais, aos regulamentos e às políticas, normas e procedimentos internos.





Governança

> GRI 102-18 <

A Honda busca estabelecer relacionamentos éticos com os diversos públicos de interesse, amparando suas decisões em normas que devem ser observadas e aplicadas por todos que agem em seu nome.

Para garantir que a empresa desfrute de uma posição de respeito e credibilidade, o modelo de governança leva em conta a transparência administrativa, a inadmissibilidade de práticas corruptas, definição clara de responsabilidades e padrões de conduta frente a situações específicas e o atendimento às exigências legais.

Prezando pela sua integridade e clareza em seus posicionamentos e decisões, a Honda garante a geração e o compartilhamento de riquezas consistentes com seus públicos em um horizonte de longo prazo.

Nesse sentido, há a composição de Comitês para tratar os principais temas de Governança (Riscos, Compliance e Confidencialidade e Privacidade), os quais estão diretamente ligados ao Board de Diretores da América do Sul, para ampará-los nas tomadas de decisões.

A Honda busca estabelecer relacionamentos éticos com os diversos públicos de interesse.



Riscos Corporativos

> GRI 102-11 <

A perenidade dos negócios da Honda depende do mapeamento e constante monitoramento dos riscos inerentes aos negócios, em suas diferentes dimensões.

Assim, para cada um dos riscos potenciais identificados, o departamento de ESG coordena e estabelece em conjunto com as áreas de negócios medidas preventivas e mitigatórias, com o objetivo de garantir uma operação segura, confiável e transparente para colaboradores e parceiros de negócios, reduzindo perdas financeiras e evitando danos à reputação da marca.

O objetivo é gerenciar um crescimento sustentável com base nos padrões do mercado e os riscos com potencial de impactar as operações na região e em escala global. A avaliação leva em conta os requisitos ambientais, sociais, financeiros, em saúde e segurança ocupacional e confiabilidade operacional, bem como questões em relação aos parceiros de negócios.

Nesse sentido, a Política Global de Gerenciamento de Riscos da Honda, que cobre as atividades da Honda South America, tem como objetivo impulsionar o crescimento sustentável da companhia, com base na filosofia da Honda e em todos os riscos com potencial de impactar as operações em escala global.

A Honda dispõe de 9 políticas e documentos normativos relacionados ao tema de gestão de risco.

Conformidade

> GRI 103-2, 103-3/419, 419-1 <

A conformidade dos processos que envolvem a Governança Corporativa da Honda é garantida por meio de sistemas que adotam padrões internacionais de avaliação.

Os sistemas vigentes atualmente na Honda são:

Como resultado das medidas adotadas pela Honda, no último ano não foram registradas ocorrências relacionadas ao não cumprimento de leis e regulamentos sociais e econômicos associados às operações no Brasil.



Autoavaliação realizada pelos gestores (100% gerentes e acima) sobre os sistemas e operações dos controles internos.



Controles internos SOx sobre processos relevantes de negócios e tecnologias da informação (mais de 90 processos documentados e revisados anualmente), que são submetidos à Certificação SOx por auditoria independente.



Políticas e procedimentos corporativos, disponíveis em intranet ou diretórios próprios para acesso ao público interno.



Todos disseminados por treinamentos e pela gestão.

Canal de Ética

> GRI 102-17 <

Em apoio às medidas adotadas para garantir a conformidade de todas as atividades da Honda, a companhia dispõe de um Canal de Ética que viabiliza a comunicação direta entre os colaboradores e a direção da companhia. O objetivo é receber opiniões, críticas, reclamações, denúncias e consultas pessoais relativas às temáticas abordadas no Código de Conduta.

As manifestações que chegam por meio do Canal de Ética são submetidas à avaliação e providências do Comitê de Compliance que tem a missão de garantir o contínuo aprimoramento dos padrões de comportamento ético.

Na Honda, os padrões de conformidade seguem as melhores práticas internacionais.



Código de Conduta

Para garantir e direcionar a conformidade das operações da Honda, o Código de Conduta da empresa é guiado por valores éticos e possui diretrizes claras para os processos exigidos e o comportamento esperado dos colaboradores. Em consonância com os valores da Honda, o Código define diferentes políticas corporativas responsáveis pelo combate a condutas ilegais como trabalho em situação análoga à escravidão, lavagem de dinheiro e fraudes, corrupção e práticas anticompetitivas.

Em 2020, foi realizada uma campanha de divulgação do Código de Conduta, para todas as unidades da América do Sul, com o objetivo de renovar o aceite dos colaboradores aos conceitos estabelecidos no documento e sanar eventuais dúvidas sobre o tema. A ação foi composta pela republicação da versão digital do Código de Conduta em três idiomas - português, japonês e espanhol - juntamente com o envio de uma pesquisa online aos colaboradores.



A pesquisa foi submetida para aproximadamente 4.300 colaboradores na América do Sul e teve como objetivo enumerar suas principais dúvidas em relação ao Código de Conduta.

Para cerca de 8 mil colaboradores que não possuem acesso a computador, foi realizada a redistribuição da versão impressa do Código de Conduta, que também abrangeu todas as subsidiárias da América do Sul.

Atualmente, o Código de Conduta é o mais relevante instrumento norteador para prevenção e combate aos riscos.

Para reforçar sua importância, a Honda oferece um treinamento online sobre o assunto, do qual já participaram, até encerramento de 2020, 4.842 colaboradores em toda a América do Sul.

Política Corporativa de Prevenção à Corrupção

A Política Corporativa de Prevenção à Corrupção determina o posicionamento da Companhia sobre a ética nos negócios. Por meio dos processos de SOX e do questionário de autoavaliação aplicado aos gestores, é avaliada, anualmente, a retenção do conhecimento sobre o conteúdo deste documento.

> GRI 103-2, 103-3/205 <

Além da disponibilização da Política, em 2020, foi aplicado treinamento sobre o tema para 27 novos gestores no Brasil. Os conceitos da Política também foram abordados em Workshops de Governança Corporativa direcionados aos colaboradores da área de Compras Indiretas da Honda South America.

Um treinamento online de prevenção à corrupção está disponível aos colaboradores da Honda no Brasil com acesso a computador e, até o final de 2020, aproximadamente 3.500 realizaram a atividade.

> GRI 205-2 <

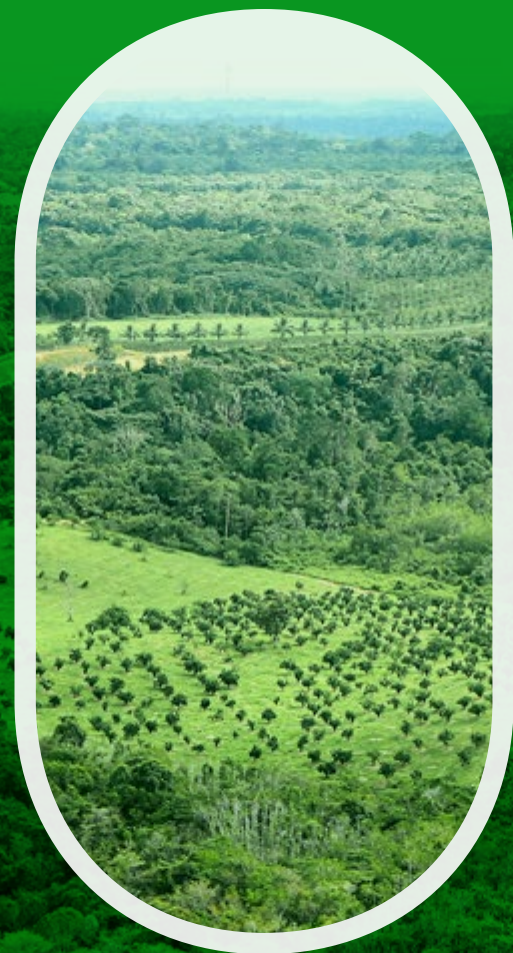
Combate às Práticas Anticompetitivas

Sobre o combate às Práticas Anticompetitivas, a Honda segue a Política de Defesa da Concorrência, adotando medidas de prevenção a infrações contra a ordem econômica que envolva as operações, práticas comerciais e interações com parceiros de negócios e/ou concorrentes, diretamente ou por meio de associações de classe.

A companhia também busca fortalecer a cultura de combate a atividades anticompetitivas por meio da divulgação da Política em todas as unidades de negócio na América do Sul. A sua disseminação é feita por meio de treinamentos e outras atividades, começando pelas áreas críticas.



Em 2020, 4.842 colaboradores realizaram o treinamento online do Código de Conduta em todas as unidades de negócio da América do Sul.



RELATÓRIO DE DESEMPENHO

• Meio Ambiente

• Segurança

• Qualidade

• Pessoas

Meio Ambiente

Minimizar os impactos ambientais de sua atuação, criando produtos cada vez mais amigáveis ao meio ambiente e revisando as atividades corporativas. Essa é a premissa da Honda e é com base nela que a empresa tem norteado sua atuação. Em sua visão para 2030, a criação de uma sociedade livre das emissões de carbono é uma das diretrizes centrais da estratégia para a sustentabilidade da empresa em longo prazo. Com expertise global no tema, todas as filiais da Honda no mundo possuem o compromisso com essa diretriz.

Além disso, a fim de reduzir o impacto de suas operações, a empresa vem atuando com o conceito de Green Factory, que é aplicado em todas as suas unidades fabris para gerenciar os resíduos, a eficiência energética, o uso racional da água e a redução das emissões atmosféricas.

Da mesma forma, o conceito é aplicado para as operações logísticas, por meio do Green Logistics, que tem por objetivo a redução do volume de embalagens e a maximização do transporte com armazéns flutuantes.

E não para por aí. A Honda também criou o Green Office, cujo objetivo é engajar os colaboradores na coleta seletiva e no uso racional de recursos. O conceito é aplicado, ainda, a toda cadeia, incentivando concessionários e fornecedores que, da mesma forma, são orientados e avaliados por sua performance ambiental, estendendo o compromisso da marca à toda cadeia produtiva.



Emissões

> GRI 103-2, 103-3/305 <

A Honda declarou a meta global de atingir a neutralidade de carbono em seus produtos e atividades corporativas até 2050.

Esse compromisso direciona a definição de metas em atividades produtivas, corporativas e nos níveis de emissões dos produtos e serviços.

A melhoria do desempenho ambiental dos produtos da marca é uma das iniciativas centrais para concretização da visão de uma sociedade livre das emissões de carbono. Mundialmente, a Honda vem investindo para aprimorar o desempenho ambiental dos motores à combustão bem como para desenvolver e comercializar novos modelos com tecnologias de propulsores eletrificados como os veículos elétricos à bateria (BEV), híbridos (HEV) e à célula de hidrogênio (FCV).

A política da Honda é adotar a tecnologia certa, no local certo, no momento certo. Desse modo, a empresa decide pela implementação do tipo de motorização mais adequada a cada região considerando as diferenças nas políticas públicas e regulamentações, na matriz energética, na infraestrutura disponível e nas características do mercado consumidor.

No Brasil, a Honda segue melhorando o desempenho ambiental da sua linha de produtos, tanto de motocicletas como de automóveis.

Atualmente, os modelos HR-V, CR-V, Civic e Civic Si apresentam a moderna tecnologia de motores turbinados – 1.5 turbo – capazes de oferecer ótimo desempenho e baixo nível de emissões.

Na área de eletrificação a Honda reafirmou a estratégia de introduzir no Brasil três modelos híbridos até 2023 e sendo o Honda Accord o primeiro comercializado no Brasil. A tecnologia híbrida da Honda - e:HEV - traz um sistema único composto por dois motores elétricos (um gerador e outro de propulsão) e um motor à combustão, proporcionando três modos possíveis de condução: o somente elétrico, o híbrido ou o à combustão. O sistema automaticamente opta pela opção que oferece a melhor relação entre desempenho e baixo consumo, conforme as condições de rodagem.

Outra iniciativa chave da Honda na América do Sul para o atingimento das metas de redução de emissões é a diversificação de suas fontes de energia.

O parque eólico Honda Energy é o principal exemplo deste compromisso. Somado aos esforços das unidades da Honda Argentina e Moto Honda da Amazônia em adquirirem parte de sua energia elétrica do mercado de fontes renováveis, a Honda South America possui hoje cerca de 30% da sua energia elétrica proveniente de fontes limpas.

No último ano, a Honda South America obteve uma redução de 415,55 tCO₂e em sua operação, considerando o consumo de energia elétrica e de combustíveis (diesel, gasolina, GLP, querosene, gás natural e etanol) a partir de projetos específicos. > GRI 305-5 <



Honda e:TECHNOLOGY

A Honda acredita que a tecnologia precisa melhorar a vida das pessoas. Com isso em mente, desenvolve soluções de mecanismo e mobilidade projetadas para serem benéficas para todos.

Assim, a empresa apresentou globalmente a nomenclatura e:TECHNOLOGY, que engloba as soluções de eletrificação de alta eficiência da marca. Os produtos Honda e:TECHNOLOGY visam minimizar o consumo de energia e tornar a vida diária mais agradável.





TECNOLOGIA FLEX EM MOTOCICLETAS

A constante evolução técnica da motocicleta evidencia a filosofia de respeito ao meio ambiente, e exemplo digno de nota é a tecnologia FlexOne. Uma iniciativa inédita no setor, mundialmente, ela permitiu às motocicletas usarem gasolina e/ou etanol em qualquer proporção, preservando características de funcionamento e durabilidade de referência.

A Honda foi pioneira em apresentar ao mercado essa importante inovação tecnológica, que teve uma excelente aceitação dos brasileiros. O projeto, desenvolvido no Japão com participação de engenheiros brasileiros, teve como objetivo a criação de um motor com o menor impacto possível ao meio ambiente.

A tecnologia está presente em nove modelos (Biz 125, CG 160 Titan, CG 160 Titan S, CG 160 Fan, CG 160 Cargo, NXR160 Bros, XRE 190, CB 250F Twister e XRE 300), que representam 61% do volume de motocicletas produzidas anualmente.

Desde 2009, quando a tecnologia foi implantada, 6.694.339 milhões de unidades Flex One já saíram da linha de produção da fábrica de Manaus (AM).

Ano após ano, a motocicleta nacional ganhou em robustez, eficiência, economia, e tornou-se um produto mundialmente reconhecido pela altíssima qualidade.

No começo dos anos 2000, a efetivação do

Programa de Controle da Poluição do Ar por Motociclos e Veículos Similares (Promot) estabeleceu metas para redução das emissões de poluentes, o que resultou em progressivo alinhamento aos mais rígidos padrões internacionais.

Nestas duas décadas de vigência do Promot, as motocicletas 0-km vendidas no Brasil conseguiram cumprir as metas do programa, reduzindo a emissão de óxidos de nitrogênio (NOx) em mais de 50%, de monóxido de carbono (CO) em 85% e de hidrocarbonetos totais (THC) em 90%. A quinta fase do Promot, prevista para entrada em vigor em janeiro de 2023, visa a equiparação à norma

Euro 5, passo definitivo para a integração da motocicleta nacional às cadeias globais de comércio.

A mobilidade efetiva, ou seja, exigir menor tempo para realizar percursos urbanos em horário de pico, é outro elemento de inegável redução de impactos nocivos ao meio ambiente. Um motor de pequena capacidade cúbica, de emissões contidas ao mínimo, é apenas um dos fatores ambientalmente positivos, ao qual devem ser somados aspectos secundários, como menor desgaste de pneus e da pavimentação, menor consumo de combustível e óleo lubrificante, além do espaço ínfimo ocupado nas vias públicas.



Evolução dos indicadores de emissões



Os indicadores relacionados às emissões da Honda South America, conforme será abordado a seguir, apresentaram significativa redução em 2020 com relação a 2019, não só devido à implantação de projetos pontuais voltados para a redução de carbono emitido pelas unidades Honda na América do Sul, como também aos seguintes fatores:

- Períodos de paralisação nas unidades produtivas em função dos impactos da covid-19;
- Implantação do regime de home office aos colaboradores cujas atividades permitem o trabalho remoto;
- Encerramento da produção de automóveis na fábrica da Honda da Argentina, em maio de 2020;
- Eficiência da nova fábrica da Honda Automóveis em Itirapina (SP), que iniciou suas atividades em 2019.

Emissões diretas e indiretas de gases de efeito estufa (GEE) em tCO₂e

> GRI 305-1; 305-2 <

A fim de entender, quantificar e gerenciar suas emissões, a Honda utiliza uma metodologia internacional e padronizada, chamada de GHG Protocol, e participa, anualmente, do Programa Brasileiro GHG Protocol por meio da publicação dos Inventários de Emissões de Gases do Efeito Estufa de suas unidades no Brasil (HDA e HAB).

Emissões Honda América do Sul	2019	2020
*Escopo 1 (tCO ₂ e)	33.517,12	24.603,87
**Escopo 2 (tCO ₂ e)	18.213,35	14.000,74
Total (tCO ₂ e)	51.730,46	38.604,61

* Escopo 1: Emissões diretas de GEE provenientes de fontes que pertencem ou são controladas pela organização.

** Escopo 2: Emissões indiretas de GEE provenientes da aquisição de energia elétrica que é consumida pela organização.

2019: Honda América do Sul (HAB Sumaré, HAB Itirapina, HDA, HAR, HDP, HSP, HSA, HSF, HMDC)

2020: Honda América do Sul (HAB Sumaré, HAB Itirapina, HDA, HAR, HDP, HSP, HSA, HSF, HMDC)

Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE) > GRI 305-4 <

Para calcular a intensidade de emissões de gases de efeito estufa, realiza-se a somatória das emissões de CO₂ de Escopo 1 e 2 e divide-se o resultado pelo número de unidades produzidos na Honda América do Sul (incluindo automóveis, motocicletas e quadriciclos).

Emissões de GEE	2019	2020
Taxa de intensidade	43,46 kg CO ₂ / unit	40,61 kg CO ₂ / unit

*Resultados Honda América do Sul
2019: Honda América do Sul (HAB Sumaré, HAB Itirapina, HDA, HAR, HSP)
2020: Honda América do Sul (HAB Sumaré, HAB Itirapina, HDA, HAR, HSP)

Emissões de NOx, SOx e outras emissões atmosféricas significativas > GRI 305-7 <

No último ano foram emitidas 2.870,94 toneladas de COV (Composto Orgânico Volátil). Para estimar este valor emitido pelas unidades Honda América do Sul estão sendo considerados 65% do valor total de produtos à base de solventes comprados no período referido (tinta, verniz, primer, catalisador, diluentes, etc).

Em 2020, devido aos impactos da pandemia do covid-19 nas atividades produtivas, as unidades Honda da América do Sul produziram um volume menor de veículos do que o planejado inicialmente para o ano.

Devido à esta diminuição no volume produzido, a quantidade de COV total também reduziu, uma vez que a mesma é calculada com base na área pintada (m²) dos veículos produzidos.



Parque Eólico Honda Energy

A Honda no Brasil não tem medido esforços para cumprir a meta global de atingir a neutralidade de carbono em seus produtos e atividades corporativas até 2050. O parque eólico da Honda Energy é um grande exemplo disso. Primeiro do setor automotivo nacional e do grupo Honda no mundo, o empreendimento foi inaugurado em novembro de 2014 e está localizado na cidade de Xangri-Lá (RS).

A operação supre toda a demanda de energia elétrica das unidades fabris de automóveis, no interior paulista, além de atender também o escritório administrativo em São Paulo (SP).

Em novembro de 2020, a Honda concluiu a ampliação da capacidade instalada em seu empreendimento, que passou a contar com dez turbinas e uma capacidade instalada de 31,7 megawatts (MW), um aumento na capacidade de geração em torno de 11%.

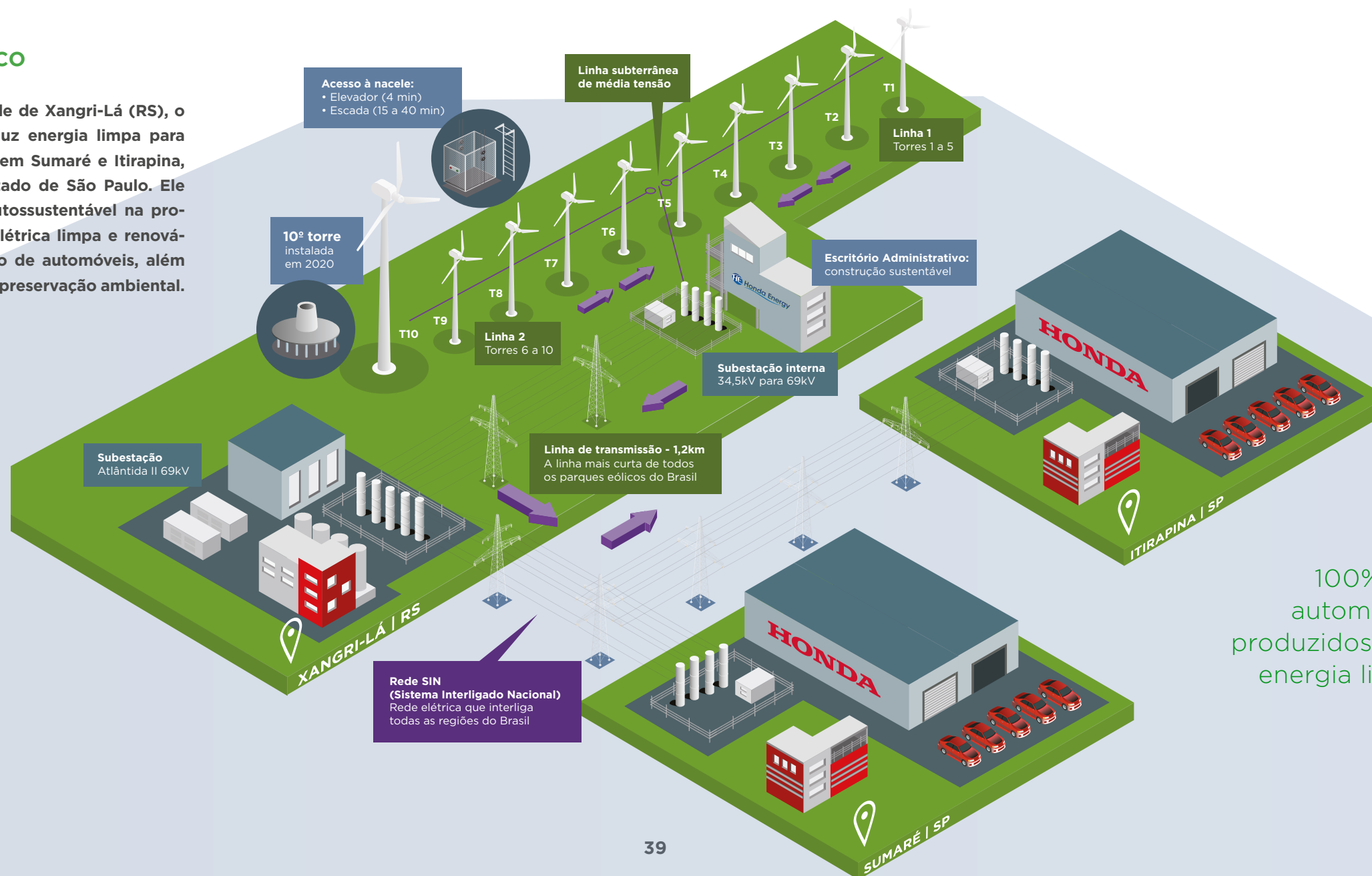
Em relação à nova torre, sua potência de geração é de 3,8 megawatts, 23% superior ao modelo dos demais aerogeradores, possui 112 metros de altura e está entre as maiores instaladas atualmente no Brasil. As pás medem 66 metros e, quando montadas, alcançam diâmetro de 136 metros. Esse conjunto é maior em relação aos demais e, em seu ponto mais alto, alcança 180 metros de altura.

Em 2020, o parque alcançou o marco de 82.340 MWh de energia gerada. O empreendimento possui 94 mil MWh de capacidade máxima de geração de energia anual.

Em quase sete anos desde sua inauguração, o projeto contabiliza mais de 448 mil MWh de energia elétrica limpa produzida, o que permitiu a produção sustentável de mais de 750 mil automóveis e evitou a emissão de 32 mil toneladas de CO₂.

Parque Eólico

Localizado na cidade de Xangri-Lá (RS), o parque eólico produz energia limpa para as unidades fabris, em Sumaré e Itirapina, e escritórios no estado de São Paulo. Ele torna a empresa autossustentável na produção de energia elétrica limpa e renovável para a produção de automóveis, além de contribuir com a preservação ambiental.



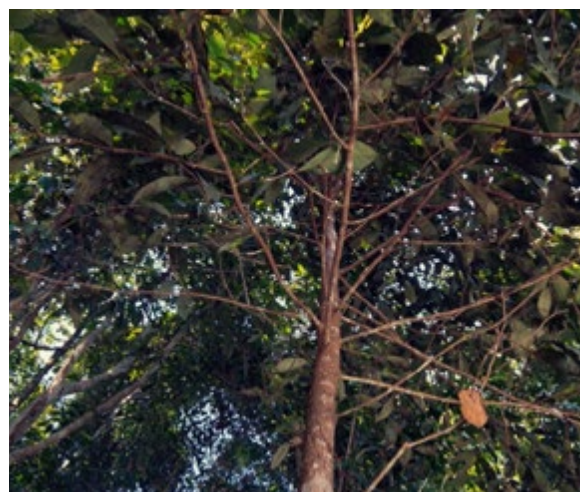
100% dos
automóveis
produzidos com
energia limpa.



Projeto Agrícola da Honda,
em Manaus (AM).



Reserva Particular do Patrimônio Natural,
em Manaus (AM).



Árvore de pau-rosa do Projeto Agrícola da Honda
em Manaus (AM).

Biodiversidade

> GRI 304-1 <

Reserva Particular do Patrimônio Natural (RPPN)

Para contribuir com a preservação da biodiversidade na região amazônica, a Honda se comprometeu a manter, desde 2006, uma Reserva Particular do Patrimônio Natural (RPPN), localizada no perímetro urbano de Manaus (AM).

Essa modalidade de conservação é parte de um compromisso voluntário em preservar a natureza e o equilíbrio do ecossistema local por meio da proteção de recursos hídricos, manejo de recursos naturais e manutenção de equilíbrios climáticos entre outras contribuições ambientais.

Considerada um fragmento florestal urbano de mata secundária, localizada às margens do Igarapé do Mindu, a reserva mantida pela Honda abriga uma grande biodiversidade de espécies da flora e da fauna amazônica em uma extensão de 16 hectares de mata, espaço que equivale a 17 campos de futebol.

Cerca de 140 espécies florestais arbóreas e diversas espécies de animais nativos são preservadas graças a essa iniciativa.

Projeto Agrícola

A 80 km de Manaus, no município de Rio Preto da Eva, a Honda possui uma completa estrutura para os testes de qualidade e durabilidade de suas motocicletas. De forma harmoniosa, a empresa também mantém um projeto de horticultura e reflorestamento de espécies nativas.

O Projeto Agrícola, inaugurado em 2003, visa o plantio de árvores frutíferas, como coco, pupunha, acerola, limão, mamão e banana, além de alface e rúcula hidropônica, que abastecem os restaurantes da fábrica e entidades que cuidam de crianças e idosos carentes.

Cerca de 80% do terreno, o equivalente a 802,38 hectares, é mantido como reserva legal, propriedade rural a ser mantida com vegetação nativa, onde são cultivadas espécies ameaçadas de extinção, como mogno, pau-rosa, ipê e andiroba.

A Honda mantém, em Manaus, uma Reserva Particular equivalente a 17 campos de futebol.

Ecoeficiência das operações

> GRI 103-2, 103-3/302-1 <

A Honda realiza avaliações frequentes de suas instalações, tendo sempre como prioridade a incidência de luz natural e recursos ecologicamente corretos.

Os indicadores ambientais são monitorados e analisados mensalmente pelas áreas de planejamento e gestão ambiental das fábricas e, em casos onde são identificados consumos muito divergentes das metas estabelecidas, são realizadas análises PDCA (Plan, Do, Check and Act) para identificação das causas e estabelecimento de medidas preventivas e corretivas.

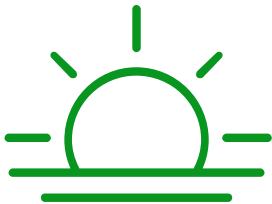
A maioria dos indicadores apresentados a seguir sofreram redução no último ano, quando comparados com 2019, em decorrência dos períodos de paralisação das fábricas e adoção do regime de home office como formas de somar esforços no combate à pandemia da covid-19 no país, conforme abordado anteriormente.

Em 2020, a Honda consumiu 1.197.956,11 GJ de energia nas unidades da Honda South America.

> GRI 302-1 <



Emissões Honda América do Sul	2019	2020
Consumo total de combustíveis não renováveis (GJ)	570.573,13	421.434,60
Consumo total de combustíveis renováveis (GJ)	16.189,48	10.150,11
Consumo de eletricidade (GJ)	962.836,05	766.371,39
Consumo total de energia (GJ)	1.549.598,66	1.197.956,11



A Honda prioriza a incidência de luz natural e recursos ecologicamente corretos em suas instalações.

Taxa de Intensidade Energética

A taxa de intensidade energética registrada no último ano pela Honda South America foi de 1,26 GJ/ unidade. Para o cálculo são considerados os consumos de energia elétrica e combustíveis (diesel, gasolina, GLP, querosene, gás natural e etanol). > GRI 302-3 <

A Honda América do Sul possui a meta de reduzir 1% do seu consumo energético por unidade produzida em relação ao período anterior.

	2019	2020
Taxa de intensidade energética	1,31 GJ / unit	1,26 GJ / unit

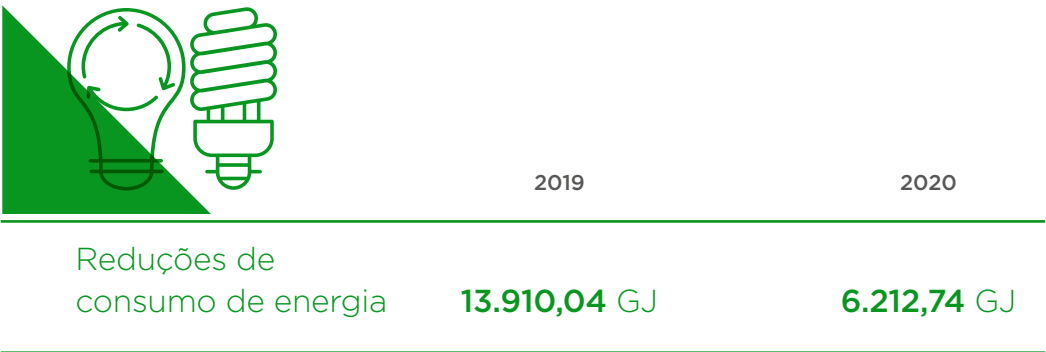
Escopo:
2019: Honda América do Sul (HAB Sumaré, HAB Itirapina, HDA, HAR, HSP).
2020: Honda América do Sul (HAB Sumaré, HAB Itirapina, HDA, HAR, HSP).

Redução no consumo de energia

Quando consideradas as unidades especificadas abaixo*, houve uma contribuição, a partir de projetos de melhoria, para a redução no consumo de energia. > GRI 302-4 <

Em meio aos impactos da covid-19 nos negócios, com adoção dos períodos de paralisação das fábricas e a consequente redução do volume produzido, alguns projetos de redução no consumo de energia foram reprogramados para o ano de 2021.

Além disso, em decorrência do processo de transferência da produção da unidade de Sumaré para Itirapina, ambas as plantas não participaram de projetos específicos para redução no consumo de energia em 2020.



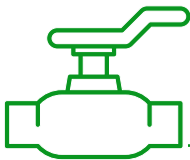
*2019: Honda América do Sul (HDA, HAR, HSP).
2020: Honda América do Sul (HDA, HAR, HSP).

Uso racional da água

> GRI 103-2, 103-3, 303-1 <

A fim de estabelecer uma relação equilibrada com o meio ambiente e o uso dos recursos naturais, a Honda mantém as melhores práticas do setor e segue todas as regulamentações aplicáveis às suas atividades. Com relação ao uso da água, as unidades brasileiras, argentina e peruana buscam otimizar o uso desse recurso e implementar as melhores soluções para tratamento de efluentes.

Em 2020, foi registrada uma redução significativa no consumo de água nas unidades da Honda South America, principalmente nas áreas administrativas, em decorrência do período de paralisação imposto pela pandemia da covid-19, além da introdução do regime home office, ainda que de forma parcial.



VOLUME TOTAL DE ÁGUA RETIRADO (M³)

Fonte	2019	2020
Água superficiais	129.278,00	81.333,95
Águas subterrâneas	1.047.797,91	724.676,75
Água de chuva	-	-
Efluentes de outra organização	-	-
Abastecimento por serviços de água públicos ou privados	9.059,33	8.836,02

2019: HAB Sumaré, HAB Itirapina, HDA, HAR, HDP, HSP, HSF, HMDC
2020: HAB Sumaré, HAB Itirapina, HDA, HAR, HDP, HSP, HSF, HMDC

Iniciativas da Honda Motos, em Manaus, para gestão de recursos hídricos

Ações da Honda para preservação de nascentes e uso consciente da água

Em sua fábrica de motocicletas, a Honda reutiliza a água da chuva nos banheiros gerando uma economia média de 800 mil litros/mês que equivale, em média, ao consumo diário de 230 pessoas.

Os lavatórios da empresa contam com torneiras de fechamento automático e redutores de vazão da água, que contribuem para a redução de cerca de 70% do consumo. Além disso, a água do processo de geração de ar comprimido é coletada em uma cisterna e reaproveitada na refrigeração de processos produtivos gerando uma economia de cerca de 700 mil litros ao ano.

A Estação de Tratamento de Efluentes da Honda em Manaus é considerada uma das mais modernas da América do Sul, entre as unidades Honda.

Estação de Tratamento de Efluentes (ETE)

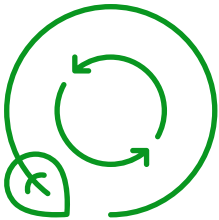
Considerada uma das mais modernas da América do Sul, entre as unidades Honda, a Estação de Tratamento de Efluentes (ETE) da Honda Motos possui capacidade de tratamento de 75 milhões de litros ao mês, que equivale, em média, ao consumo de uma cidade com população de até 30 mil habitantes.

Após a utilização da água nos processos de produção, refeitórios e sanitários, ela passa por um rigoroso processo bioquímico de purificação antes de ser devolvida ao meio ambiente.

Nesse processo de tratamento, os elementos químicos da água são separados, seguindo para o tanque de tratamento biológico e se juntam ao lodo ativado, que é resultante do tratamento para a destruição de poluentes orgânicos.

Em seguida, a água que passou pelo processo de desinfecção é direcionada para a lagoa de estabilização. Parte do efluente final tratado é reutilizado na irrigação de jardins, nos processos industriais de limpeza de peças e limpeza da estação; e a outra parte é devolvida para a natureza, contribuindo com a preservação do ecossistema de igarapés.





Gestão baseada nos 3R's: Reduzir, Reutilizar e Reciclar.

Gestão de resíduos e reciclagem

> GRI 103-2, 103-3, 306; 306-2 <

A Honda aplica em todas as suas operações o conceito dos 3Rs: Reduzir, Reutilizar e Reciclar.

Dessa forma, a empresa gerencia os resíduos provenientes das suas atividades e concentra esforços no aprimoramento dos processos produtivos com o desenvolvimento de novas tecnologias voltadas para a redução, reutilização e reciclagem.

Devido à situação vivida por grande parte das empresas em 2020, diversos projetos planejados para redução de resíduos foram postergados para 2021.

Além disso, o encerramento das atividades de montagem de veículos na fábrica Honda da Argentina, a redução no volume de produção decorrente da pandemia da covid-19, a paralisação das fábricas e o estabelecimento do trabalho remoto, contribuíram para uma geração de resíduos menor do que em anos anteriores.



Resíduos perigosos	2019 Peso (t)	2020 Peso (t)
Reciclagem	795,32	677,23
Recuperação	0	0
Incineração	1.813,81	1.910,84
Aterro	0	0
Outros (especificar) - incorporação	0	0
Outros (especificar) - coprocessamento	923,92	733,95
Resíduos não perigosos	2019 Peso (t)	2020 Peso (t)
Reutilização	0	0
Reciclagem	48.281,56	35.123,75
Compostagem	434,42	160,19
Incineração	1.136,84	1.659,05
Aterro	686,19	610,26
Outros (especificar) - co-processamento	2.706,90	1.970,88
Outros (especificar) - ultra filtração	0	0
VOLUME TOTAL	53.245,33	42.846,16

Compostagem

Sobra de alimento não é lixo. É possível transformar o que ficou no prato em adubo, por meio do processo de compostagem.

É o que a fábrica da Honda Automóveis, em Sumaré, vem fazendo desde que inaugurou sua Central de Compostagem Interna, reduzindo a emissão de gás carbônico da cadeia logística envolvida na coleta e destinação de mais de 120 toneladas anuais deste tipo de resíduo.

Essa é mais uma iniciativa da Honda em prol da sustentabilidade. Em 2020 foram produzidas cerca de 120 toneladas de adubo, que foram utilizados internamente nas áreas verdes da empresa.



Central de
Compostagem
Interna
da Honda
Automóveis em
Sumaré (SP).

Cabotagem

Em seu sistema logístico, a Moto Honda da Amazônia utiliza modais de transporte inovadores, a fim de garantir pontualidade, segurança, economia e também sustentabilidade na distribuição das motocicletas até as concessionárias.

Neste sentido, a cabotagem se torna um dos mais importantes modais de transporte, tanto na logística de distribuição de motos como na logística de abastecimento de peças.

Em 2020, a Moto Honda utilizou a cabotagem para transportar 94.839 motos, resultando em uma redução de 1.185 Ton nas emissões de CO₂.

Na logística de abastecimento foram enviados, em 2020, 1.637 contêineres de peças e componentes para a fábrica de Manaus, resultando em uma redução de mais de 753 TonCO₂.



Cabotagem em Manaus (AM).



Em 2020, a fábrica da Honda Automóveis, em Sumaré, por meio de sua Central de Compostagem Interna, produziu cerca de 120 toneladas de adubo.

Segurança

A segurança no trânsito é um compromisso essencial para a Honda, uma condição indispensável para a mobilidade.

A atuação da marca é direcionada em duas dimensões principais. Em primeiro lugar, a empresa desenvolve tecnologias avançadas e inovadoras, aprimorando as características de seus produtos, para que eles sejam cada vez mais seguros para os clientes.

No segundo pilar, estão as ações educativas e de conscientização, visando fortalecer o comportamento seguro dos principais agentes do trânsito.



Segurança do produto Motocicletas

No segmento de motocicletas, um importante marco foi a implantação da tecnologia de freios CBS (Combined Brake System) e ABS (Anti Lock Brake System) em 100% das motos produzidas no país.

O CBS, tecnologia inovadora desenvolvida pela Honda, consiste em um sistema hidráulico/mecânico que atua nos freios da motocicleta para distribuir de maneira equilibrada a frenagem entre a roda traseira e a dianteira, garantindo maior estabilidade de frenagem ao piloto.

O ABS é um sistema eletrônico que evita o travamento da roda em frenagens bruscas e em pisos de pouca aderência. A Honda vem aumentando a penetração dessa tecnologia em sua linha de produtos.

Além do sistema de freio, a Honda investe no desenvolvimento de tecnologias avançadas como os controles de tração e estabilidade, suspensão eletrônica, embreagem deslizante e assistida, acelerador eletrônico, sistema anti-empinada e controle de tração, além de conectividade e até mesmo airbag, que são implementadas de acordo com a estratégia de cada produto.

Por fim, a empresa trabalha continuamente em seus projetos para a melhoria dos parâmetros de controle da motocicleta e no conjunto chassi/suspensão, que permitem uma ciclistica mais segura.



Um importante marco foi a implantação da tecnologia de freios CBS (Combined Brake System) e ABS (Anti Lock Brake System) em 100% das motos produzidas no país.



Novidades em 2020 para segurança em duas rodas:

Família 650:

A Honda apresentou ao mercado em julho de 2020 as novas CB 650R e CBR 650R, que trazem um dispositivo de segurança suplementar: trata-se do Emergency Stop Signal (ESS), que reconhece frenagens de emergência em velocidades superiores a 56 km/h e, através de sensores do módulo do ABS, aciona automaticamente o pisca-alerta.

Além disso, a embreagem agora é do tipo deslizante, o que previne repentinas perdas de aderência da roda traseira no caso de reduções de marcha extremas, frequentes na pilotagem esportiva. O acionamento da embreagem se vale de assistência, que reduziu em 12% o esforço necessário para o acionamento da alavanca.

O sistema de controle de tração HSTC - *Honda Selectable Torque Control* -, se encarrega de conter eventuais perdas de aderência do pneu traseiro em situações de forte aceleração. Tal dispositivo proporciona tranquilidade para a pilotagem em pisos de baixa aderência.

Família 500X:

A Honda Motos também trouxe ao mercado a versão 2020 da CB 500X, que ganhou roda dianteira de 19 polegadas, escolha que amplia a capacidade do modelo de encarar terrenos ruins com maior segurança e desenvoltura. A aerodinâmica da CB 500X 2020 foi refinada, e favorece a fluidez do ar em volta da carenagem e para-brisa, agora mais alto, melhorando a proteção para o piloto em velocidades elevadas.

Da mesma família, a naked CB 500F conta com novo guidão cônico na versão 2020, que proporciona posição de pilotagem mais adequada, facilitando o controle.

Em ambas, o banco de dois níveis foi redesenhado, está mais estreito e arredondado na porção dedicada ao condutor, facilitando assim o apoio dos pés no solo. O novo guidão, mais plano e alto, contribui para um melhor controle enquanto o aumento do raio de esterço facilita manobras em baixas velocidades. Já o para-brisa, é fixado a uma barra metálica tubular que facilita a montagem de sistemas de navegação acima do painel de instrumentos.



Automóveis

No segmento de automóveis, a Honda vem introduzindo no Brasil o Honda SENSING, pacote de tecnologias avançadas de segurança e assistência ao condutor, que está presente no Honda Accord, desde 2018, como equipamento de série.

O Honda SENSING traz tecnologias como o ACC (Adaptive Cruise Control) com LSF (Low Speed Follow) - controle de cruzeiro adaptativo com ajuste de velocidade; CMBS (Collision Mitigation Braking System) com FCW (Front Collision Warning) - sistema de frenagem para mitigação de colisão; LKAS (Lane Keeping Assist System) - sistema de assistência de faixa; e o RDM (Road Departure Mitigation System) com LDW (Lane Departure Warning) - sistema para mitigação de evasão de pista.

Recentemente, a Honda apresentou o Accord 2021 no Brasil, que passará a ser comercializado em solo nacional na motorização híbrida, a partir do segundo semestre de 2021. O Honda SENSING do Accord foi aprimorado. O modelo traz agora a tecnologia Low Speed Braking Control, que ativa o freio em manobras de baixa velocidade, caso detecte a possibilidade de colisão. Além disso, o assistente de permanência em faixa e o controle de cruzeiro adaptativo trazem um funcionamento ainda mais preciso e intuitivo.

Os avançados sistemas de segurança ativa e passiva do Accord 2021 incluem ainda o VSA (assistente de estabilidade) com controle de tração,

freios ABS com Electronic Brake Booster (reforço eletrônico de frenagem), monitoramento da pressão dos pneus (TPMS), airbags dianteiros avançados, airbags de cortina, airbags laterais e de joelhos para o motorista e passageiro da frente, sendo o primeiro Honda comercializado no país com oito airbags.

Outra novidade em segurança é a adoção do alerta de uso do banco traseiro, que emite um aviso ao condutor, indicando que algo pode ter sido esquecido no banco de trás, caso as portas tenham sido abertas antes de se iniciar a viagem.

Além disso, em 2020, a Honda Automóveis anunciou uma série de aprimoramentos em Segurança em seu line-up. Entre elas, está a adoção do sensor crepuscular, que permite o acendimento automático dos faróis, e da regulação elétrica de altura do fecho de luz em todos os modelos produzidos no Brasil.

Em 2020, a Honda
Automóveis
anunciou uma série de
aprimoramentos em
Segurança em seu line-up.

Confira outros sistemas de segurança presentes nos modelos Honda:

WR-V: A linha 2021 marca a introdução de aprimoramentos em segurança, com a adoção dos controles de estabilidade e tração (VSA), assistente de partida em auge (HSA) e alerta de frenagem emergencial (ESS) em todas as versões, como equipamento de série. Além disso, todas as versões do WR-V trazem airbags frontais, freios ABS com distribuição eletrônica de frenagem (EBD), além da exclusiva estrutura de deforma-

ção progressiva ACE™ (Advanced Compatibility Engineering) e barras de proteção nas portas, garantindo a máxima proteção nas eventuais situações de colisão. A versão EX oferece ainda os airbags laterais, enquanto a EXL oferece seis airbags, com a adição dos laterais do tipo cortina;

Fit: Em todas as versões, o Honda Fit possui sistema VSA (Vehicle Stability Assist) e HSA (Hill Start Assist), que evita que o carro desça por alguns instantes ao se tirar o pé do freio em subidas, entre outras tecnologias;





City: O sedã traz a carroceria com tecnologia ACE. Essa estrutura foi projetada para distribuir de maneira uniforme a energia de um impacto, reduzindo a força transferida para a cabine e protegendo os ocupantes. Ela também dispersa de maneira mais uniforme a força transferida para outros veículos envolvidos na colisão;

HR-V: As versões Touring e EXL receberam novos faróis de neblina em LED, com desenho horizontal. A versão EXL ganhou ainda faróis full LED, antes disponíveis apenas na Touring, retrovisor interno fotocromático e sensor de chuva. A versão EX recebeu mais dois airbags (de cortina), totalizando seis bolsas infláveis de proteção. A LX recebe ainda os repetidores de seta nos retrovisores externos e quatro airbags novos (dois laterais e dois de cortina). Com isso, todas as versões do HR-V 2021 passam a contar com seis airbags (dois frontais, dois laterais e dois de cortina), reforçando ainda mais a segurança do modelo.

Além disso, todas as versões do HR-V são equipadas com VSA, HSA e ESS. O HR-V Touring oferece ainda o sistema Honda LaneWatch, tecnologia composta por uma câmera instalada no retrovisor direito, que amplia o ângulo de visão do motorista, eliminando pontos cegos e projetando essa imagem ampliada no sistema multimídia. Com isso, o condutor tem mais segurança em mudanças de faixa e mais comodidade em manobras.

O HR-V Touring possui ainda calibragem específica para o conjunto de suspensão, barra estabilizadora dianteira de maior diâmetro e a tecnologia Agile Handling Assist (AHA), que aprimora a estabilidade dinâmica do SUV em curvas, aplicando o conceito de vetorização de torque. Com isso, mantém a dirigibilidade e conforto característicos do SUV, com um toque superior de dinâmica.

Civic: Na linha 2021, a versão EXL traz como principais novidades a adoção dos faróis Full LED, bem como o farol de neblina em LED – os mesmos adotados na versão Touring.

Como em todos os modelos da Honda, a segurança também é prioridade no Civic. Todas as versões trazem airbags frontais, laterais e de cortina; VSA; HSA; AHA; luz de frenagem de emergência; freios ABS com distribuição eletrônica de frenagem (EBD); luzes de rodagem diurna (DRL), lanternas traseiras em LED e sistema de indicação de perda de pressão dos pneus (TPMS).

Desenvolvido para proporcionar alta segurança em diferentes cenários, traz visibilidade frontal ampla, direção precisa, estável e previsível, e alta performance de dirigibilidade e frenagem. Isso ocorre graças a avançada estrutura de carroceria – incluindo a nova geração da *Advanced Compatibility Engineering* (ACE), que proporciona um alto grau de proteção aos ocupantes.

O Civic usa ainda a tecnologia avançada de airbags frontais, laterais e de cortina, incluindo um airbag frontal com uma costura em espiral para um melhor desempenho no momento do disparo; tecnologia Smart Vent para os airbags do passageiro e motorista e airbag para passageiro que reduz o risco de ferimentos, caso o ocupante esteja fora da posição. Esses sistemas trabalham em conjunto com a estrutura avançada da carroceria e com componentes internos projetados para proteger os passageiros em uma colisão. •

> GRI 103-2, 416 <





Honda inicia vendas do sedã de luxo Legend com a nova tecnologia Honda SENSING Elite

Empenhada em concretizar uma sociedade livre de acidentes de trânsito, com base em seu slogan “Segurança para todos”, a Honda apresentou recentemente o sedã de luxo Legend equipado com o novo sistema Honda SENSING Elite, que representa um novo patamar na área de tecnologias avançadas de segurança.

O Honda SENSING Elite é uma versão do Honda SENSING, o pacote de segurança avançada e de tecnologias de assistência ao condutor atualmente disponível para veículos Honda em todo o mundo. O nome “Elite” representa as tecnologias de excelência incluídas nesta mais recente versão.

Uma das tecnologias altamente diferenciadas é a função “Traffic Jam Pilot”, qualificada para direção autônoma de Nível 3 (direção autônoma condicionada em uma área limitada), para a qual a Honda recebeu, em 2020, designação de tipo do Ministério Japonês de Terras, Infraestrutura, Transporte e Turismo (MLIT) * 1. A tecnologia Traffic Jam Pilot permite que o sistema de direção autônoma conduza o veículo, em vez do motorista, sob certas condições, como quando o veículo está em uma via expressa com tráfego congestionado*2.

Notas

* 1 A designação de tipo foi anunciada em 22 de novembro de 2020. Consulte o comunicado à imprensa: <https://global.honda/newsroom/news/2020/420111leng.html>

** 2 Há um limite para as capacidades (por exemplo, capacidade de reconhecimento e capacidade de controle) de funções individuais do Honda SENSING Elite. Por favor, não superestime as capacidades de cada função Honda SENSING Elite e dirija com segurança enquanto presta atenção constante ao seu entorno. Por favor, permaneça em condições de responder ao pedido de transferência emitido pelo sistema e retome a condução imediatamente após o pedido de transferência.

Trânsito seguro

Centro Educacional de Trânsito Honda - (CETH)

A Honda acredita que a educação, combinada à tecnologia de produtos, é a chave para um futuro livre de acidentes. Assim, a empresa promove atividades de segurança no trânsito em todos os continentes onde opera, realizando ações de acordo com as características e situações de tráfego de cada país.

No Brasil, há três unidades do Centro Educacional de Trânsito Honda (CETH), localizadas em Indaiatuba (SP), Recife (PE) e Manaus (AM), que oferecem aulas práticas e teóricas voltadas para a disseminação de conceitos de segurança no trânsito e pilotagem segura de motocicletas. O projeto também é realizado nas unidades do CETH localizadas na Argentina e no Peru.

Os Centros Educacionais de Trânsito Honda oferecem treinamento, gratuitamente, a frotistas de empresas públicas e privadas, entre elas a Polícia Militar, Exército, Bombeiros, entre outros.

Nos CETHs os treinamentos teóricos são realizados em sala e oferecem aos motociclistas informações importantes sobre pilotagem nas mais variadas situações do trânsito. No segundo momento, os alunos colocam em prática, nas pistas das unidades, o aprendizado da sala de aula.

Para multiplicar os treinamentos, a empresa conta ainda com três Unidades Móveis de Pilotagem, que atuam como suporte às iniciativas itinerantes realizadas em todo país.

Em 2020, diante do cenário de isolamento social imposto pela pandemia da covid-19, os Centros Educacionais de Trânsito Honda passaram a oferecer os cursos e palestras de forma online, aprimorando ainda mais as plataformas eletrônicas e acelerando o processo de digitalização do conhecimento aplicado em sala de aula. Mais de 300 mil pessoas foram impactadas pelas atividades digitais do CETH, em todo Brasil.

Além disso, o CETH participou de ação especial na Semana Nacional do Trânsito, realizada em setembro de 2020, nomeada Embaixador no Comando, na qual foram oferecidos conteúdos sobre pilotagem segura aos seguidores das páginas Honda Motos nas redes sociais. Mais de 3 milhões de pessoas foram impactadas pela iniciativa, que contou com o jornalista Leandro Mello, ao lado de convidados e pilotos Honda.



Clubinho Honda

Os Centros Educacionais de Trânsito ainda oferecem atividades voltadas à educação para crianças. Trata-se do projeto “Clubinho Honda – Trânsito Amigo”, existente desde 1992 para promover atividades lúdicas que convidam crianças de 4 a 7 anos a aprender sobre segurança no trânsito, de forma leve e divertida.

Os CETHs contam, ainda, com a Cidade Mirim do Clubinho Honda em suas dependências. O espaço, aberto a crianças de escolas públicas e privadas, reproduz uma cidade com a intenção de transmitir conceitos de educação no trânsito. No local, é simulada uma minicidade, com elementos como faixa de pedestre, semáforo, placas de sinalização e miniveículos elétricos para que as crianças possam aprender as principais regras de trânsito.

Em 2020, também em função da necessidade de isolamento social, o Clubinho Honda direcionou seus esforços para as plataformas digitais, promovendo atividades online sobre trânsito seguro para as crianças. No total, 22.000 crianças participaram das ações do Clubinho Honda Digital no último ano.

Recall

O respeito ao indivíduo é um dos princípios que regem as operações da Honda em todo o mundo.

Com base nisso, a companhia realiza suas campanhas de recall, em todo país, de forma gratuita e com o suporte de sua sólida rede de concessionárias.

A empresa busca convocar os clientes para reparo com transparência e agilidade.

Mega recall de airbags Takata

O recall de airbags da empresa Takata é o maior da história da indústria automobilística no Brasil. Desde julho de 2010, a Honda vem convocando seus clientes para reparar o insuflador defeituoso do airbag Takata e, até o fechamento deste relatório, realizou 16 campanhas para recall dos insufladores de airbag Takata em automóveis e 2 campanhas para a motocicleta GoldWing. > GRI 103-3/416, 416-1 <

Automóveis Convocados em 2020 (Modelo / Motivo / Quantidade de Veículos / % Reparados)			
Modelo	Motivo	Quantidade	% Reparados
Civic, Accord, CR-V, Odyssey 1996-2000	Falha no insuflador de Airbag do motorista	37.094	24,4%
Civic / Accord / HR-V 2018 - 2020	Falha na bomba de combustível	2.730	66,5%

Todos os chamamentos podem ser conferidos no link:
<https://www.honda.com.br/recall>

Até o fechamento deste relatório, há 906.267 veículos com necessidade de recall num total de 1.611.187 insufladores de airbags Takata a serem substituídos. Destes, 1.154.302 insufladores de airbags Takata já foram reparados, atingindo um índice de atendimento de 71,6%.

Até o fechamento deste relatório, a Honda possui o registro de 46 casos confirmados de ruptura anormal do insuflador de airbag Takata, sendo 17 deles com ferimento, 1 fatalidade e 28 sem lesão.

Iniciativas da marca para alertar os consumidores

A Honda tem adotado uma série de medidas pioneiras para ampliar a comunicação com a totalidade dos proprietários cujos veículos tenham alguma pendência de recall e conscientizá-los sobre a urgência do reparo.

É importante lembrar que, no Brasil, a intenção de troca de veículos por parte dos consumidores ocorre, em média, a cada três anos. Portanto, é comum que com o passar do tempo os carros mudem de donos, mas, nem sempre, os novos proprietários retornam às concessionárias para realizar as revisões e/ou eventuais reparos periódicos, dificultando a atualização dos dados nos registros da Honda.

Consciente da gravidade do recall de insufladores de airbag da Takata, a Honda está liderando uma série de iniciativas pioneiras para elevar o índice de atendimento da campanha, indo além do que exige a legislação vigente.

Alguns exemplos:

- Veiculação nacional de vídeo exclusivo em TV aberta para alerta aos clientes;
- Atuação em conjunto com o programa especializado AutoEsporte, da TV Globo, numa reportagem que alerta para a importância de realização do recall;

- Campanhas em mídias digitais;
- Call center ativo;
- Convênio com os DETRANS de São Paulo e do Paraná, além de parcerias com seguradoras e empresas de cobrança automática de pedágio, entre outras, para localização dos proprietários dos veículos afetados;
- Parceria com o DENATRAN para o envio de cartas aos clientes, lembrando sobre a necessidade de realização do recall;
- Entrega de folhetos em pedágios e estacionamentos de shoppings;
- Divulgação de peças de comunicação em caminhões-baú;
- Divulgação nacional do vídeo depoimento do cliente Tiago Ferreira, que foi vítima da deflagração anormal do insuflador do airbag Takata. Tiago conta como o episódio se tornou grave a partir de uma lesão provocada por fragmentos metálicos que foram lançados contra ele quando o airbag foi acionado. O vídeo encontra-se disponível no site da Honda, em www.honda.com.br/recall;
- Tradução e divulgação local do vídeo depoimento da cliente americana Stephanie Erdman, que também vivenciou uma deflagração anormal do insuflador do airbag Takata. O material encontra-se disponível no site da Honda, em www.honda.com.br/recall.

Em 2020, a Honda realizou uma parceria com o canal High Torque, especializado em mecânica automotiva e que conta com mais de 1 milhão de inscritos no Youtube, para transmitir informações relevantes acerca da necessidade de reparo do airbag. Por meio de um vídeo explicativo, o influenciador Alexandre Dias Generoso, o “ADG”, explicou a seus seguidores como funciona um equipamento de airbag, qual a falha que ocorre nos insufladores defeituosos da Takata e qual o procedimento de troca do componente. O vídeo contabilizou mais de 65 mil acessos e pode ser visto em: www.youtube.com/watch?v=RfleL7189iA

Qualidade

Em primeiro lugar, a satisfação do cliente

Oferecer produtos da mais alta qualidade a um preço justo para superar as expectativas dos clientes é um princípio fundamental que rege as operações da Honda em todo mundo. Este compromisso pode ser constatado nas palavras do próprio fundador, Soichiro Honda, que reforçava que “100% de qualidade não é aceitável. Nossos esforços são aplicados para atingir 120%.”

O conceito de qualidade total adotado pela marca incorpora o valor da qualidade em todas as dimensões do negócio. A Honda acredita que o produto final só irá oferecer um valor diferenciado ao cliente se toda a operação for norteada pelo mesmo princípio, desde o projeto, desenvolvimento, gestão da cadeia de suprimentos, produção, vendas, pós-vendas e administração. Assim, o conceito de qualidade total é também estendido à toda a cadeia, incluindo fornecedores de peças e matérias-primas, concessionárias e demais parceiros.

O foco na satisfação do cliente por meio da qualidade diferenciada dos produtos e serviços é um dos principais diferenciais competitivos que sustentam o valor da marca Honda no longo prazo.

Qualidade do produto reconhecida pelo cliente

A satisfação dos clientes com os produtos comercializados no Brasil é um indicador fundamental para a avaliação sobre a qualidade e desempenho da empresa.

A Honda investe continuamente em pesquisas que permitem identificar o grau de satisfação dos clientes em relação aos produtos e serviços da marca, direcionando iniciativas voltadas ao aprimoramento contínuo e ao desenvolvimento de novas soluções. Da mesma forma, a Honda está atenta às pesquisas, avaliações e premiações conduzidas por terceiros que permitam à empresa obter reconhecimento de suas fortalezas e pontos de melhoria.

100% de qualidade não é aceitável. Nossos esforços são aplicados para atingir 120%.

Pesquisa Os Eleitos

A pesquisa “Os Eleitos” reúne a opinião de milhares de consumidores dos automóveis mais vendidos no mercado brasileiro, que classificam diversos atributos do modelo e da marca, com base nas suas expectativas e experiência real com o produto. O resultado é um índice de satisfação em que a nota 100 indica o atendimento pleno às expectativas do cliente.

No caso da Honda, em 2020 o sedã Civic foi eleito tetracampeão no segmento dos sedãs médios, com notas superiores a 100 em 13 dos 23 itens contemplados na pesquisa. Outros modelos da Honda presentes no estudo também se posicionaram entre os melhores do segmento.

É importante ressaltar que, ao longo dos 20 anos de existência da pesquisa, o Civic é o modelo que mais conquistou o topo do ranking geral da publicação, com cinco premiações, à frente do segundo colocado, o Honda Fit, que traz quatro, tornando a Honda a marca mais premiada do estudo



A Honda foca na satisfação do cliente.



Selo Maior Valor de Revenda

O selo “Maior Valor de Revenda”, promovido pelo portal Autoinforme, é uma certificação dos carros e motocicletas que menos perdem valor na hora da revenda.

É um estudo que atesta a qualidade dos produtos da Honda e demonstra o valor percebido dos modelos perante os consumidores.

Na avaliação de 2020, o Honda Fit foi classificado como o veículo da categoria monovolume que menos desvaloriza, com um índice de depreciação de apenas 9,4%.

Entre as motocicletas, a Honda CG 160 recebeu a certificação máxima do estudo, sagrando-se a motocicleta com o melhor valor de revenda do Brasil, com desvalorização de apenas 4,6% no período de um ano.

Além de ser a campeã geral, a Honda Motos foi também a marca que obteve o maior número de títulos por categoria, com cinco prêmios no total. A marca também venceu nas categorias Crossover, com a CB 500X; Motoneta, com a BIZ 110i/125i; Scooter até 200 cc, com a PCX 150; e Sport acima de 800 cc, com a CBR 1000 RR Fireblade. O estudo é feito desde 2000 e a certificação é concedida desde 2014.

Moto do Ano

Promovido pela revista Duas Rodas, o prêmio Moto do Ano elege as melhores motocicletas nos quesitos Motor, Freios, Suspensão, Agilidade, Conforto, Design e Custo-Benefício, por meio da votação de jornalistas especializados no segmento duas rodas. A motocicleta eleita com a maior nota entre todas as participantes é considerada a “Moto do Ano”. Na edição 2020 do prêmio, a Honda Motos foi a vencedora nas categorias Scooter, com a X-ADV; e Touring, com a GL 1800 Goldwing.

Motociclismo

A 22ª edição do prêmio Moto de Ouro, promovido pela revista Motociclismo, contou com aproximadamente 10 mil votos de leitores da publicação, de diversas regiões do Brasil, que compartilharam com o time da Motociclismo suas preferências e escolheram as melhores motocicletas de 13 diferentes categorias, além de elegerem as melhores marcas em quesitos de imagem.

A Honda Motos conquistou dois prêmios de imagem, nas categorias Melhor Negócio e Publicidade. Em termos de produto, a Honda obteve os troféus das categorias CUB, com a Biz 125; Maxi-trail, com a CRF1000L Africa Twin; e Touring, com a GL 1800 Gold Wing.



Sistema de gerenciamento de qualidade

A Honda conta com um sistema global de gestão da qualidade, o G-HQS, estabelecido em abril de 2005, constituído por um conjunto de padrões fundamentais que apoiam as atividades de garantia e melhoria da qualidade em todas as operações do grupo Honda.

O sistema visa garantir a qualidade não apenas nas atividades de produção, mas também nas demais áreas da empresa. Por meio do G-HQS, a Honda define claramente os papéis e responsabilidades, padrões e indicadores para áreas de desenvolvimento; fabricação; serviços; compras e engenharia para aprimorar a qualidade dos processos e do produto continuamente.

O G-HQS sistematiza o conhecimento adquirido pela Honda, de forma independente, na fabricação de produtos de qualidade e na prevenção de problemas potenciais.

Além do sistema próprio, a Honda está ainda em conformidade com os padrões de certificação ISO. Atualmente, quatro instalações da Honda na América do Sul possuem a certificação ISO 9001 (Moto Honda da Amazônia, Honda Automóveis Sumaré e Itirapina e Honda da Argentina).

Ciclo de Qualidade Honda

I - Design e Desenvolvimento

A garantia de qualidade é implementada desde a fase inicial, do desenho do produto, utilizando a experiência da marca em design e fabricação para criar projetos que facilitam a sua produção.

III - Produção

Além de projetar desenhos que facilitem a fabricação do produto e implementar controles de fabricação que limitam a variabilidade dos processos, a garantia da qualidade conduz inspeções rigorosas de peças e veículos, além de garantir que não ocorram danos aos produtos durante o transporte.

V - Coleta de Informações de Qualidade

A partir das informações coletadas junto aos clientes e mercados em todo o mundo, é realizada uma análise para melhoria da qualidade (sistema de melhoria da qualidade do mercado).

II - Preparação da Produção

A garantia da qualidade se estende aos processos de produção, por meio de controles de fabricação que limitam a variabilidade do processo.

IV - Vendas e Serviços

Eventuais problemas de qualidade no mercado são detectados por meio do pós-venda e tratados pelas concessionárias, a partir de pesquisas e coleta de informações junto aos clientes.

Os recursos e a competência técnica para pesquisa e desenvolvimento no Brasil, somados ao conhecimento global nas áreas de inovação, tecnologia, gestão de energia, robótica e inteligência artificial, garantem à Honda liderar o avanço da mobilidade.

Pesquisa & Desenvolvimento

Para a Honda, investir em pesquisa e desenvolvimento é primordial para o processo de inovação. Nesse sentido, o Centro de Pesquisa e Desenvolvimento, localizado na planta de Automóveis em Sumaré (SP), atua fortemente em iniciativas para aumentar o índice de nacionalização dos componentes, em tecnologias menos nocivas ao meio ambiente e adaptadas às demandas específicas dos países da região. Com laboratórios e equipamentos técnicos de última geração, o Centro é hoje um dos principais núcleos de desenvolvimento da Honda fora do eixo Japão-Estados Unidos.

Dentro dessa mesma estratégia, o Centro de Desenvolvimento e Tecnologia (CDT), localizado na planta de Manaus (AM), funciona como um polo tecnológico multidisciplinar e tem como missão fortalecer a pesquisa e a criação de soluções para necessidades do mercado sul-americano. A unidade possui uma infraestrutura de avaliação de produtos, bem

como um campo de provas que simula as mais variadas condições de uso das motocicletas, laboratórios de testes de motor, emissões de gases e durabilidade.

Em ambos os segmentos, os recursos e a competência técnica para pesquisa e desenvolvimento no Brasil, somados ao conhecimento global nas áreas de inovação, tecnologia, gestão de energia, robótica e inteligência artificial, garantem à Honda liderar o avanço da mobilidade.

A área de pesquisa e desenvolvimento é também fundamental para garantir a qualidade dos produtos, criando desenhos e projetos que limitam a variabilidade do processo de fabricação. Os engenheiros da Honda têm acesso a uma ampla base de conhecimento acumulada sobre procedimentos e técnicas que contribuem para evitar problemas de qualidade ao serem utilizadas nos desenhos, no desenvolvimento conjunto com os fornecedores e na produção.



Centro de Desenvolvimento e Tecnologia (CDT) de motocicletas, em Manaus (AM)



Centro de Pesquisa e Desenvolvimento de Automóveis, em Sumaré (SP)



A Honda possui uma metodologia própria para seleção e gestão dos parceiros.

Gestão de Fornecedores

> GRI 102-9 <

A Honda South America busca trabalhar com fornecedores reconhecidos não apenas por sua capacidade de atendimento e qualidade de produtos e serviços, mas também pela atuação ética nos âmbitos social e ambiental.

Assim, para ser parte do time de fornecedores da companhia, todas as empresas passam por um processo de seleção realizado de acordo com as diretrizes globais definidas pela sede no Japão.

O padrão Honda de seleção e gestão dos parceiros é definido pela metodologia QCDMEFS (Qualidade, Custo, Entrega, Gerenciamento, Meio Ambiente, Financeiro e Segurança, em português). Com foco nessas dimensões são estabelecidos indicadores e processos para desenvolvimento e acompanhamento dos fornecedores, como especificações de qualidade, eficiência, atendimento, gestão ambiental, gestão de recursos humanos, entre outros.

New Honda Circle Suppliers - NHC-S Ambiental

A Honda aplica anualmente o programa New Honda Circle Suppliers - NHC-S Ambiental, cujo objetivo é incentivar seus fornecedores a eliminarem desperdícios de energia. Assim, os parceiros são estimulados a melhorarem a eficiência energética de suas máquinas e equipamentos, reduzindo o consumo de energia e, consequentemente, a emissão de CO₂.

Em 2020, a Honda Automóveis do Brasil contou com a participação de 17 fornecedores que, juntos, deixaram de emitir 28.617 toneladas de CO₂ na atmosfera por meio de ações de melhoria contínua.

Em função da pandemia da covid-19, a Moto Honda da Amazônia prorrogou a realização do NHCS na planta de Manaus (AM) para 2021, a fim de estruturar o programa de forma virtual.



Quantidade de fornecedores de peças e matérias-primas

Honda Motos
118
fornecedores
diretos



Honda Automóveis
165
fornecedores

15
fornecedores

Garantir a qualidade dos componentes e materiais adquiridos junto aos fornecedores é fundamental para oferecer aos clientes produtos diferenciados. A Honda visita as instalações de seus fornecedores com frequência para realizar auditorias de qualidade com base no “Princípio das Três Realidades”, que enfatiza “ir ao local real”,

conhecer a situação real” e “ser realista”. Essas atividades de auditoria são conduzidas tanto no estágio de preparação da produção quanto durante a produção em massa. Com base nessas auditorias, a Honda trabalha continuamente, em conjunto com os fornecedores, na identificação e implantação de projetos de melhoria.



Qualidade no processo produtivo

Os processos produtivos da Honda são desenvolvidos empregando modernas tecnologias de fabricação, que proporcionam peças e componentes com elevado padrão de qualidade.

Além disso, são aplicadas rigorosas inspeções intermediárias, utilizando altos padrões, para elevar ainda mais a qualidade dos produtos, sempre com foco no cliente.



Honda Way

O programa Honda Way é um exemplo de iniciativa para fortalecer os princípios de produção, desenvolvendo técnicas que limitem a variabilidade no processo produtivo e tragam mais qualidade e segurança ao produto. Desenvolvido pelo departamento de Controle de Qualidade da Produção da Honda Automóveis, o programa busca garantir qualidade absoluta na produção.

O departamento executa um extenso programa com seus fornecedores, que são convi-

dados a conhecerem com maior profundidade o processo produtivo da Honda e, especificamente, como a peça ou o componente fornecido é utilizado na linha de produção.

Com isso, cada fornecedor compreende a importância do atendimento fiel às especificações determinadas pela Honda. O programa ainda enriquece o aspecto relacional, proporcionando um fluxo de comunicação mais harmonioso entre as partes.



Centro de Qualidade de Mercado

A Honda estabeleceu uma área, o Market Quality Center (MQC), para gerenciar as informações sobre a qualidade do produto oferecido ao mercado. O MQC visa aprimorar a prevenção de problemas, bem como detectar e solucionar as ocorrências com agilidade. A área reúne informações relacionadas à qualidade provenientes dos concessionários de todo o Brasil e por meio do departamento de serviços dos centros de relacionamento com os clientes. Essas informações são compartilhadas com as áreas de pesquisa e desenvolvimento, produção e gestão de fornecedores para avaliações técnicas que permitam a identificação das causas e implantação de contramedidas.

Em 2020, mais de 147 mil clientes foram ouvidos e puderam expressar suas opiniões, contribuindo para os processos de aprimoramento contínuo da empresa.

Relacionamento com clientes

A Honda tem como objetivo proporcionar ao cliente experiências positivas ao longo do tempo, em todos os pontos de contato com a marca. Desse modo, cria-se um histórico de relacionamento que possibilita ao cliente reconhecer o valor da marca, suas qualidades e diferenciais.

Nessa missão, um dos grandes pilares da Honda no Brasil é a sua ampla rede de concessionárias, composta por 212 pontos de vendas e serviços em automóveis e mais de 1.100 em motocicletas. A rede de concessionárias é um parceiro fundamental que compartilha da mesma cultura de orientação ao cliente, oferecendo atendimento personalizado desde o primeiro contato, experimentação do produto, negociação para a venda, prestação de serviços e implementação de estratégias de comunicação e relacionamento.

A gestão das concessionárias é acompanhada de perto pelas equipes consultivas da Honda, por meio de visitas técnicas, consultoria remota e pesquisas de satisfação sobre o atendimento, produtos e serviços oferecidos. Em 2020, mais de 147 mil clientes foram ouvidos e puderam expressar suas opiniões, contribuindo para os processos de aprimoramento contínuo da empresa. A capacitação dos colaboradores da rede de concessionárias é um outro fator essencial para garantir experiências positivas aos clientes. Em 2020, a Honda aplicou mais de 126.000 horas de treinamentos técnicos e comportamentais, à distância e presenciais, aos colaboradores de serviços e peças da rede.



PROGRAMA BEST QUALITY

O Best Quality é uma iniciativa da Honda América do Sul voltada ao reconhecimento dos técnicos, consultores e gestores de serviços e peças de sua rede de concessionárias de motocicletas e automóveis.

Por meio de diversos métodos de avaliação, os melhores profissionais avançam nas etapas do programa em cada categoria – técnico, reparador de carroçaria e pintura, consultor de serviços, consultor de peças e gestor – até a última fase, reconhecendo os profissionais de maior destaque em cada categoria. Em 2020, devido aos protocolos sanitários adotados para conter a disseminação da covid-19, o programa Best Quality foi realizado de forma online.

Desde seu lançamento em 2007, o programa já registra a participação de mais de 109.000 colaboradores da rede de concessionárias em toda América do Sul, o que demonstra o comprometimento da marca em assegurar a alta qualidade de seu pós-venda.

Relacionamento Digital

Graças a uma forte estratégia de comunicação pelas vias digitais e uma plataforma própria de CRM, intitulada “myHonda”, a empresa e toda a sua rede de concessionárias mantêm o relacionamento com os clientes, ao longo do tempo, em todo país, sobre as mais diversas demandas.

A comunicação on-line é garantida não apenas para os atuais clientes, que já possuem histórico de relacionamento com a marca, mas também para quem deseja adquirir pela primeira vez um produto ou serviço da Honda.

Ao fazer parte do myHonda, os clientes e fãs da marca têm acesso aos conteúdos de interesse, oportunidades e condições especiais, informações de produtos e serviços. Dessa forma, a Honda garante a excelência de atendimento aos clientes também no ambiente digital, uma ferramenta que se mostrou ainda mais importante no contexto de isolamento social adotado no combate à disseminação da covid-19.

Honda garante a excelência de atendimento aos clientes também no ambiente digital.



Portal pós-venda

Com o objetivo de estender a excelência da marca para o ambiente digital, levando mais informação aos usuários de forma fácil e transparente, desde 2019, os clientes da Honda contam com novas ferramentas e funcionalidades no site de pós-vendas, como consulta e agendamento de revisões e periodicidade indicada para troca de peças e componentes (www.honda.com.br/pos-venda/automoveis).

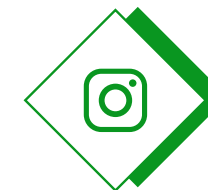
Além disso, os clientes podem consultar os valores de revisões e peças, além de agendar serviços, no conforto de sua casa.

Redes Sociais

A fim de manter mais um importante canal de comunicação com o público, a Honda também está presente nas redes sociais, oferecendo atendimento e conteúdos variados sobre seus produtos e serviços. As páginas ainda trazem a apresentação de temas que constituem os pilares da marca, como segurança no trânsito, meio ambiente, esportes a motor, entre outros. Em todos os seus canais oficiais a Honda acumula mais de 12 milhões de seguidores no Brasil.



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



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



www.linkedin.com/company/honda-brasil



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

Pessoas

A Honda acredita no Poder dos Sonhos como força motriz para enfrentar desafios e empreender grandes realizações. Assim, a empresa busca manter um ambiente de trabalho inovador, capaz de criar valores únicos à sociedade e aos clientes, onde cada colaborador pode desfrutar da verdadeira Alegria de Criar.

A política de Recursos Humanos é sustentada pela crença fundamental do respeito ao indivíduo, que deve ser compreendido por meio de três pilares: a valorização da iniciativa de cada colaborador para realização das ideias e aspirações, a igualdade para que as pessoas sejam tratadas de forma justa, com chances iguais, e a confiança fundamental para o estabelecimento de relações duradoras e para a formação das equipes de trabalho.



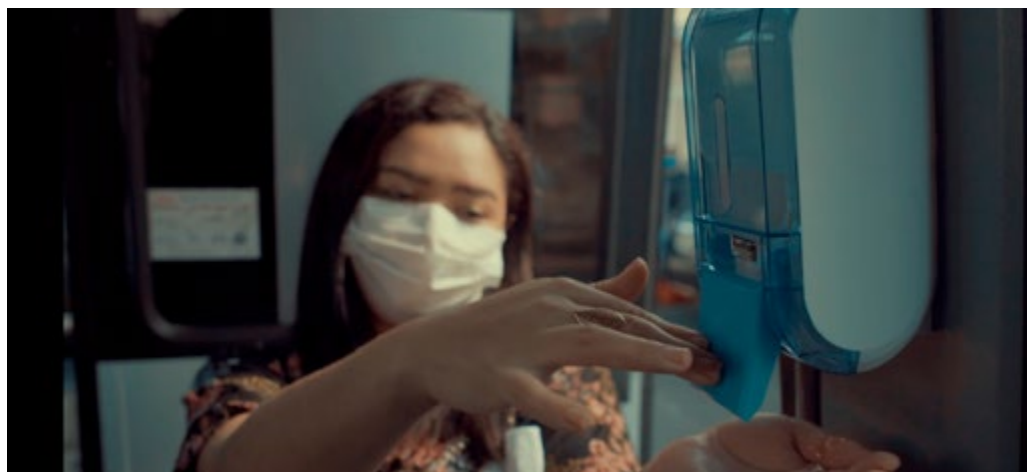
Saúde e Segurança Ocupacional

> GRI 103-2, 103-3/403, 403-2 <

“Sem segurança não há produção.” A frase do fundador Soichiro Honda está viva até hoje e pode ser vista em cartazes pelas unidades e ouvidas pelos corredores da empresa.

Quando o assunto é preservar a saúde e a segurança de colaboradores e terceiros, a Honda não só respeita a legislação vigente e a regulamentação dos setores em que atua, como também realiza investimentos constantes em ações voltadas para aumentar a segurança e promover a saúde do trabalhador.

A gestão da área de Saúde e Segurança apoia o plano estratégico da companhia. Além disso, todos os profissionais da Honda assumem o compromisso com a prevenção de acidentes, sendo que a alta administração possui papel importante nesse processo, apoiando iniciativas e proporcionando recursos para a idealização e realização de programas preventivos.



Ações para o enfrentamento da pandemia de covid-19

A Honda é uma empresa centrada nas pessoas, por isso, tem adotado uma série de medidas para o enfrentamento da pandemia de covid-19, desde março de 2020.

A empresa está, a cada momento, revisando as contramedidas em resposta aos desafios impostos pela pandemia da covid-19, priorizando a segurança e saúde das pessoas, a conformidade às diretrizes governamentais e a sustentabilidade dos negócios.

No que diz respeito à saúde e segurança das pessoas, a Honda adotou um rígido protocolo sanitário, que foi estabelecido tendo como referência as melhores práticas adotadas globalmente pela marca. São mais de 200 medidas sanitárias, que levam em consideração toda jornada do colaborador desde o momento em que sai de sua residência, no ônibus fretado e durante a jornada de trabalho.



Entre as ações, estão:

- Ampliação do número de profissionais da equipe médica e criação de linha específica de atendimento aos colaboradores e familiares, com o objetivo de agilizar o esclarecimento de dúvidas e orientações;
- Adoção integral ou parcial do regime de home office para os colaboradores administrativos e cujas atividades permitem trabalho remoto;
- Avaliação de saúde com medição de temperatura no acesso às unidades;
- Horários diferenciados e intercalados para evitar aglomerações;
- Reorganização de espaços, limitação do número de pessoas e adoção de critérios de distanciamento mínimo em locais como ônibus fretados, linhas de produção, refeitórios e salas de reunião;
- Novos critérios de higienização, limpeza e sanitização;
- Adoção de máscaras em período integral;
- Suspensão das atividades produtivas em determinados momentos, a fim de contribuir para a diminuição da disseminação do vírus (vide quadro na [página 18](#));
- Intensificação de orientações sanitárias às equipes, a fim de conscientizar os colaboradores sobre cuidados e métodos de prevenção, bem como apoiar a adaptação aos novos procedimentos.

Ambiente livre de acidentes e incidentes

A fim de antecipar os possíveis riscos e os impactos que possam ser gerados em suas operações, a companhia utiliza metodologias e ferramentas para mapear todas as atividades existentes. Para cada uma das situações mapeadas existem procedimentos e soluções preventivas, que englobam a conscientização dos profissionais sobre a importância de pensar e agir sempre considerando a segurança de todos em primeiro lugar. O objetivo da Honda é alcançar o “acidente zero” em todas as unidades produtivas.

Dados Gerais

A Honda South America encerrou o ano de 2020 com 11.733 pessoas em seu quadro de colaboradores permanentes e 563 não permanentes. Cada um desses colaboradores pôde compartilhar desse ambiente de trabalho, pautado pelo respeito ao ser humano e que incentiva a realização e desenvolvimento profissional no longo prazo, além de receber remuneração alinhada às melhores práticas do mercado. Com essa filosofia, a Honda gerencia o seu capital humano e cria uma cultura corporativa que proporciona diferencial competitivo sustentável no longo prazo. > GRI 102-8, 103-2, 103-3/402 <



Número de colaboradores por tipo de contrato

	2019		2020	
				
Temporários	413	194	351	212
Permanentes	10.583	1.439	10.297	1436

Número de colaboradores por tipo de emprego

	2019		2020	
				
Tempo integral	10.685	1.405	10.383	1398
Meio período	324	239	273	260

Número de colaboradores por região

	2019		2020	
	Temporários	Permanentes	Temporários	Permanentes
Brasil (Norte)	308	6.060	317	6.372
Brasil (Sudeste)	135	4.573	96	4.448
Argentina	0	1.089	0	1.034
Chile	0	83	4	79
Peru	165	76	190	89

Pesquisa de Clima

O principal indicador que reflete a qualidade da gestão dos recursos humanos na empresa é a evolução da Pesquisa de Clima anual realizada com todos os colaboradores na América do Sul. O resultado de 2020 representou o melhor índice histórico do indicador, com 86% de taxa de favorabilidade, que aponta a média geral das respostas de colaboradores satisfeitos. No ano anterior, em 2019, o índice foi de 84%.

A melhoria se deu em todos os quesitos da pesquisa, que são: Segurança e Bem-Estar; Ambiente de Trabalho; Relacionamento com o Gestor Imediato; Desenvolvimento e Reconhecimento do esforço; Orgulho em Ser Colaborador Honda e Satisfação com o Trabalho.

Os resultados da pesquisa são avaliados pela área de recursos humanos para elaboração de um plano de ação corporativo e pelos gestores para definição de ações focadas na realidade das diferentes áreas.



Média de horas de treinamento – Honda Brasil

Treinamento				
	2019		2020	
Gênero				
Número médio de horas de treinamento realizado pelos empregados da organização durante o período de relatório	15	19	4,5	5,4
Categoria funcional				
Diretores	15	0	0	0
Gerentes e Gerentes Gerais	15	55	2,3	7,3
Empregados – Administrativo	23	20	5,2	7,5
Empregados – Fábrica	19	25	4,4	4

No ano de 2020, em função dos impactos da pandemia da covid-19, a grade de treinamentos presenciais prevista para o período sofreu significativa redução, a fim de garantir o atendimento aos protocolos de segurança.

A empresa buscou ampliar a oferta de qualificação e treinamentos na modalidade online, com foco no atendimento aos eixos de formação básica, garantindo o atendimento

aos pilares de segurança, qualidade e processos de trabalho.

A Honda segue atuando para ampliar e fortalecer a oferta de cursos online a seus colaboradores, com estudos de melhoria para a formação técnica específica das áreas, suporte a qualificação profissional, garantia de melhoria contínua dos processos, bem como o atendimento às necessidades de fortalecimento da liderança.



Página de Carreiras

Plataforma dedicada ao recrutamento e seleção de talentos, que, além de apresentar as vagas disponíveis, traz conteúdos que reforçam os preceitos da Filosofia da empresa, base das ações e decisões de todos os colaboradores do grupo. Informações sobre os diferentes segmentos em que a Honda opera no país e as principais atividades desenvolvidas nas cinco grandes áreas de atuação (Comercial, Produção, Pesquisa e Desenvolvimento, Compras e Administrativo) também estão disponíveis.



www.honda.com.br/carreira-na-honda/

Escola de Liderança

Com foco em desenvolver internamente os líderes da empresa, os gestores da Honda são preparados para inspirar, coordenar e potencializar os talentos de suas equipes. Tendo como base a filosofia da companhia, uma grade de treinamentos garante uma formação completa aos colaboradores com cargo de gestão, através de atividades e ferramentas, como projetos estratégicos em grupos multidisciplinares (Cross-Functional Team), Coaching Profissional, Plano de Desenvolvimento Individual (PDI) e Avaliação 360°.



Programa de Estágio

Desde o início de suas operações, a Honda promove o acesso de estudantes universitários ao seu Programa de Estágio. Essa é a principal porta de entrada para jovens profissionais que buscam um ambiente de trabalho inspirador que valorize aspectos como iniciativa, igualdade, confiança e comunicação.

Com duração total de 24 meses, dividido em três etapas, o programa contempla uma metodologia focada no aprendizado e vivência prática das experiências da área de atuação final.

Além da participação em projetos e atividades da área definida, os estudantes desenvolvem uma proposta de melhoria relevante. Durante todo o desenvolvimento, os estagiários são acompanhados pelos gestores da área e pelo departamento de Recursos Humanos.

Em 2020, a Honda realizou a seleção de seu Programa de Estágio cumprindo todos os protocolos de saúde e segurança previstos para o combate da pandemia da covid-19. Foram oferecidas 17 vagas de estágio para atuação nas áreas comerciais, administrativas e financeiras das unidades da empresa em São Paulo (SP) e Sumaré (SP).

Programa de Trainees

Ingressar em uma empresa sólida, com uma filosofia que valoriza o aprendizado e o desenvolvimento contínuo, pode ser uma grande oportunidade na carreira. Assim, a Honda realiza anualmente o Programa de Trainees, voltado a profissionais recém-formados interessados em iniciar sua trajetória profissional.

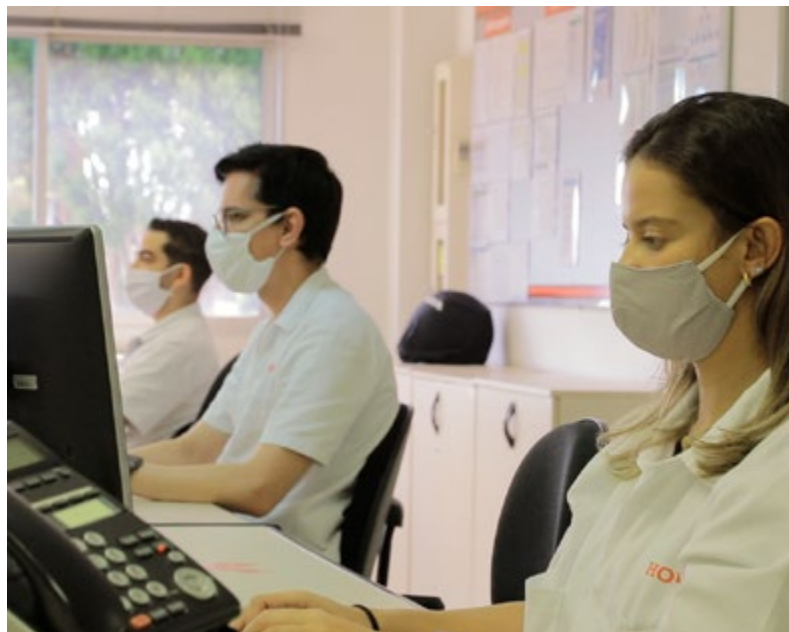
O programa é voltado para recém-formados (até dois anos) com domínio da língua inglesa, de cursos como Administração, Ciência da Computação, Engenharias, Tecnologia, Estatística, Física, Marketing, Matemática, Sistemas de Informação, entre outros.

Os trainees passam os primeiros três meses em job rotation pelas principais áreas da empresa e os nove meses seguintes em atividades em suas próprias áreas de atuação. Estão previstos também o desenvolvimento de projetos de melhorias nas áreas atuantes, além de uma grade específica de treinamentos e mentoria com gestores.

A Honda abriu o processo seletivo de seu programa de Trainee em janeiro de 2021, oferecendo 17 vagas para as unidades da empresa em São Paulo (SP), Sumaré (SP) e Manaus (AM). As vagas foram destinadas para atuação nas áreas de Tecnologia da Informação, Comercial, Crédito, Gestão de Clientes, Seguros e Riscos. O processo seletivo levou em consideração os protocolos de saúde e segurança previstos para o combate da pandemia da covid-19.

GAP

Por meio do Global Assignment Program (GAP), os colaboradores participam de programas de desenvolvimento internacionais que visam à aquisição de habilidades técnicas e de gerenciamento, além de ampliar a rede de contatos profissionais e o conhecimento das melhores práticas. Com isso, a empresa eleva o nível de suas equipes para atuarem em um ambiente globalizado e protagonizar as mudanças no negócio. No último ano, em função da covid-19, o programa foi temporariamente suspenso e será retomado assim que possível. Ao longo dos últimos oito anos, 127 colaboradores participaram do programa.



NHC

Anualmente, a Filosofia Honda é celebrada por meio do programa de desenvolvimento NHC (New Honda Circle). Nele, colaboradores de todas as áreas e unidades são convidados a formar grupos de trabalho dedicados a identificar oportunidades, desenvolver e implantar projetos de inovação e melhorias nos processos e ambiente de trabalho como um todo.

Os projetos devem ser desenvolvidos seguindo a metodologia do programa e são uma oportunidade para que os colaboradores aprendam sobre ferramentas da qualidade, troquem conhecimento e conquistem visibilidade e reconhecimento, já que os grupos destaques participam de convenções nacionais e internacionais, compartilhando suas experiências e criações.

Dessa forma, a Honda valoriza o capital humano, incentivando as ideias e reconhecendo a dedicação individual em prol de um aprendizado conjunto. Em função do cenário imposto pela COVID-19, em 2020, as atividades do NHC foram suspensas em todas as unidades, exceto na HAR (Honda Argentina), onde, diante de especificidades locais, foi realizada a adaptação das atividades seguindo todos os protocolos de segurança.

Educação Financeira para Todos

A fim de contribuir com o planejamento financeiro de seus colaboradores, a Honda inaugurou em 2019 o programa “Educação Financeira para Todos”. Sem qualquer restrição de idade ou cargo, a iniciativa é composta por palestras e workshops destinados ao equilíbrio financeiro, com dicas de investimentos tanto para iniciantes no assunto, como para quem já possui conhecimento na área e quer expandi-lo. Em 2020, os colaboradores foram incentivados a acompanhar as ações e informativos de forma online.

Um time saudável

A segurança e bem-estar caminham lado a lado. Nesse sentido, a Honda executa diversas medidas para preservar a saúde de seus colaboradores, como o estudo ergonômico do trabalho, atendimento médico especializado em caso de urgência e campanhas de prevenção por meio da conscientização, como Outubro Rosa, focada no combate ao câncer de mama, Novembro Azul, com alerta para a disfunção da próstata, entre outras.

E por saúde, compreende-se também o bem-estar emocional. Em Manaus, o ambulatório de especialidades oferece acompanhamento médico e psicológico com o objetivo de cuidar não só do corpo, mas também da mente dos colaboradores, promovendo o bem-estar.

Comunidades Locais

> GRI 103-2, 103-3/203, 203-1 <

A visão da empresa de compartilhar alegria com as pessoas não estaria completa sem a atuação da Honda junto às comunidades locais.

Com base nesse conceito, nasceu o Together for Tomorrow (Juntos pelo Amanhã, em português), adotado mundialmente pela companhia e que demonstra a importância das relações que a Honda mantém com toda a sociedade. Sua construção foi baseada em quatro pilares – Meio Ambiente, Educação, Comunidade e Segurança no Trânsito – que auxiliam no direcionamento de ações em prol do desenvolvimento social, econômico e ambiental com foco em contribuir com a construção de um mundo melhor e mais justo para as gerações futuras.

Atualmente, diversas atividades sociais são realizadas nas seis regiões das operações mundiais, com o objetivo de compartilhar a alegria com pessoas de todo o mundo e tornar-se uma empresa desejada pela sociedade.

A Honda também se esforça para apoiar iniciativas que reflitam as circunstâncias locais em suas atividades corporativas no exterior.

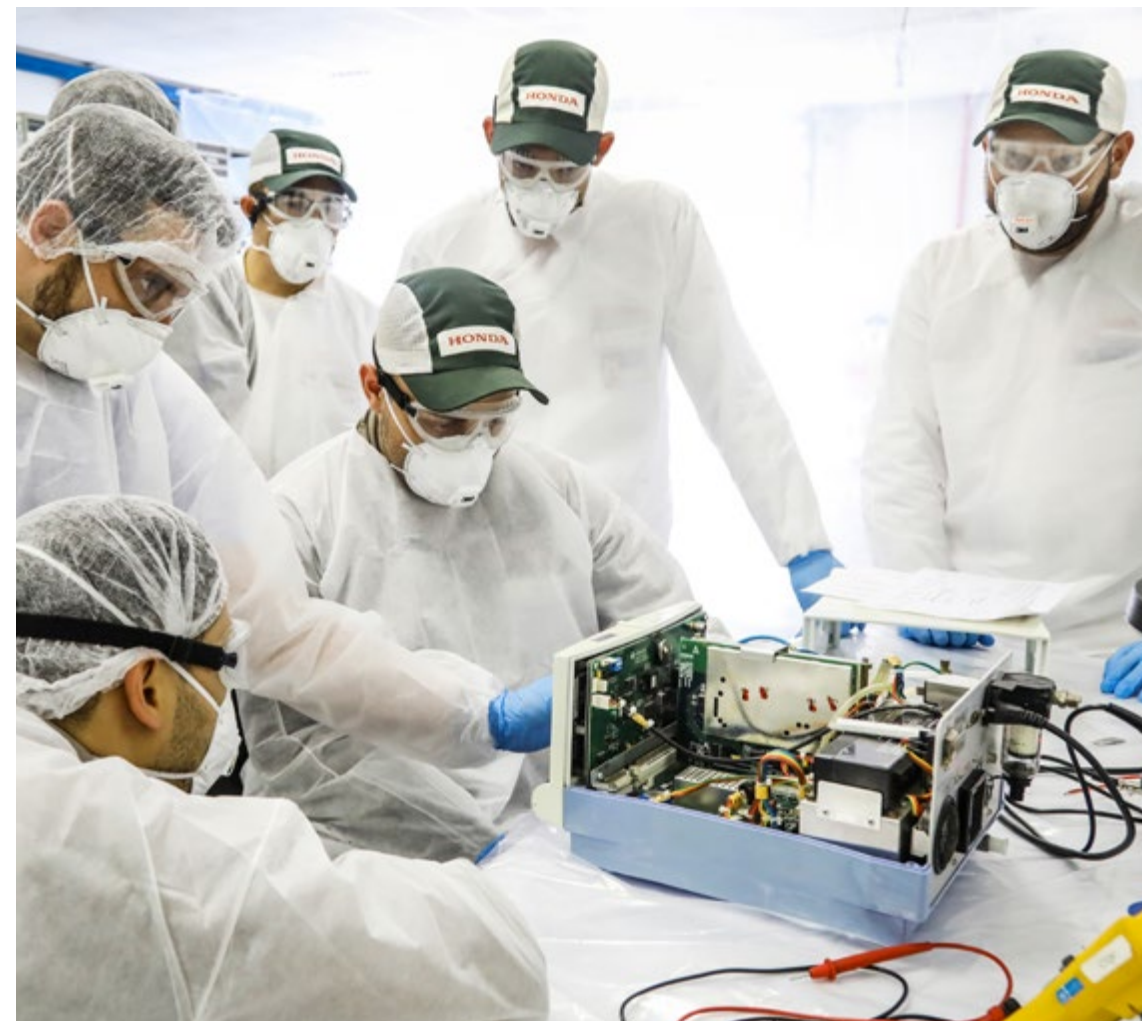
Além disso, essas atividades estão alinhadas com os conteúdos e objetivos das discussões internacionais, como os ODS (Objetivos de Desenvolvimento Sustentável).

Em 2017, buscando melhorar o direcionamento e foco de atuação dos projetos e ações sociais na região, a Honda South America elaborou uma Política de Ações Sociais e Patrocínios adaptando as diretrizes da Política Global à realidade regional.

De janeiro a dezembro de 2020, foram realizadas 28 ações e projetos sociais, o que representou um investimento de cerca de 2,2 milhões de dólares. Desse valor, 10% (cerca de U\$ 212.500) foram investimentos via Lei de Incentivo – Lei Rouanet.



Entrega de ventilador pulmonar à rede hospitalar.



Equipe trabalhando no conserto de ventiladores pulmonares.

Contribuições sociais da Honda no contexto da pandemia da covid-19

A pandemia da covid-19 também exigiu flexibilidade para manter as atividades presenciais de contribuição social seguindo os protocolos de segurança propostos pelo Ministério da Saúde.

Muitos projetos puderam ser adaptados para o formato remoto, como por exemplo, as atividades desenvolvidas pelo Centro de Educação de Trânsito Honda (CETH) - Clubinho Honda e Harmonia no Trânsito (mais informações na [página 51](#)).

Em linha com a mobilização global para combater os efeitos da pandemia da covid-19, as fábricas da Honda na América do Sul se uniram e promoveram esforços para apoiar as comunidades. Diversas doações em parceria com os Fundos de Solidariedade foram realizadas nas cidades de Manaus (AM), Sumaré (SP) e Itirapina (SP), no Brasil; Buenos Aires, na Argentina; e Lima, no Peru. No total, 18 ações foram realizadas pela Honda na América do Sul.

No Brasil, a Honda Automóveis participou de uma força-tarefa de reparo de ventiladores artificiais, junto ao Ministério da Economia e ao SENAI. A ação consistiu em coletar, higienizar, identificar e solucionar o defeito dos equipamentos que foram, posteriormente, disponibilizados à rede hospitalar do entorno das fábricas de Sumaré-SP e Itirapina-SP. A Honda Motos também apoiou a iniciativa de manutenção de ventiladores, servindo à população amazonense. Ao todo, mais de 100 ventiladores foram reparados.



A Honda Brasil ainda realizou as seguintes ações sociais em prol do combate à pandemia:

Doação

Doação de motocicletas e **pulverizadores** costais.

Mais de **100 mil máscaras** de proteção do tipo **Face Shield**;

10 motobombas para a Defesa Civil do Estado do **Amazonas**;

Medicamentos e produtos de limpeza;

Entrega

Refeições para o hospital de campanha de Manaus-AM **Milton Novaes**;

Aproximadamente **2.200 cestas básicas** para **população carente**



Doação de refeições para o Hospital de Campanha contra covid-19, em Manaus (AM)



Força-tarefa no combate à pandemia.

Incentivo à educação

> GRI 203-1 <

Reconhecendo a importância da educação na formação individual, desde 2007 a Honda oferece o Curso de Formação de Profissionais para moradores da região de Recife (PE). A iniciativa é realizada nas instalações do seu Centro de Treinamento localizado na cidade.

Ao longo de 870 horas de treinamento, os alunos participam de aulas teóricas e técnicas de mecânica de automóveis e motocicletas, com temas que envolvem metrologia, elétrica, revisões, inspeção periódica e outros. Ainda na carga horária, estão contemplados módulos orientativos sobre vendas, técnicas de negociação, saúde, relações familiares, informática, meio ambiente, segurança no trânsito e a importância do trabalho voluntário.

O processo de seleção dos jovens que participam do curso anual começa com a análise dos critérios básicos como idade, escolaridade e vulnerabilidade social. Os candidatos devem ter entre 18 e 20 anos e estar cursando ou concluindo o ensino médio. As etapas seguintes envolvem prova escrita, dinâmicas de grupos e visitas às famílias.

Desde a primeira edição, 272 jovens já foram beneficiados com o projeto e cerca de 80% estão empregados e atuam em diferentes funções, alguns deles iniciando a carreira profissional na rede de concessionárias Honda. Em função da pandemia da covid-19 no país, o Curso de Formação de Profissionais foi cancelado em 2020 e será reprogramado, assim que possível, para o momento mais apropriado.





SUMÁRIO DE CONTEÚDO GRI

Sumário de Conteúdo GRI Standards

> 102-55 <

Standard GRI	Disclosure	Página e/ou URL	Omissão
GRI 101: Fundamentos 2016			
Disclosures Gerais			
GRI 102: Disclosures gerais 2016	102-1 - Nome da organização	página 13	
	102-2 - Atividades, marcas, produtos e serviços	página 15	
	102-3 - Localização da sede	página 15	
	102-4 - Localização das operações	página 15	
	102-5 - Propriedade e forma jurídica	Sociedade limitada	
	102-6 - Mercados atendidos	página 15	
	102-7 - Porte da organização	página 15	
	102-8 - Informações sobre empregados e outros trabalhadores	página 63	
	102-9 - Cadeia de fornecedores	página 57	
	102-10 - Mudanças significativas na organização e na cadeia de fornecedores	página 18	
	102-11 - Abordagem ou princípio da precaução	página 28	

Standard GRI	Disclosure	Página e/ou URL	Omissão
GRI 102: Disclosures gerais 2016	102-12 - Iniciativas externas	A Honda South America não é signatária de compromissos voluntários.	
	102-13 - Participação em associações	ABEEólica - Associação Brasileira de Energia Eólica ABRACICLO - Associação Brasileira dos Fabricantes de Motocicletas, Ciclomotores, Motonetas, Bicicletas e Similares SIMEFRE - Sindicato da Indústria de Materiais e Equipamentos Ferroviários, Rodoviários e Duas Rodas ANFAVEA/SINFAVEA - Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores / Sindicato Nacional da Indústria de Tratores, Caminhões, Automóveis e Veículos Similares AEA - Associação Brasileira de Engenharia Automotiva FIEAM - Federação das Indústrias do Estado do Amazonas CIEAM - Centro da Indústria do Estado do Amazonas AFICAM - Associação dos Fabricantes de Componentes da Amazônia Câmara de Comércio e Indústria Nipo-Brasileira do Amazonas e São Paulo ABIAPE - Associação Brasileira dos Investidores em Autoprodução de Energia FIESP-CIESP- Federação das Industrias do Estado de SP - Centro das Industrias do Estado de SP AMCHAM - Câmara Americana de Comércio	
	102-14 - Declaração do principal tomador de decisão	página 5	
	102-16 - Valores, princípios, padrões e normas de comportamento	página 7	
	102-17 - Mecanismos de aconselhamento e preocupações sobre ética	página 30	
	102-18 - Estrutura de governança	página 28	
	102-40 - Lista de partes interessadas	página 13	
	102-41 - Acordos de negociação coletiva	“100% dos colaboradores registrados sob regime CLT estão cobertos por acordos de classe e convenções coletivas”	

Standard GRI	Disclosure	Página e/ou URL	Omissão
GRI 102: Disclosures gerais 2016	102-42 - Identificação e seleção das partes interessadas	página 13	
	102-43 - Abordagem para o engajamento das partes interessadas	página 13	
	102-44 - Principais tópicos e preocupações levantados	página 13	
	102-45 - Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas	página 13	
	102-46 - Definição do conteúdo do relatório e limite dos tópicos	página 13	
	102-47 - Lista de tópicos materiais	página 13	
	102-48 - Reformulações de informações	Não houve reformulação de informações divulgadas em relatórios anteriores	
	102-49 - Mudanças nos relatórios	Não houve alteração significativa nos temas considerados materiais e nos seus limites	
	102-50 - Período coberto pelo relatório	página 13	
	102-51 - Data do último relatório	2019	
	102-52 - Ciclo de emissão de relatórios	Anual	
	102-53 - Ponto de contato para perguntas sobre o relatório	“Para sugestões em relação ao conteúdo do Relatório, entre em contato pelos telefones: Motocicletas e Produtos de Força: 0800 055 22 21 Automóveis: 0800 017 12 13 Banco Honda: (11) 2172 7080 Consórcio Honda: (11) 2172 7007”	
	102-54 - Declaração de acordo com Standards GRI	página 13	

Standard GRI	Disclosure	Página e/ou URL	Omissão
GRI 102: Disclosures gerais 2016	102-55 - Sumário de conteúdo da GRI	página 72	
	102-56 - Verificação externa	O Relatório de Sustentabilidade não é verificado externamente	
Tópicos Materiais			
Impactos Econômicos Indiretos			
GRI 103: Forma de Gestão	103-1 - Explicação do tópico material e seus limites	Página 13	
	103-2 - Forma de gestão e seus componentes	Páginas 69, 70 e 71	
	103-3 - Avaliação da forma de gestão	Páginas 69, 70 e 71	
GRI 203: Impactos Econômicos Indiretos 2016	203-1 - Investimentos em infraestrutura e serviços oferecidos	Páginas 69, 70 e 71	
Anticorrupção			
GRI 103: Forma de Gestão	103-1 - Explicação do tópico material e seus limites	Página 13	
	103-2 - Forma de gestão e seus componentes	Página 31	
	103-3 - Avaliação da forma de gestão	Página 31	
GRI 205: Anticorrupção 2016	205-2 - Comunicação e treinamento em políticas e procedimentos anticorrupção	Página 32	

Standard GRI	Disclosure	Página e/ou URL	Omissão
Energia			
GRI 103: Forma de Gestão	103-1 - Explicação do tópico material e seus limites	Página 13	
	103-2 - Forma de gestão e seus componentes	Página 41	
	103-3 - Avaliação da forma de gestão	Página 41	
GRI 302: Energia 2016	302-1 - Consumo de energia dentro da organização	Página 41	
	302-3 - Intensidade energética	Página 41	
	302-4 - Redução do consumo de energia	Página 42	
Água			
GRI 103: Forma de Gestão	103-1 - Explicação do tópico material e seus limites	Página 13	
	103-2 - Forma de gestão e seus componentes	Páginas 42 e 43	
	103-3 - Avaliação da forma de gestão	Páginas 42 e 43	
GRI 303: Água 2016	303-1 - Consumo de água por fonte	Páginas 42	
Emissões			
GRI 103: Forma de Gestão	103-1 - Explicação do tópico material e seus limites	Página 13	

Standard GRI	Disclosure	Página e/ou URL	Omissão
GRI 103: Forma de Gestão	103-2 - Forma de gestão e seus componentes	Página 34	
	103-3 - Avaliação da forma de gestão	Página 34	
GRI 305: Emissões 2016	305-1 - Emissões diretas de GEE (Escopo 1)	Página 37	
	305-2 - Emissões indiretas de GEE pela compra de energia (Escopo 2)	Página 37	
	305-4 - Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	Página 38	
	305-7 - Emissões de NOx, SOx e outras emissões atmosféricas significativas	Página 38	
Efluentes e resíduos			
GRI 103: Forma de Gestão	103-1 - Explicação do tópico material e seus limites	página 13	
	103-2 - Forma de gestão e seus componentes	página 44	
	103-3 - Avaliação da forma de gestão	página 44	
GRI 306: Efluentes e resíduos 2016	306-2 - Resíduos por tipo e método de disposição	página 44	
Relações Trabalhistas			
GRI 103: Forma de Gestão	103-1 - Explicação do tópico material e seus limites	página 13	
	103-2 - Forma de gestão e seus componentes	página 61	

Standard GRI	Disclosure	Página e/ou URL	Omissão
GRI 103: Forma de Gestão	103-3 - Avaliação da forma de gestão	página 61	
GRI 402: Relações Trabalhistas 2016	402-1 - Prazo mínimo de notificação sobre mudanças operacionais	“Nos casos de recrutamentos internos que envolvam o deslocamento de domicílio, o colaborador é informado com no mínimo 30 dias de antecedência”	
Saúde e Segurança Ocupacional			
GRI 103: Forma de Gestão	103-1 - Explicação do tópico material e seus limites	página 13	
	103-2 - Forma de gestão e seus componentes	Página 62	
	103-3 - Avaliação da forma de gestão	Página 62	
GRI 403: Saúde e Segurança Ocupacional 2016	403-2 - Tipos e taxas de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos, absenteísmo e número de óbitos relacionados ao trabalho	Página 62	
Treinamento e Educação			
GRI 103: Forma de Gestão	103-1 - Explicação do tópico material e seus limites	página 13	
	103-2 - Forma de gestão e seus componentes	página 65	
	103-3 - Avaliação da forma de gestão	página 65	
GRI 404: Treinamento e Educação 2016	404-1 - Média de horas de treinamento por ano, por empregado	página 65	

Standard GRI	Disclosure	Página e/ou URL	Omissão
Saúde e Segurança do Cliente			
GRI 103: Forma de Gestão	103-1 - Explicação do tópico material e seus limites	página 13	
	103-2 - Forma de gestão e seus componentes	página 46 a 52	
	103-3 - Avaliação da forma de gestão	página 46 a 52	
GRI 416: Saúde e Segurança do Cliente 2016	416-1 - Avaliação dos impactos de saúde e segurança de categorias de produtos e serviços	página 46 a 52	
Conformidade Socioeconômica			
GRI 103: Forma de Gestão	103-1 - Explicação do tópico material e seus limites	página 13	
	103-2 - Forma de gestão e seus componentes	página 30	
	103-3 - Avaliação da forma de gestão	página 30	
GRI 419: Conformidade Socioeconômica	419-1 - Não conformidade com leis e regulamentos nas áreas social e econômica	página 30	



Créditos e Informações Corporativas

Honda South America Ltda.

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

Bairro: Nova Veneza

Sumaré (SP)

CEP: 13181-903

Direção geral do desenvolvimento do Relatório de Sustentabilidade

Departamento de Relações Públicas da Honda South America

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

Coordenação editorial

Pedro Rezende, Tassia Rodrigues e Aline Cerri

Coordenação de coleta de disclosures GRI e textos

Pedro Rezende, Tassia Rodrigues e Aline Cerri

Projeto gráfico, diagramação e infográficos

Magenta•Lab e Amanda Justiniano (Infográfico)

Fotos

Acervo Honda, Freepik e The Noun project, Unsplash, Pexels, StockAdobe

